



Rassegna Stampa

a cura di Camst Group

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
	Rubrica			
	Camst - Corporate			
	Ferpi.it	04/04/2023	<i>Tutti i vincitori di The PRize, il premio italiano delle Relazioni Pubbliche</i>	3
1+3	Daily Media	31/03/2023	<i>The PRize conferma la centralita' strategica delle media relation e assegna ori, argenti e b (V.Parazzoli)</i>	7
	Dailyonline.it	31/03/2023	<i>The PRize conferma la centralita' strategica delle RP e assegna ori, argenti e bronzi per il 2022</i>	9
	Focusmo.it	31/03/2023	<i>Comunicazione per la PA e Csr: Homina vince due premi a The PRize</i>	12
	Horecanews.it	31/03/2023	<i>Il bilancio di sostenibilita' di Camst group si aggiudica The PRize</i>	14
	Indexfood.it	31/03/2023	<i>Il bilancio di sostenibilita' di Camst group si aggiudica The PRize per la campagna di comunicazione</i>	15
	Mediakey.tv	31/03/2023	<i>Comunicazione per la PA e Csr: Homina vince due premi a The PRize</i>	18
	Mediakey.tv	31/03/2023	<i>The PRize, il premio italiano delle relazioni pubbliche, assegna 6 ori, 9 argenti, 6 bronzi e 3 prem</i>	20
	Primaonline.it	31/03/2023	<i>Assegnati i premi The PRize alle relazioni pubbliche</i>	22
	Youmark.it	31/03/2023	<i>The PRize, il premio italiano delle Relazioni Pubbliche assegna 6 Ori, 9 Argenti, 6 Bronzi e 3 premi</i>	25



Ferpi > News > Tutti i vincitori di The PRize, il premio italiano delle Relazioni Pubbliche

[#eventi](#) [#rp](#) [#comunicazione](#)

Tutti i vincitori di The PRize, il premio italiano delle Relazioni Pubbliche

04/04/2023

Redazione

“Premio alla carriera a Corrado Augias. A Edoardo di Pietro dell’agenzia Tembo il premio Filomena Rosato, dedicato agli under 30, con la campagna “Il primo laureato nel Metaverso”. Tra i vincitori numerosi soci FERPI.”

Si è tenuta lo scorso 30 marzo, nella prestigiosa cornice della sala Belvedere al 39 piano di Regione Lombardia, la cerimonia di premiazione della seconda edizione di “The PRize”, il premio dedicato alle Relazioni Pubbliche promosso da UNA – Aziende della Comunicazione Unite. Un riconoscimento importante dedicato a un comparto altamente strategico e in forte evoluzione. Sono 21 i metalli assegnati dalla Giuria di quest’anno, per un totale di 6 ori, 9 argenti e 6 bronzi

Archivio News

- | | |
|------|------|
| 2023 | 2022 |
| 2021 | 2020 |
| 2019 | 2018 |
| 2017 | 2016 |
| 2015 | 2014 |
| 2013 | 2012 |
| 2011 | 2010 |
| 2009 | 2008 |
| 2007 | 2006 |
| 2005 | 2004 |

Notizie ed Eventi

Notizie - Eventi



04/04/2023
 Tutti i vincitori di The PRize, il premio...



31/03/2023
 Che cos'è l'umanità?

News Facebook

A questi si sono aggiunti tre premi *industry* assegnati alle seguenti campagne di comunicazione: My Green Pasta dell'INC - Istituto Nazionale per la Comunicazione per l'UNIONE ITALIANA FOOD; #BlueBalloonChallenge, campagna *pharma* ad opera di Noesis per Medtronic; "Non riabbandonateci mai", in ambito tech & ICT, ideata sempre dall'INC - Istituto Nazionale per la Comunicazione per FACILE.IT.

In chiusura, il Premio per il migliore progetto gestito da un professionista PR under 30, in memoria di Filomena Rosato. In questa seconda edizione il premio è stato assegnato a Edoardo di Pietro dell'agenzia Tembo per la campagna "Il primo laureato nel Metaverso".

Il *Premio alla carriera* per l'edizione 2023 è stato conferito a Corrado Augias per il suo impegno al servizio della cultura, della conoscenza e per la sua capacità di incarnare tutto quello di cui il mondo della comunicazione oggi deve rappresentare: efficacia, autorevolezza e sguardo rivolto al futuro.

Numerosi soci FERPI tra i vincitori: due argenti a Homina di **Omer Pignatti**, un argento a Eprcomunicazione di **Camillo Ricci** e a Sec Newgate di cui **Andrea Cornelli** è Chief Innovation and Operating Officer, Partner and Board Member of SEC Newgate. Un oro e un bronzo, infine, a Omnicom PR di cui **Andrea Sarto** è Business Director.

"The PRize è la celebrazione delle migliori eccellenze delle Relazioni Pubbliche italiane", ha dichiarato Davide Arduini, Presidente di UNA. "Vogliamo ogni anno riconoscere il valore che è dovuto a questa importantissima disciplina della comunicazione. Valore che, soprattutto in questi tempi di grandi complessità e incertezze, ha assunto una posizione sempre più centrale nelle strategie di business di aziende, istituzioni e organismi operanti in ogni ambito e settore".

"Questa sera i veri protagonisti sono stati i migliori progetti di Relazioni Pubbliche realizzati nel 2022. The PRize assume un significato particolare. Perché mai come in questo periodo storico le Relazioni Pubbliche sono state tanto centrali nella creazione di architetture comunicative davvero strategiche", continua Andrea Cornelli, Vicepresidente UNA e Coordinatore di PRHub. "Mai come ora, infatti, le Agenzie di PR hanno avuto l'opportunità di misurarsi in ambiti innovativi, praticare la resilienza ed essere pronti all'imprevedibile con efficacia. Nei progetti premiati questa sera è emerso il valore di un DNA più forte, visionario, sfidante, capace di innovare e di accompagnare i propri clienti a traguardi di grande soddisfazione".

