

La campagna sulla filatelia di Poste Italiane è “Epica”: oro e argento conquistati al prestigioso premio internazionale di Amsterdam

I riconoscimenti assegnati dalla giuria specializzata nella sezione Advertising Photography

Roma, 18 novembre 2016 - Poste Italiane conquista un oro e un argento per le campagne sulla filatelia all'Epica Awards di Amsterdam, il prestigioso premio internazionale del settore marketing e comunicazione giunto alla trentesima edizione, confermando il valore del suo processo di innovazione anche nel linguaggio della comunicazione pubblicitaria.

La Giuria, composta interamente da giornalisti in rappresentanza di oltre 60 tra le principali testate mondiali di marketing e comunicazione, ha premiato Poste Italiane con la medaglia d'oro per la campagna realizzata in occasione di “Milanofil”, il Salone internazionale della filatelia di Milano, e gli ha assegnato l'argento per la campagna “Abbonamento filatelico”, entrambe realizzate da McCann. I riconoscimenti sono stati attribuiti ieri sera nell'ambito della sezione Advertising Photography.

Sono stati 3806 i lavori iscritti a questa edizione del Premio (+2% rispetto al 2015), con una forte presenza di lavori provenienti da Germania, Francia, Stati Uniti, Gran Bretagna e Svezia. I progetti italiani iscritti in gara sono stati 114. Di questi, solo 18 hanno superato la preselezione entrando in shortlist.

L'Epica Awards è stato istituito nel 1987 con l'obiettivo di porsi come punto d'incontro tra l'industria creativa (pubblicità, design, media, Pr e digitale) e la stampa specializzata e da allora si è imposto per qualità, autorevolezza e indipendenza del giudizio nel panorama mondiale dei concorsi pubblicitari che celebrano la creatività e attraggono ogni anno migliaia di candidati da oltre 70 Paesi nelle diverse sezioni del concorso.