**

30 i premi assegnati da UNA, di cui 9 ori, 12 argenti e 9 bronzi.**

**Premio Assoluto assegnato alla campagna La storia di Henry Roberts di Ogilvy**

 *Al Four Season di Milano va in scena l’appuntamento annuale per il mondo della comunicazione, tra presentazioni di campagne e ospiti speciali*

*che si sono contraddistinti nel 2024*

*Milano, 9 dicembre 2024*– **L’Italia che Comunica**, il prestigioso premio promosso da **UNA – Aziende della Comunicazione Unite**, ha svelato i vincitori della XIII edizione, assegnando anche il **Premio Assoluto 2024** e i premi speciali. Il riconoscimento celebra il valore della creatività, delle strategie e dei risultati delle campagne realizzate dalle agenzie italiane.

L’evento di premiazione, che ha visto la partecipazione tra le più importanti figure della comunicazione italiana, si è svolto al **Four Seasons di Milano**, location che, come ogni anno, ha ospitato il premio. Le numerose campagne iscritte sono state valutate in due fasi, sotto la guida della Presidente di Giuria, **Fabrizia Marchi**, CEO di **TBWA**. Inizialmente, una **Grand Jury** composta da oltre 50 esperti senior delle agenzie aderenti a UNA ha selezionato una shortlist di progetti, per poi lasciare alla **Executive Jury** il compito di scegliere i vincitori.

Questa nuova edizione è stata rinnovata, oltre a un restyling del logo con la reinterpretazione del valore del premio, attraverso l’introduzione di un nuovo criterio di valutazione dei progetti di comunicazione in concorso: l’**impatto** come elemento strategico di business, di creatività e sociale.

A emergere su tutti, conquistando il **Premio Assoluto 2024**, è stata la campagna **La storia di Henry Roberts di Ogilvy**, premiata per il 50% dalla **Executive Jury** e per il restante 50% dal voto del pubblico durante la serata di premiazione.

**Fabrizia Marchi**, Presidente della Giuria del Premio 2023, ha commentato: “*Essere Presidente di questo premio è stato un privilegio straordinario: celebrare il patrimonio di idee, creatività e talento del nostro Paese è un’esperienza unica. I progetti partecipanti hanno raggiunto livelli altissimi, come dimostrano i 30 premiati e i 9 al vertice. Quest’anno, il criterio centrale di valutazione è stato l’impatto: la capacità dei lavori iscritti di fare la differenza, offrire nuove prospettive e lasciare un segno duraturo. Creatività, efficacia e rilevanza sociale sono stati il cuore delle nostre analisi, ricordandoci quanto il nostro lavoro possa influenzare cultura e comportamenti. È una responsabilità che dobbiamo sempre tenere presente e riportare al centro del dibattito nella nostra Industry”.*

**Davide Arduini**, Presidente di **UNA**, ha aggiunto: “*Le campagne premiate quest’anno a* ***L’Italia Che Comunica*** *sono un chiaro esempio dell’eccellenza e dell’innovazione che caratterizzano il nostro settore. Ogni progetto rappresenta una risposta efficace alle sfide del mercato, dimostrando la capacità delle agenzie italiane di comunicare in modo sempre più incisivo, creativo e strategico. È evidente che la qualità della comunicazione sta raggiungendo nuovi standard, e queste campagne ne sono la prova tangibile, confermando l’importanza di un approccio sempre più orientato ai risultati e al coinvolgimento del pubblico”.*

Tutti i premi de “L’Italia che Comunica” - edizione 2024:

|  |
| --- |
| **ORO** |
| **TITOLO CAMPAGNA** | **AGENZIA** | **CLIENTE** | **CATEGORIA** |
| LA STORIA DI HENRY ROBERTS | OGILVY | BOLTON GROUP | L’ITALIA CHE COMUNICA CON I FILM |
| HER NAME IN THE GAME | SERVICEPLAN ITALIA | ASSOCIAZIONE CALCIO MILAN S.P.A. | L’ITALIA CHE COMUNICA CON I PICCOLI BUDGET |
| WWF CONSERVATION COLLECTION | ACCENTURE SONG | WWF ITALIA ETS | L’ITALIA CHE COMUNICA CON IL DESIGN |
| BLACK FREEDAY | SERVICEPLAN ITALIA | ACTIONAID ITALIA | L’ITALIA CHE COMUNICA CON IL NO PROFIT |
| CAMPAGNA CONTRO LA VIOLENZA 1 SU 3 | BITMAMA REPLY | COOPER | L’ITALIA CHE COMUNICA CON OOH |
| SUMMER HITS SYMPTOMS | DENTSU CREATIVE ITALY | SPOTIFY | L’ITALIA CHE COMUNICA CON I SOCIAL MEDIA E CONTENT CREATOR |
| ENI, PLENITUDE, ENILIVE - SANREMO 2024 | TBWA ITALIA | ENI | L’ITALIA CHE COMUNICA CON IL BRAND ENTERTAINMENT |
| POP BY NATURE | BITMAMA REPLY | CHIQUITA | L’ITALIA CHE COMUNICA CON LA COMUNICAZIONOE INTEGRATA |
| #WEARETHEPANDA | ACCENTURE SONG | WWF ITALIA ETS | L’ITALIA CHE COMUNICA VALORI |