Tutte le campagne premiate per categoria:



News **Twitter**

Tweets by Ferpi2puntozero

Eventi

INFLUENCER MARKETING

Wudy Time to be real | Different | AIA | BRONZO
Campagna Xmas | Havas Media | Pepco | ARGENTO
#BlueBalloonChallenge | Noesis | Medtronic | ORO

NO PROFIT / CSR

LA COSCIENZA DI ZETA | Mediatyche | LACTALIS | BRONZO
GREEN LEAGUE HEROES FOR A CLIMATE OF CHANGE |
Eprcomunicazione S.p.A. Società Benefit | WeWorld Onlus |
ARGENTO
Walking together day by day | Homina | Camst | ARGENTO
Coca-Cola Italia per Special Olympics | Sec Newgate | Coca-
Cola Italia | ARGENTO
#EmbracingVenice: Lavazza & Saype with "Beyond Walls" |
BURSON COHN & WOLFE S.R.L. | Luigi Lavazza S.p.A. | ORO
THE SIGN DANCE | Omnicom PR Group Italia | Ente Nazionale
Sordi | ORO

MEDIA RELATIONS & STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Racconti di Quartiere | BURSON COHN & WOLFE S.R.L. |
American Express | BRONZO
Il primo laureato nel Metaverso | Tembo | Migma Group |
ARGENTO
"Non riabbandonateci mai" | INC – Istituto Nazionale per la
Comunicazione | FACILE.IT

ARGENTO

My Green Pasta | INC – Istituto Nazionale per la Comunicazione |
UNIONE ITALIANA

FOOD | ORO

COMUNICAZIONE CORPORATE

Looking 4 | SEC Newgate Italia | Fondazione Cariplo | BRONZO
Finale Ligure | The Perfect Place | Studiowiki | Comune di Finale
Ligure | BRONZO
"Non riabbandonateci mai" | INC – Istituto Nazionale per la
Comunicazione | FACILE.IT |

ARGENTO

Emilia più di prima | Homina | Regione Emilia-Romagna |
ARGENTO
Guida Turistica ai Deserti d'Italia | HAVAS PR MILAN | Reckitt |
ORO

COMUNICAZIONE PRODOTTO

Benvenuti al Villaggio Kozel | Spencer & Lewis | Birra Peroni |
 BRONZO
 Refresh Your Strong Side | HAVAS PR MILAN | Tuborg |
 ARGENTO
 Destinazione Bresaola | INC - Istituto Nazionale per la
 Comunicazione | Consorzio di tutela Bresaola della Valtellina |
 ORO

Articoli **Correlati**



SITE MAP

HOME

CHI SIAMO

ASSOCIAZIONE

SOCI

COMUNICATORI

CONTATTACI

Ferpi - Federazione
 Relazioni Pubbliche
 Italiana
 Viale Abruzzi, 94
 20131 - Milano
 Tel. 02 87325280
 info@ferpi.it

©2008-2023 Ferpi - Federazione Relazioni Pubbliche Italiana. Viale
 Abruzzi, 94 - 20131 - Milano - P.IVA 10651340159 - C.F. 800.76.23

Redazione | Condizioni d'uso | Privacy Policy

Questo sito, per poter funzionare, utilizza cookie tecnici e di terze parti. [Leggi la policy.](#) **OK, sono d'accordo!**



The PRize conferma la centralità strategica delle media relation e assegna ori, argenti e bronzi per il 2022

3 L

DailyMedia **LAMUSICA** **KISSKISS**

The PRize conferma la centralità strategica delle media relation e assegna ori, argenti e bronzi per il 2022

Gardeland si affida al nuovo Manchester per lo spot di Jumanji - The Labyrinth

SE Capital, nel 2022 fatturato di 1,07 miliardi di sterline, con un aumento del 24% a parità di perimetro

LAMUSICA PIÙ BELLA **KISSKISS**

DailyMedia **enturio**

Industry, The PRize conferma la centralità strategica delle RP e assegna ori, argenti e bronzi per il 2022

enturio

Oggi alle ore 12,00

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Industry The PRize conferma la centralità strategica delle RP e assegna ori, argenti e bronzi per il 2022

Si è svolta ieri sera la seconda edizione dell'iniziativa di UNA, di cui è Presidente Davide Arduini, organizzata dall'Hub di cui è portavoce Andrea Cornelli

di **Vittorio Parazzoli**

Si è tenuta ieri, nella prestigiosa cornice della sala Belvedere al 39° piano di Regione Lombardia, la cerimonia di premiazione della seconda edizione di "The PRize", il premio dedicato alle Relazioni Pubbliche promosso da UNA e di cui il nostro giornale è Media Partner. Un riconoscimento importante dedicato a un comparto altamente strategico e in forte evoluzione. 21 i metalli assegnati dall'autorevole Giuria di quest'anno, per un totale di 6 ori, 9 argenti e 6 bronzi. A questi si sono aggiunti tre premi industry assegnati alle seguenti campagne di comunicazione: My Green Pasta dell'INC - Istituto Nazionale per la Comunicazione per l'UNIONE ITALIANA FOOD; #BlueBalloonChallenge, campagna pharma ad opera di Noesis per Medtronic; e "Non riabbandonateci mai", in ambito tech & ICT, ideata sempre dall'INC - Istituto Nazionale per la Comunicazione per FACILE.IT. In chiusura, il Premio per la migliore idea generata da un professionista PR under 30, in memoria di Filomena Rosato. In questa seconda edizione il premio è stato assegnato a Edoardo di Pietro dell'agenzia Tembo per la campagna "Il primo laureato nel Metaverso". Il Premio alla carriera per l'edizione 2023 è stato conferito a Corrado Augias per il suo impegno al servizio della cultura, della conoscenza e per la sua capacità di incarnare tutto quello di cui il mondo della comunicazione oggi deve rappresentare: efficacia, autorevolezza e sguardo rivolto al futuro.

