

gio 6 Dic 2018 - 89 visite

[Economia e Lavoro](#) | Di [Redazione](#)

Share 0

Tweet



Condividi

6

# Inside, l'agenzia ferrarese raggiunge quota 90 premi

## Due riconoscimenti al Premio Unicom “L'Italia che comunica” per le campagne pubblicitarie



Luca Targa, Ceo di Inside

Grande successo per l'agenzia ferrarese di comunicazione Inside in occasione del concorso “L'Italia che comunica 2018”, il premio creato appositamente da Unicom, Unione Nazionale delle Imprese di Comunicazione, per evidenziare l'eccellenza della comunicazione delle agenzie con sede in Italia, giunto alla propria VII edizione.

Ad Inside è stato riconosciuto un premio nella categoria “L'Italia che comunica con le promozioni” per il progetto di digital branded content «Una marcia in più» per Wavin Italia, azienda leader nei sistemi di tubazioni in plastica per il settore delle costruzioni e delle applicazioni per le infrastrutture, e un premio nella categoria “L'Italia che comunica il no profit” per il progetto di visibilità online per la cooperativa sociale onlus Campi D'Arte, che si occupa di servizi educativi e lavorazioni artigianali, la cui campagna di social media marketing ha suscitato l'attenzione anche dei media nazionali, guadagnandosi un articolo sulla prima pagina del quotidiano “La Stampa”.

La premiazione si è tenuta la sera del 4 dicembre nella cornice dell'Hotel Four Seasons di Milano, in occasione di una serata di gala presentata da Fulvio Giuliani di Rtl 102.5. Una giuria costituita da primari esponenti del mondo del marketing e della comunicazione italiana, fra cui giornalisti e direttori marketing di importanti aziende, ha visionato tutte le candidature iscritte e decretato i vincitori dei lavori realizzati.

«Siamo molto felici di salire, anche quest'anno, su questo palco, e molto orgogliosi di questi riconoscimenti: con questi due nuovi premi chiudiamo un anno fantastico raggiungendo quota 90 riconoscimenti e un fatturato in crescita per il 4° anno consecutivo con l'acquisizione di clienti importanti nel panorama internazionale, che insigniscono la pluriennale esperienza di Inside nell'ideazione e realizzazione di promozioni e nell'impegno costante per essere sempre competitivi e propositivi» afferma Luca Targa, Ceo di Inside .

«I nostri progetti hanno l'obiettivo di instaurare una relazione di fiducia sempre più stretta e duratura con la propria customer base, grazie anche ad una conoscenza più approfondita e a un rapporto sempre più personalizzato con i propri utenti, e i risultati si sono subito visti: in pochi mesi il tasso di engagement ha raggiunto performance molto positive – rivela Targa -. La creatività italiana, quella buona e “consapevole”, come mi piace chiamarla, nasce da una strategia e ha obiettivi chiari, racconta e stupisce esprimendo storie e concetti, e, attraverso la propria eccellenza, contribuisce a generare un ritorno positivo per l'azienda cliente».