|  |
| --- |
| **ARGENTO**  |
| **TITOLO CAMPAGNA**  | **AGENZIA**  | **CLIENTE**  | **CATEGORIA**  |
| LA FABBRICA DELLA FELICITÀ  | RED ROBIGLIO & DEMATTEIS | LEONE 1857 | L’ITALIA CHE COMUNICA CON I FILM |
| TH3 EXT1NTION NUMB3RS  | ACCENTURE SONG | WWF ITALIA ETS | L’ITALIA CHE COMUNICA CON I PICCOLI BUDGET |
| SUMMER HITS SYMPTOMS  | DENTSU CREATIVE ITALY | SPOTIFY  | L’ITALIA CHE COMUNICA CON IL DESIGN |
| #WEARETHEPANDA  | ACCENTURE SONG | WWF ITALIA ETS | L’ITALIA CHE COMUNICA CON IL NO PROFIT |
| ANCHE SE NON LO VEDI, C’È  | COO’EE ITALIA SRL | ISTITUTO NAZIONALE TUMORI MILANO | L’ITALIA CHE COMUNICA CON OOH |
| 100% GRANDI INSUCCESSI  | ACCENTURE SONG | WWF ITALIA ETS | L’ITALIA CHE COMUNICA CON RADIO E PODCAST |
| E HO DETTO TUTTO  | DIFFERENT | CONSORZIO PARMIGIANO REGGIANO | L’ITALIA CHE COMUNICA L'ITALIA |
| HER NAME IN THE GAME  | SERVICEPLAN ITALIA | ASSOCIAZIONE CALCIO MILAN S.P.A. | L’ITALIA CHE COMUNICA CON GLI EVENTI |
| POP TO THE TOP  | REPLY SPA (XISTER REPLY SRL) |  KELLANOVA ITALIA SPA | L’ITALIA CHE COMUNICA CON I SOCIAL MEDIA E CONTENT CREATOR |
| CARTELLI IN GIOCO: LA GAMIFICATION PER LA SICUREZZA STRADALE  | CIAOPEOPLE | AUTOSTRADE PER L'ITALIA | L’ITALIA CHE COMUNICA CON IL BRANDED ENTERTAINMENT |
| TELEPASS GIALLISSIMO  | TWENTY8 STUDIOS | TELEPASS | L’ITALIA CHE COMUNICA CON LA COMUNICAZIONE INTEGRATA |
| ACE FORMULA ANTI-ODIO  | BBDO ITALY | ACE ITALIA  | L’ITALIA CHE COMUNICA VALORI |

|  |
| --- |
| **BRONZO**  |
| **TITOLO CAMPAGNA**  | **AGENZIA**  | **CLIENTE**  | **CATEGORIA**  |
| IL VIAGGIATOR GOLOSO, IL SAPORE DELLA SCOPERTA  | BBDO ITALY | UNES | L’ITALIA CHE COMUNICA CON I FILM |
| UN MARE DI DOLORE  | DIFFERENT | MEDREACT | L’ITALIA CHE COMUNICA CON IL NO PROFIT |
| IT PEEL SO GOOD  | BITMAMA REPLY | CHIQUITA | L’ITALIA CHE COMUNICA CON OOH |
| MODENA PATRIMONIO MONDIALE - BE PART OF IT  | STUDIOWIKI – INTEGRA SOLUTIONS | COMUNE DI MODENA | L’ITALIA CHE COMUNICA L'ITALIA |
| 3 MINUTI FEST  | KIWI PART OF UNITING GROUP |  SAIKEBON | L’ITALIA CHE COMUNICA CON GLI EVENTI |
| 00STRESS  | FLU | PART OF UNITING GROUP | BAYER | L’ITALIA CHE COMUNICA CON I SOCIAL MEDIA E CONTENT CREATOR |
| RIGENERAZIONE. LA FORZA DEL PRENDERSI CURA  | INITIATIVE MEDIA MILANO | ALFASIGMA | L’ITALIA CHE COMUNICA CON IL BRANDED ENTERTAINMENT |
| TU, PRIMA.  | TBWA ITALIA | PRIMA ASSICURAZIONI | L’ITALIA CHE COMUNICA CON LA COMUNICAZIONE INTEGRATA |
| THE CROPPED CAR  | VERBA (DDB GROUP ITALY) | AUDI ITALIA  | L’ITALIA CHE COMUNICA VALORI |