I commenti

"The PRize è la celebrazione delle migliori eccellenze delle Relazioni Pubbliche italiane - ha dichiarato Davide Arduini, Presidente di UNA -. Vogliamo ogni anno riconoscere il valore che è dovuto a questa importantissima disciplina della comunicazione. Valore che, soprattutto in questi tempi di grandi complessità e incertezze, ha assunto una posizione sempre più centrale nelle strategie di business di aziende, istituzioni e or-



Andrea Cornelli

ganismi operanti in ogni ambito e settore". "Ieri sera i veri protagonisti sono stati i migliori progetti di Relazioni Pubbliche realizzati nel 2022. The PRize assume un significato particolare. Perché mai come in questo periodo storico le Relazioni Pubbliche sono state tanto centrali nella creazione di architetture comunicative davvero strategiche - continua Andrea Cornelli, Vicepresidente UNA e Coordinatore di PRHub -. Mai come ora, infatti, le agenzie di PR hanno avuto l'opportunità di misurarsi in ambiti innovativi, praticare la resilienza ed essere pronte all'imprevedibile con efficacia. Nei progetti premiati è emerso il valore di un DNA più forte, visionario, sfidante, capace di innovare e di accompagnare i propri clienti a traguardi di grande soddisfazione".

I vincitori

Tutte le campagne premiate per categoria:

INFLUENCER MARKETING

- Wudy Time to be real | Different | AIA | BRONZO
- Campagna Xmas | Havas Media | Pepco | ARGENTO
- #BlueBalloonChallenge | Noesis | Medtronic | ORO

NO PROFIT / CSR

- LA COSCIENZA DI ZETA | Mediatyche | LACTALIS | BRONZO
- GREEN LEAGUE HEROES FOR A CLIMATE OF CHANGE | Epricomunicazione S.p.A. Società Benefit | WeWorld Onlus | ARGENTO
- Walking together day by day | Homina | **Camst** | ARGENTO
- Coca-Cola Italia per Special Olympics | Sec Newgate | Coca-Cola Italia | ARGENTO
- #EmbracingVenice: Lavazza & Saype with



Davide Arduini

- "Beyond Walls" | BURSON COHN & WOLFE S.R.L. | Luigi Lavazza S.p.A. | ORO
- THE SIGN DANCE | Omnicom PR Group Italia | Ente Nazionale Sordi | ORO

MEDIA RELATIONS & STAKEHOLDER ENGAGEMENT

- Racconti di Quartiere | BURSON COHN & WOLFE S.R.L. | American Express | BRONZO
- Il primo laureato nel Metaverso | Tembo | Migma Group | ARGENTO
- "Non riabbandonateci mai" | INC - Istituto Nazionale per la Comunicazione | FACILE.IT | ARGENTO
- My Green Pasta | INC - Istituto Nazionale per la Comunicazione | UNIONE ITALIANA FOOD | ORO

COMUNICAZIONE CORPORATE

- Looking 4 | SEC Newgate Italia | Fondazione Cariplo | BRONZO
- Finale Ligure | The Perfect Place | Studiowiki | Comune di Finale Ligure | BRONZO
- "Non riabbandonateci mai" | INC - Istituto Nazionale per la Comunicazione | FACILE.IT | ARGENTO
- Emilia più di prima | Homina | Regione Emilia-Romagna | ARGENTO
- Guida Turistica ai Deserti d'Italia | HAVAS PR MILAN | Reckitt | ORO

COMUNICAZIONE PRODOTTO

- Benvenuti al Villaggio Kozel | Spencer & Lewis | Birra Peroni | BRONZO
- Refresh Your Strong Side | HAVAS PR MILAN | Tuborg | ARGENTO
- Destinazione Bresaola | INC - Istituto Nazionale per la Comunicazione | Consorzio di tutela Bresaola della Valtellina | ORO

HOME - EVENTI

The PRize conferma la centralità strategica delle RP e assegna ori, argenti e bronzi per il 2022

Autore: V Parazzoli

h 09.35 - 31/03/2023



Si è svolta ieri sera la seconda edizione dell'iniziativa di UNA, di cui è Presidente Davide Arduini, organizzata dall'Hub di cui è portavoce Andrea Cornelli

Si è tenuta ieri, nella prestigiosa cornice della sala Belvedere al 39° piano di Regione Lombardia, la cerimonia di premiazione della **seconda edizione di "The PRize", il premio dedicato alle Relazioni Pubbliche promosso da UNA e di cui Daily Media è Media Partner**. Un riconoscimento importante dedicato a un comparto altamente strategico e in forte evoluzione. 21 i metalli assegnati dall'autorevole Giuria di quest'anno, per un totale di 6 ori, 9 argenti e 6 bronzi. A questi si sono aggiunti tre premi industry assegnati alle seguenti campagne di comunicazione: **My Green Pasta dell'INC - Istituto Nazionale per la Comunicazione per l'UNIONE ITALIANA FOOD; #BlueBalloonChallenge, campagna pharma ad opera di Noesis per Medtronic; e "Non riabbandonateci mai", in ambito tech & ICT, ideata sempre dall'INC - Istituto Nazionale per la Comunicazione per FACILE.IT**. In chiusura, il **Premio per la migliore idea generata da un**



INCARICHI E GARE

Autore: Redazione - 30/03/2023

Starhotels affida ad Armando Testa tutta la sua nuova strategia di comunicazione

Starhotels, gruppo privato alberghiero italiano leader nell'ospitalità a 4 e 5 stell...

