



**Media Contact Ogilvy:**  
Silvia Corbetta  
+39 3497667010  
[Silvia.corbetta@ogilvy.com](mailto:Silvia.corbetta@ogilvy.com)

## COMUNICATO STAMPA

### **Ogilvy Italia debutta agli Effie e colpisce, con un Grand Effie, due ori e un argento.**

**Milano, 14 Ottobre 2020** – Si è appena conclusa l'edizione italiana degli Effie Awards, l'ambito premio che dà valore alle campagne che hanno saputo coniugare creatività ed efficacia per raggiungere risultati molto rilevanti per i clienti, e Ogilvy Italia, alla sua prima partecipazione, colleziona un Grand Effie e tre metalli.

Tre le campagne premiate, in diverse categorie e diverse aree merceologiche:

- Grand Effie e Oro per Nutella Gemella in Brand Experience, la grande attivazione su scala nazionale che ha messo in contatto persone diverse, da diversi punti del paese, attraverso un'edizione limitata di vasetti gemelli, comunicati con una grande campagna integrata;
- Oro per Air Dolomiti nella categoria Piccoli Budget, con il progetto "Passion on board - vola verso le tue passioni" una campagna data driven che ha creato un match tra le passioni delle persone e le destinazioni di Air Dolomiti.
- Argento per Campari Soda nella categoria Brand Pop, tornato in comunicazione come l'aperitivo senza etichette, grazie a una strategia che ha messo al centro il prodotto, la sua storia e le sue caratteristiche, per creare una piattaforma di marca multicanale per rinnovare la connessione emotiva con una società in grande cambiamento.

*Strategia culturally-driven, creatività coraggiosa e perfetta esecuzione sono il fil rouge di queste vittorie: progetti orchestrati al meglio da team integrati che condividono una grande passione e una chiara direzione "we sell or else", citando David Ogilvy. Oggi più che mai la legacy del nostro fondatore risulta attuale e di continua ispirazione per noi. E questi riconoscimenti agli Effie ne sono una prova tangibile!"* commenta Alessia Vitali, Head of Strategy.

*"Questo risultato ci riempie di grande gioia" – commenta Giuseppe Mastromatteo, Chief Creative Officer – "non solo perché premia l'integrazione tra i diversi reparti dell'agenzia e tra le diverse capabilities, ma anche perché dimostra un principio importante, alla base del nostro*

*operato quotidiano: e cioè che la creatività, quella coraggiosa, non porta solo un ritorno in termini di immagine e visibilità ai brand, ma porta anche grandi risultati.”*

### **A proposito di Ogilvy**

Ogilvy ha creato campagne di marketing leggendarie e innovative fin dal 1948, anno in cui David Ogilvy ha fondato l'agenzia.

Secondo “Fortune Global 500 Companies”, oggi Ogilvy è un network creativo integrato e pluripremiato che dà valore ai brand e al business dei propri clienti in 83 paesi del mondo con 132 uffici. Ogilvy si occupa del design della marca, dell'esperienza intorno alla marca e della comunicazione della marca stessa per modellare ogni aspetto delle esigenze di un brand attraverso le sue capability fondamentali: Brand Strategy, Advertising, Customer Engagement e Commerce, PR e Influence, Digital Transformation e Partnership. Ogilvy fa parte di WPP (NASDAQ: WWPGY). Per maggiori informazioni, visitare <http://www.ogilvy.com/>, o seguire Ogilvy su Twitter @Ogilvy e su [Facebook.com/Ogilvy](https://www.facebook.com/Ogilvy)