

**Elica trionfa agli NC Digital Awards
con la campagna “The Unconventional Engagement” di VMLY&R**

La campagna si è classificata al primo posto come “Digital Integrated Campaign” nella categoria Casa e Apparecchi Elettronici e anche come Digital Branded Content. Per il Social Channel Management si aggiudica il secondo posto. Terzo posto, invece, nella categoria Social Communication.

Milano, 10 ottobre 2019 – La campagna di comunicazione “The Unconventional Engagement” di Elica, market leader company nel settore delle cappe da cucina e dei piani cottura di design, vince gli NC Digital Awards nelle categorie Digital Branded Content e Campagna Digitale Integrata Casa e Apparecchi Elettronici

La campagna è nata dalla volontà dell’azienda di Fabriano di dare una risposta chiara e in chiave ironica ai dubbi che i consumatori esprimevano sui canali social rispetto all’effettivo utilizzo e praticità del piano cottura aspirante NikolaTesla Switch, vero protagonista dei video premiati e trasmessi sulle principali piattaforme digitali del Gruppo.

Elica, insieme a VMLY&R, ha quindi raccolto i feedback più provocatori e li ha trasformati in contenuti social, per abbattere ogni perplessità e mostrare i benefici offerti da NikolaTesla Switch. Gli stimoli degli utenti sono stati tradotti in video dal linguaggio cinematografico, ricchi di citazioni e colpi di scena, e veicolati su Facebook, Instagram e YouTube. In aggiunta sono stati sviluppati post statici, GIF per il community management volte a rispondere in maniera ingaggiante a ogni tipo di commento, Instagram Stories e adv display.

Dopo una lunga fase di monitoraggio, l’agenzia creativa ha ideato e realizzato tre diversi soggetti che, con ironia e un approccio unconventional, potessero mostrare alla fan base di Elica tutte le potenzialità del prodotto: ecco che, in risposta a chi non credeva alla potenza di aspirazione, è stato realizzato un video dal sapore post apocalittico ambientato in una cucina piena di nebbia; per dimostrare che la fuoriuscita di acqua dalle pentole non rappresenta un problema, è stato girato un video che richiama il cinema d’avventura grazie alla presenza di un palombaro. Infine, per parlare della semplicità di manutenzione, l’agenzia si è ispirata ai maestri del thriller con un video che rimanda al linguaggio del cinema di Hitchcock.

La proclamazione dei vincitori del premio, considerato l’Oscar italiano della creatività e della comunicazione digitale, è avvenuta il 7 ottobre al Talent Garden Calabiana di Milano durante la cerimonia di premiazione in cui erano presenti i principali esponenti dell’industry della digital communication italiana.

Le 209 campagne in gara sono state valutate da una giuria di qualità composta da 48 manager delle più prestigiose aziende investitrici in comunicazione e dai rappresentanti della creatività digitale del nostro paese e delle associazioni del settore. I progetti sono stati giudicati e premiati nella loro completezza in termini di ideazione, esecuzione e pianificazione.

La campagna di Elica ha inoltre vinto il secondo premio nella categoria Social Channel Management e si è classificata terza nella categoria Social Communication.

Gianluca Vigato, Group Brand Marketing Director di Elica, commenta: *“Ogni campagna, per essere efficace ed efficiente, deve partire da un forte insight. The Unconventional Engagement nasce proprio da un attento ascolto degli utenti della nostra community e dalla volontà di rispondere in maniera diretta ai loro commenti”*. Ha poi aggiunto: *“Con questa campagna Elica, anche in comunicazione, ha voluto distinguersi e osare. Il coraggioso linguaggio ironico e allo stesso tempo provocatorio traduce perfettamente il posizionamento del brand”*.

Gabriele Patassi, Head of Corporate Communication & Digital di Elica aggiunge: *“Oggi, con il digital, assistiamo a un cambio di paradigma nel mondo della comunicazione. I contenuti sono sempre più creati dagli utenti e sempre meno dai brand, che intervengono nel processo di comunicazione per stimolare i soggetti esterni. Diventa quindi fondamentale monitorare e gestire le community per rispondere in modo tempestivo e coerente ai consumatori. La nostra ultima campagna digital The Unconventional Engagement è frutto di un’attenta analisi delle conversazioni online ed è stata ideata partendo da un contenuto creato, in effetti, dal nostro stesso pubblico”*.

Francesco Poletti, Executive Creative Director VMLY&R conclude: *“The Unconventional Engagement è un esempio perfetto di come la creatività abbia sempre un ruolo centrale su tutti i canali e, in sinergia con il monitoring dei dati e la loro interpretazione strategica, possa portare risultati importanti per il brand e il suo percepito. Grazie a un approccio creativo, una necessità nata dalla community si è trasformata in un contenuto d’intrattenimento e di approfondimento del prodotto.”*

Cliente: Elica
Agenzia: VMLY&R Italy
Executive Creative Director: Francesco Poletti
Senior Copywriter: Domenico Greco
Senior Art Director: Paolo Austero
Copywriter: Fabio Podestà
Art Director: Sara Nazario, Sandro Austero
Social Media Director & Senior Digital Strategist: Giovanna Ferrero
Social Media Manager: Davide Sala
Community Manager: Oriana Volpe
Business Department Leader & Client Leader: Silvia Fiorin
Client Business Dept. Senior: Alessia Airaghi

Casa di produzione: Movie Magic International
Regista: Gigi Cassano
Executive Producer: Annalisa De Maria
Producer: Francesca Passalia

IL GRUPPO ELICA

Il Gruppo Elica, attivo nel mercato delle cappe da cucina sin dagli anni '70, presieduto da Francesco Casoli e guidato da Mauro Sacchetto, è oggi leader mondiale in termini di unità vendute. Vanta inoltre una posizione di leadership a livello europeo nella progettazione, produzione e commercializzazione di motori elettrici per cappe e per caldaie da riscaldamento. Con oltre 3.800 dipendenti e una produzione annua di circa 20,7 milioni di pezzi, il Gruppo Elica ha una piattaforma produttiva articolata in sette siti produttivi, tra Italia, Polonia, Messico, India e Cina. Lunga esperienza nel settore, grande attenzione al design, ricercatezza dei materiali e tecnologie avanzate che garantiscono massima efficienza e riduzione dei consumi, sono gli elementi che contraddistinguono il Gruppo Elica sul mercato e che hanno consentito all'azienda di rivoluzionare l'immagine tradizionale delle cappe da cucina: non più semplici accessori ma oggetti dal design unico in grado di migliorare la qualità della vita.



Ufficio Stampa Elica

Gabriele Patassi
Press Office Manager
+39 340 1759399
g.patassi@elica.com

Havas PR

Andrea Mazza - +39 02 85457004 - andrea.mazza@havaspr.com
Clio Arnoldi - +39 02 85457003 - clio.arnoldi@havaspr.com
Claudia Mastrodonato + 39 02 85457037 – claudia.mastrodonato@havaspr.com