LEGGI →



SPOT

Autore: Redazione - 29/03/2023

Firenze come Times Square: con The Gallery Real Media porta in città un nuovo modo di fare advertising che unisce innovazione e bellezza

Un'esperienza immersiva unica al mondo che accompagnerà cittadini e visitatori a...

LEGGI →

professionista PR under 30, in memoria di Filomena Rosato. In questa seconda edizione il premio è stato assegnato a **Edoardo di Pietro dell'agenzia Tembo per la campagna "Il primo laureato nel Metaverso". Il Premio alla carriera per l'edizione 2023 è stato conferito a Corrado Augias per il suo impegno al servizio della cultura, della conoscenza e per la sua capacità di incarnare tutto quello di cui il mondo della comunicazione oggi deve rappresentare: efficacia, autorevolezza e sguardo rivolto al futuro.**

I commenti

"The PRize è la celebrazione delle migliori eccellenze delle Relazioni Pubbliche italiane - ha dichiarato **Davide Arduini, Presidente di UNA** -. Vogliamo ogni anno riconoscere il valore che è dovuto a questa importantissima disciplina della comunicazione. Valore che, soprattutto in questi tempi di grandi complessità e incertezze, ha assunto una posizione sempre più centrale nelle strategie di business di aziende, istituzioni e organismi operanti in ogni ambito e settore". "Ieri sera i veri protagonisti sono stati i migliori progetti di Relazioni Pubbliche realizzati nel 2022. **The PRize** assume un significato particolare. Perché mai come in questo periodo storico le Relazioni Pubbliche sono state tanto centrali nella creazione di architetture comunicative davvero strategiche - continua **Andrea Cornelli, Vicepresidente UNA e Coordinatore di PRHub** -. Mai come ora, infatti, le agenzie di PR hanno avuto l'opportunità di misurarsi in ambiti innovativi, praticare la resilienza ed essere pronte all'imprevedibile con efficacia. Nei progetti premiati è emerso il valore di un DNA più forte, visionario, sfidante, capace di innovare e di accompagnare i propri clienti a traguardi di grande soddisfazione".

I vincitori

Tutte le campagne premiate per categoria:

INFLUENCER MARKETING

- Wudy Time to be real | Different | AIA | BRONZO
- Campagna Xmas | Havas Media | Pepco | ARGENTO
- #BlueBalloonChallenge | Noesis | Medtronic | ORO

NO PROFIT / CSR

- LA COSCIENZA DI ZETA | Mediatyche | LACTALIS | BRONZO
- GREEN LEAGUE HEROES FOR A CLIMATE OF CHANGE | Eprcomunicazione S.p.A. Società Benefit | WeWorld Onlus | ARGENTO
- Walking together day by day | Homina | **Camst** | ARGENTO
- Coca-Cola Italia per Special Olympics | Sec Newgate | Coca-Cola Italia | ARGENTO
- #EmbracingVenice: Lavazza & Saype with "Beyond Walls" | BURSON COHN & WOLFE S.R.L. | Luigi Lavazza S.p.A. | ORO
- THE SIGN DANCE | Omnicom PR Group Italia | Ente Nazionale Sordi | ORO

MEDIA RELATIONS & STAKEHOLDER ENGAGEMENT

- Racconti di Quartiere | BURSON COHN & WOLFE S.R.L. | American Express | BRONZO

- Il primo laureato nel Metaverso | Tembo | Migma Group | ARGENTO
- “Non riabbandonateci mai” | INC - Istituto Nazionale per la Comunicazione | FACILE.IT | ARGENTO
- My Green Pasta | INC - Istituto Nazionale per la Comunicazione | UNIONE ITALIANA FOOD | ORO

COMUNICAZIONE CORPORATE

- Looking 4 | SEC Newgate Italia | Fondazione Cariplo | BRONZO
- Finale Ligure | The Perfect Place | Studiowiki | Comune di Finale Ligure | BRONZO
- “Non riabbandonateci mai” | INC - Istituto Nazionale per la Comunicazione | FACILE.IT | ARGENTO
- Emilia più di prima | Homina | Regione Emilia-Romagna | ARGENTO
- Guida Turistica ai Deserti d'Italia | HAVAS PR MILAN | Reckitt | ORO

COMUNICAZIONE PRODOTTO

- Benvenuti al Villaggio Kozel | Spencer & Lewis | Birra Peroni | BRONZO
- Refresh Your Strong Side | HAVAS PR MILAN | Tuborg | ARGENTO
- Destinazione Bresaola | INC - Istituto Nazionale per la Comunicazione | Consorzio di tutela Bresaola della Valtellina | ORO

[← Prev](#)[Next →](#)

Resta connesso con il nostro network

Vuoi conoscere meglio i nostri prodotti? Indica la tua email per riceverli in promozione gratuita per 1 mese. I dati raccolti non verranno commercializzati in alcun modo, ma conservati nel database a uso esclusivo interno all'azienda.

Inserisci la tua mail

Cliccando “INVIA” accetti al trattamento dei dati come indicato nell'[informativa sulla privacy](#)

INVIA





ti e consulenza AnalyticsConsegnato all'associazione Lampada di Aladino il ricavato dall'asta benefica di dipinti organizzata da

Home > Agenzie > Comunicazione per la...

Comunicazione per la PA e Csr: Homina vince due premi a The PRize




Redazione

 Marzo 31, 2023

 0

 52

 4 minutes read


Comunicazione per la PA e Csr: Homina vince due premi a The PRize

Homina si è aggiudicata due premi nell'ambito di The PRize, l'unico premio italiano dedicato alle relazioni pubbliche organizzato da UNA PR HUB, l'associazione che raccoglie tutte le associate attive nell'industria delle PR.