A completare la classifica, è presente una sezione speciale con quattro categorie – MUSICA, CULTURA, SPORT e CINEMA – dedicata a riconoscere persone che si sono distinte per le loro straordinarie capacità comunicative:

* **L’ITALIA che COMUNICA con la MUSICA** è stato assegnato ai musicitsti Coma\_Cose.
* **L’ITALIA che COMUNICA con lo SPORT** è stato assegnato all’atleta Gianmarco Tamberi.
* **L’ITALIA che COMUNICA con la CULTURA** è stato assegnato a divulgatore scientifico Andrea Moccia.
* **L’ITALIA che COMUNICA con il CINEMA** è stato assegnato alla comica Luciana Littizzetto.

Un premio Speciale di **L’ITALIA che COMUNICA**è stato assegnato all’attrice Claudia Gerini per l’impegno sociale di ActionAid.

E infine IL PREMIO SPECIALE da parte del main sponsor della serata, **L’ITALIA che COMUNICA con RTL 102.5,**che è stato assegnato alla campagna “Kia Sportage Fireflies” dell’agenzia Innocean Italy | cliente Kia.

*“Anche quest’anno* ***L’Italia Che Comunica*** *ha svolto un ruolo fondamentale nel mettere in luce l’eccellenza del settore della comunicazione in Italia”, afferma* ***Salvo Ferrara****, coordinatore di* ***UNA LIVE HUB*** *e organizzatore del Premio. “Il premio, che da questa edizione mette l’impatto al centro, premiando progetti che sanno fare la differenza nel Paese, si conferma sempre più un punto di riferimento. Un grazie di cuore a tutte le giurie e agli sponsor, il cui supporto è essenziale per il successo e la crescita di questa iniziativa”.*

Le informazioni sul Premio sono disponibili al link: [www.italiachecomunica.it](https://protect-au.mimecast.com/s/3IwBCGv0gXTW9DMKh7QRpE?domain=italiachecomunica.it).

***Segui L’Italia Che Comunica***
Instagram: <https://www.instagram.com/italiachecomunica/>

Linkedin: <https://www.linkedin.com/company/italiachecomunica/>

**UNA, Aziende della Comunicazione Unite**

UNA, Aziende delle Comunicazione Unite, nasce nel 2019 per incorporazione di ASSOCOM e UNICOM e nel 2020 incorpora anche ASSOREL. Obiettivo dell’associazione è rappresentare il mondo della comunicazione in tutte le sue discipline quale un progetto unico e innovativo, in grado di rispondere alle esigenze del settore. UNA conta oltre 270 aziende e agenzie associate operanti in tutta Italia nei settori della creatività, della comunicazione digitale, delle relazioni pubbliche, dei centri media, degli eventi, del mondo retail, del BtoB e della loyalty experience. È organizzata in HUB, i cui tavoli di lavoro verticali condividono best practice e interessi relativi alle singole specializzazioni e in CONSULTE TERRITORIALI, che la rappresentano in modo orizzontale nei confronti delle istituzioni locali.

UNA è co-fondatrice e socia di tutte le Audi (Auditel, Audicom, Audioutdoor, Audimovie, Audiradio, ADS) ed è socia di Confindustria Professioni e Management, Pubblicità Progresso, IAP (Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria). È iscritta all’EACA (Associazione Europea delle Imprese di Comunicazione) e a ICCO (International Communications Consultancy Organisation). UNA organizza e produce eventi e premi per il settore della comunicazione: Effie Awards Italy, Italia Che Comunica, Comunicare Domani, INTERSECTIONS in collaborazione con ADCI e IAB Italia, The PRize.

Contatto per la stampa: **GOLIN ITALY** - Morgana Lupica - Tel: 02 89041650 - UNA@golinitaly.com