Homina ha vinto nella categoria CSR, con il bilancio di sostenibilità realizzato per [Camst](#) Group, e nella categoria Corporate per la PA, con la campagna di comunicazione e rendicontazione del decennale del sisma che ha colpito l'Emilia-Romagna nel 2012. Il progetto è stato realizzato per la Regione Emilia-Romagna.

Walking together day by day è il titolo dato al progetto per [Camst](#) Group: Homina ha accompagnato il cliente nella trasformazione del bilancio da mero adempimento burocratico a potente strumento multi-canale di comunicazione e di coinvolgimento, con l'obiettivo di rafforzare l'engagement degli stakeholder e rendere più accessibile il rendiconto degli impatti sociali e ambientali. **Il bilancio di sostenibilità è stato trasformato in un dispositivo di comunicazione dalle molte vite** – digitale, cartacea, audiovisiva, online, offline – grazie al ricorso a diversi linguaggi: dalla fotografia d'autore all'infografica, dai podcast alle video-testimonianze senza trascurare l'autorevolezza della carta. Il progetto ha coinvolto gli stakeholder su molti fronti: particolarmente serrata l'attività digital, con 20 mila visite al sito, 440.000 visualizzazioni LinkedIn e 22.000 visualizzazioni video. L'edizione curata dall'agenzia, ha anche vinto il Premio Bilancio di Sostenibilità del *Corriere della Sera*, Bologna Business School e Aiccon.

Il progetto realizzato per il decennale del sisma, intitolato **Emilia più di prima**, ha pochi precedenti: la sfida è stata quella di **trasformare dieci anni di attività amministrativa in un racconto accessibile**. La comunicazione si è rivolta a un pubblico ampio Per sostenere l'impegno della Regione Emilia-Romagna sul fronte dell'accountability. L'intero progetto – headline, strategia discorsiva, mezzi – è stato organizzato in funzione dello sguardo dei cittadini, per consegnare a futura memoria una case history amministrativa virtuosa. Dal lancio del progetto durante le celebrazioni del 20 maggio (con la consegna del volume *Emilia più di prima* al **Presidente della Repubblica Sergio Mattarella**) fino all'ultima puntata del podcast (con il contributo del **Cardinale Matteo Zuppi** sul significato della parola coraggio), la campagna ha raccolto oltre 180 uscite stampa, 41 mila visualizzazioni del sito in due mesi e oltre 1,6 milioni di impression social.

ULTIME NOTIZIE

Lo sport per l'inclusione Allianz Partners di nuovo insieme a PlayMore! per SPIN 2023

Lanciata la campagna pubblicitaria dedicata al MUSA con una nuova identity e una comunicazione curata da ACNE

Comunicazione per la PA e Csr: Homina vince due premi a The PRize

Collaborazione Bagnity e Fattoretto Agency: l'evoluzione della partnership tra SEO, strategia dei contenuti e consulenza Analytics

Consegnato all'associazione Lampada di Aladino il ricavato dall'asta benefica di dipinti organizzata da Thenewway

Euronics e Younited rafforzano la loro partnership con il lancio del servizio "Back To New"

Dalla collaborazione tra GfK e The Newco nasce Sinottica 4.0

Settore eolico: aziende a caccia di tecnici, project developer, progettisti e service manager

Cresce il team di Fattoretto Agency: Melissa Bagnoli entra a far parte come Graphic Designer

Findus, Al Via La Nuova Consumer Promo "Primavera In Tavola 2023":

*“Siamo orgogliosi di questi premi e di quello che rappresentano: il valore che comunicazione professionale e costruzione di relazioni possono creare per le imprese e per le pubbliche amministrazioni – ha commentato **Omer Pignatti**, amministratore delegato di Homina, che ha ritirato il premio nel corso dell’evento finale di The PRize – Nei progetti che abbiamo realizzato per **Camst Group** e Regione Emilia-Romagna abbiamo messo una grande capacità innovativa, declinata nella pluralità di mezzi e linguaggi, ma avendo sempre chiari i destinatari della comunicazione, cittadini e stakeholder e l’obiettivo, creare relazioni di valore. Un grazie a **Camst Group** e Regione Emilia-Romagna per la qualità del rapporto professionale che abbiamo instaurato, che ci ha permesso di esprimerci al meglio e di raggiungere questo risultato importante”.*

Premi Firmati Instant Pot® Per Le Ricette Anti-Spreco Più Votate Dai Consumatori



FATTORETTO
THE MASTER SEO AGENCY

26 maggio 2023

**MASTERCLASS
SEO PER ECOMMERCE**

*Aumenta visibilità e
marginalità del tuo
eCommerce*

SCOPRI IL PROGRAMMA

**Previous Post**

Collaborazione Bagnity e Fattoreto Agency: l'evoluzione della partnership...

Next Post

Lanciata la campagna pubblicitaria dedicata al MUSA con...

**Articoli correlati**

Il bilancio di sostenibilità di Camst group si aggiudica The PRize

Il bilancio di sostenibilità Camst Group premiato nella categoria Corporate Social Responsibility da "The Prize" grazie alla campagna studiata ad hoc "Walking day by day". Al bilancio di sostenibilità di Camst group è stato assegnato The PRize, premio italiano dedicato alle relazioni pubbliche organizzato da UNA PR HUB, nella categoria comunicazione CSR Corporate Social Responsibility. L'azienda in questo percorso è stata supportata da Homina che con Walking together day by day, il progetto studiato ad hoc per Camst group, ha reso il bilancio di sostenibilità un potente strumento multicanale di comunicazione, con l'obiettivo di rafforzare il coinvolgimento degli stakeholder e rendere più accessibile il rendiconto degli impatti sociali e ambientali dell'azienda. Il bilancio di sostenibilità è diventato un dispositivo di comunicazione dalle molte vite: digitale, cartacea, audiovisiva, online, offline grazie al ricorso a diversi linguaggi: dalla fotografia al data journalism, dai podcast alle video-testimonianze senza trascurare l'autorevolezza della carta. Bilancio sostenibilità CAMST 2021. Refettorio bambini. Ravenna, 26-05-2022. Comunicare la sostenibilità per Camst group significa non solo informare in modo trasparente e accessibile il nostro impegno verso la sostenibilità, ma soprattutto contribuire alla diffusione culturale e allo sviluppo di nuovi modelli di consumo e stili di vita. sottolinea Mattia Grillini, responsabile marketing e comunicazione Camst group. La sostenibilità non è una moda o un'attività marginale dell'azienda. Il nostro recente passaggio a società benefit rappresenta una tappa importante del percorso verso un modello di impresa sostenibile che da anni stiamo perseguendo. La comunicazione è un'ulteriore conferma del nostro impegno a massimizzare l'impatto positivo dell'azienda sulle persone e sull'ambiente, contribuendo a una presa di coscienza collettiva sulla necessità di vivere e lavorare in modo sostenibile. Mattia Grillini Siamo orgogliosi di questo premio che rappresenta il valore che comunicazione professionale e costruzione di relazioni possono creare per le imprese. commenta Omer Pignatti, amministratore delegato di Homina. Nel progetto che abbiamo realizzato per Camst group abbiamo messo una grande capacità innovativa, declinata nella pluralità di mezzi e linguaggi, ma avendo sempre chiari i destinatari della comunicazione, cittadini e stakeholder e l'obiettivo, creare relazioni di valore. Abbiamo chiamato Walking together day by day il nostro bilancio perché è la fotografia di un anno di vita di un'impresa: dietro ai numeri, agli obiettivi raggiunti e agli indicatori di sostenibilità, ci sono le persone. Per questa ragione conclude Grillini abbiamo scelto di raccontarci attraverso gli sguardi, i gesti di intesa, i piccoli momenti della quotidianità delle nostre persone e degli utenti dei nostri servizi. Il progetto ha coinvolto gli stakeholder su molti fronti: particolarmente serrata l'attività digital, con 20 mila visite al sito, 440.000 visualizzazioni LinkedIn e 22.000 visualizzazioni video. L'argento nella categoria CSR di The PRize si aggiunge al premio ricevuto lo scorso anno come miglior Bilancio di Sostenibilità nella categoria Food di Corriere della Sera e Bologna Business School.





Il bilancio di sostenibilità di **Camst** group si aggiudica The PRize per la campagna di comunicazione

📅 2023-03-31 📌 Dalle Aziende



L'azienda premiata nella categoria Corporate Social Responsibility con Walking together day by day

Al **bilancio di sostenibilità** di **Camst** group è stato assegnato **The PRize**, premio italiano dedicato alle relazioni pubbliche organizzato da UNA PR HUB, nella categoria comunicazione CSR – Corporate Social Responsibility.

L'azienda in questo percorso è stata supportata da Homina che con Walking together day by day, il progetto studiato ad hoc per **Camst** group, ha reso il bilancio di sostenibilità un potente strumento multicanale di comunicazione, con l'obiettivo di rafforzare il coinvolgimento degli stakeholder e rendere più accessibile il rendiconto degli impatti sociali e ambientali dell'azienda. **Il bilancio di sostenibilità è diventato un dispositivo di comunicazione dalle molte vite – digitale, cartacea, audiovisiva, online, offline – grazie al ricorso a diversi linguaggi:** dalla fotografia d'autore

Cerca

Cerca tra le Notizie...



Categorie

Dalle Aziende

Dalle Istituzioni

Eventi

Fiere

Interviste

Legislazione

Libri

Nuovi Prodotti

Publireazionali

Recensione Prodotti

Varie

Articoli Recenti



Intesa Sanpaolo e Fipe insieme per promuovere gli investimenti nel settore della ristorazione, dell'intrattenimento e del turismo



Ristorante Don Camillo, ecco come a Siracusa si valorizza la tradizione gastronomica italiana

all'infografica, dai podcast alle video-testimonianze senza trascurare l'autorevolezza della carta.



mattia grillini resp marketing e comunicazione


Comunicare la **sostenibilità per Camst group** significa non solo informare in modo trasparente e accessibile il nostro impegno verso la sostenibilità, ma soprattutto contribuire alla diffusione culturale e allo sviluppo di nuovi modelli di consumo e stili di vita – **sottolinea Mattia Grillini, responsabile marketing e comunicazione Camst group.** La sostenibilità non è una moda o un'attività marginale dell'azienda. Il nostro recente

passaggio a società benefit rappresenta una tappa importante del percorso verso un modello di impresa sostenibile che da anni stiamo perseguendo. La comunicazione è un'ulteriore conferma del nostro impegno a massimizzare l'impatto positivo dell'azienda sulle persone e sull'ambiente, contribuendo a una presa di coscienza collettiva sulla necessità di vivere e lavorare in modo sostenibile.



Siamo orgogliosi di questo premio che rappresenta il valore che comunicazione professionale e costruzione di relazioni possono creare per le imprese – **commenta Omer Pignatti, amministratore delegato di Homina.** – Nel progetto che abbiamo realizzato per  abbiamo messo una grande capacità innovativa, declinata nella pluralità di mezzi e linguaggi, ma avendo sempre chiari i destinatari della comunicazione, cittadini e stakeholder e l'obiettivo, creare relazioni di valore.

Abbiamo chiamato Walking together day by day il nostro bilancio perché è la fotografia di un anno di vita di un'impresa: dietro ai numeri, agli obiettivi raggiunti e agli indicatori di sostenibilità, ci sono le persone. Per questa ragione – **conclude Grillini** – abbiamo scelto di raccontarci attraverso gli sguardi, i gesti di intesa, i piccoli momenti della quotidianità delle nostre persone e degli utenti dei nostri servizi.

Il **progetto** ha coinvolto gli stakeholder su molti fronti: particolarmente serrata l'attività digital, con 20 mila visite al sito, 440.000 visualizzazioni LinkedIn e



Pasqua 2023, va in tavola l'antipasto chic a suon di cubetti. Tortini di riso e mini quiche, due ricette sfiziose pensate dagli chef Citterio



Il bilancio di sostenibilità di  group si aggiudica The PRize per la campagna di comunicazione



Salvo tra i vincitori di Grocery & Consumi Awards: premiato l'impegno in innovazione, ricerca e sostenibilità



Concluso Cibus Connecting Italy



Gruppo VEGÉ: "Noi amiamo lo sport" premiata ai Promotion Award



Pasqua 2023: I nuovi gusci di Fabio Tuccillo



Agriumbria – Cibi sintetici, flussi per i lavoratori stranieri / I Ministri Lollobrigida (Agricoltura) e Calderone (Lavoro) alla cerimonia di inaugurazione



Inizia la campagna wüerstel Recla sul mondo food

Tag

accordo, acqua minerale san benedetto,

22.000 visualizzazioni video. L'argento nella categoria CSR di The PRize si aggiunge al premio ricevuto lo scorso come miglior Bilancio di Sostenibilità nella categoria Food di Corriere della Sera e Bologna Business School. Walking together day by day è disponibile [online](#)

Camst group. **Camst** group è una Società Cooperativa Benefit. Nata nel 1945 a Bologna, l'azienda è oggi tra i principali player in Italia nel mercato della ristorazione collettiva (scuole, aziende, ospedali, case di cura), operando anche nella ristorazione commerciale con i brand **Tavolamica** e **Dal 1945 Gustavo Italiano** mentre nel banqueting per eventi, con il brand **Dettagli catering**. Nel corso degli anni la società ha ampliato le sue attività anche al **facility management**, specializzandosi nei servizi dell'area soft (pulizie industriali), tech (manutenzioni e energy management) e con la divisione Life Science Solutions nelle attività di controllo e qualifica della contaminazione ambientale. I molteplici servizi di **Camst** group nell'ambito della ristorazione e del facility garantiscono più di una scelta per i clienti pubblici e privati; la sua vocazione sostenibile assicura più di una scelta per le persone e per l'ambiente. Con i suoi oltre 15 mila dipendenti, il gruppo ha una presenza in tutta Italia e all'estero, con un fatturato aggregato di 680 milioni di euro e 92 milioni di pasti prodotti all'anno (dati bilancio 2021).

Per maggiori informazioni: [Camst group](#)

Milano, 31 marzo 2023

agricoltura, agrinsieme, agroalimentare, alce nero, assementi, bauer, biologico, birra, caffè, concorso, confagricoltura, conserve italia, coronavirus, crescita, d'amico, expo 2015, export, federbio, fem, fico eatly world, fieragricola, fondazione edmund mach, formaggi, frutta, grana padano, gruppo vegé, innovazione, interbrau, latte, made in italy, marlene @, mele, mele marlene @, olio, ortofrutta, ortoromi, pam panorama, rizzoli emanuelli, sacmi, salumi, san benedetto, sostenibilità, valfrutta

Ti potrebbero interessare



Inaugurato oggi il progetto Waste 2 Value presso il centro commerciale Centronova



"C'è l'Italia dentro", Valfrutta torna in comunicazione



Camst group diventa società benefit rafforzando l'impegno verso la sostenibilità ambientale e sociale



Al via i progetti pilota delle tre startup vincitrici della seconda Innovation

- ▶ Newsletter
- ▶ Archivio News

Comunicazione per la PA e Csr: Homina vince due premi a The PRize



Homina si è aggiudicata due premi nell'ambito di The PRize, l'unico premio italiano dedicato alle relazioni pubbliche organizzato da UNA PR HUB, l'associazione che raccoglie tutte le associate attive nell'industria delle PR. Homina ha vinto nella categoria CSR, con il bilancio di sostenibilità realizzato per Camst Group, e nella categoria Corporate per la PA, con la campagna di

comunicazione e rendicontazione del decennale del sisma che ha colpito l'Emilia-Romagna nel 2012. Il progetto è stato realizzato per la Regione Emilia-Romagna.

Walking together day by day è il titolo dato al progetto per Camst Group: Homina ha accompagnato il cliente nella trasformazione del bilancio da mero adempimento burocratico a potente strumento multi-canale di comunicazione e di coinvolgimento, con l'obiettivo di rafforzare l'engagement degli stakeholder e rendere più accessibile il rendiconto degli impatti sociali e ambientali. Il bilancio di sostenibilità è stato trasformato in un dispositivo di comunicazione dalle molte vite – digitale, cartacea, audiovisiva, online, offline – grazie al ricorso a diversi linguaggi: dalla fotografia d'autore all'infografica, dai podcast alle video-testimonianze senza trascurare l'autorevolezza della carta. Il progetto ha coinvolto gli stakeholder su molti fronti: particolarmente serrata l'attività digital, con 20 mila visite al sito, 440.000 visualizzazioni LinkedIn e 22.000 visualizzazioni video. L'edizione curata dall'agenzia, ha anche vinto il Premio Bilancio di Sostenibilità del Corriere della Sera, Bologna Business School e Aiccon.

Il progetto realizzato per il decennale del sisma, intitolato Emilia più di prima, ha pochi precedenti: la sfida è stata quella di trasformare dieci anni di attività amministrativa in un racconto accessibile. La comunicazione si è rivolta a un pubblico ampio Per sostenere l'impegno della Regione Emilia-Romagna sul fronte dell'accountability. L'intero progetto – headline, strategia discorsiva, mezzi - è stato organizzato in funzione dello sguardo dei cittadini, per consegnare a futura memoria una case history amministrativa virtuosa. Dal lancio del progetto durante le celebrazioni del 20 maggio (con la consegna del volume Emilia più di prima al Presidente della Repubblica Sergio Mattarella) fino all'ultima puntata del podcast (con il contributo del Cardinale Matteo Zuppi sul significato della parola coraggio), la campagna ha raccolto oltre 180 uscite stampa, 41 mila visualizzazioni del sito in due mesi e oltre 1,6

milioni di impression social.

“Siamo orgogliosi di questi premi e di quello che rappresentano: il valore che comunicazione professionale e costruzione di relazioni possono creare per le imprese e per le pubbliche amministrazioni - ha commentato Omer Pignatti, amministratore delegato di Homina, che ha ritirato il premio nel corso dell'evento finale di The PRize - Nei progetti che abbiamo realizzato per Camst Group e Regione Emilia-Romagna abbiamo messo una grande capacità innovativa, declinata nella pluralità di mezzi e linguaggi, ma avendo sempre chiari i destinatari della comunicazione, cittadini e stakeholder e l'obiettivo, creare relazioni di valore. Un grazie a Camst Group e Regione Emilia-Romagna per la qualità del rapporto professionale che abbiamo instaurato, che ci ha permesso di esprimerci al meglio e di raggiungere questo risultato importante”.

📅 31/03/2023 | 📄 Premi, riconoscimenti

Indietro

in condividi

🐦 tweet

f condividi

Sitemap

Home Testate News
Awards Video Operatori
Shop Il Gruppo Contatti
Area Utenti Job Privacy

Newsletter

Iscriviti alla newsletter di Media Key per restare aggiornato.

Iscriviti

Gruppo editoriale Media Key

Via Arcivescovo Romilli 20/8 - 20139 - Milano
☎ +39 02.52.20.37.1
✉ info@mediakey.it
P.IVA e C.F. 06257230158

Questo sito utilizza cookie, anche di terze parti, per gestire e migliorare la tua esperienza di navigazione. Cliccando Accetta accconsenti al loro uso. Per maggiori informazioni su come utilizziamo i cookie e su come rimuoverli, consulta la nostra. - [Informazione sui cookie](#) - [gestione dei cookie](#)

Accetta

Leggi news

mediakey.tv » News » Leggi news

- ▶ Newsletter
- ▶ Archivio News

The PRize, il premio italiano delle relazioni pubbliche, assegna 6 ori, 9 argenti, 6 bronzi e 3 premi di industry



Si è tenuta ieri, nella prestigiosa cornice della sala Belvedere al 39 piano di Regione Lombardia, la cerimonia di premiazione della seconda edizione di "The PRize", il premio dedicato alle Relazioni Pubbliche promosso da UNA – Aziende della Comunicazione Unite. Un riconoscimento importante dedicato a un comparto altamente strategico e in forte evoluzione. 21 i metalli assegnati

dall'autorevole Giuria di quest'anno, per un totale di 6 ori, 9 argenti e 6 bronzi. A questi si sono aggiunti tre premi industry assegnati alle seguenti campagne di comunicazione: My Green Pasta dell'INC - Istituto Nazionale per la Comunicazione per l'UNIONE ITALIANA FOOD; #BlueBalloonChallenge, campagna pharma ad opera di Noesis per Medtronic; "Non riabbandonateci mai", in ambito tech & ICT, ideata sempre dall'INC - Istituto Nazionale per la Comunicazione per FACILE.IT.

In chiusura, il Premio per il migliore progetto gestito da un professionista PR under 30, in memoria di Filomena Rosato. In questa seconda edizione il premio è stato assegnato a Edoardo di Pietro dell'agenzia Tembo per la campagna "Il primo laureato nel Metaverso".

Il Premio alla carriera per l'edizione 2023 è stato conferito a Corrado Augias per il suo impegno al servizio della cultura, della conoscenza e per la sua capacità di incarnare tutto quello di cui il mondo della comunicazione oggi deve rappresentare: efficacia, autorevolezza e sguardo rivolto al futuro.

"The PRize è la celebrazione delle migliori eccellenze delle Relazioni Pubbliche italiane", ha dichiarato Davide Arduini, Presidente di UNA. "Vogliamo ogni anno riconoscere il valore che è dovuto a questa importantissima disciplina della comunicazione. Valore che, soprattutto in questi tempi di grandi complessità e incertezze, ha assunto una posizione sempre più centrale nelle strategie di business di aziende, istituzioni e organismi operanti in ogni ambito e settore".

"Questa sera i veri protagonisti sono stati i migliori progetti di Relazioni Pubbliche realizzati nel 2022. The PRize assume un significato particolare. Perché mai come in questo periodo storico le Relazioni Pubbliche sono state tanto centrali nella creazione di architetture comunicative davvero strategiche", continua Andrea Cornelli, Vicepresidente UNA e Coordinatore di PRHub. "Mai come ora, infatti, le

Agenzie di PR hanno avuto l'opportunità di misurarsi in ambiti innovativi, praticare la resilienza ed essere pronti all'imprevedibile con efficacia. Nei progetti premiati questa sera è emerso il valore di un DNA più forte, visionario, sfidante, capace di innovare e di accompagnare i propri clienti a traguardi di grande soddisfazione".

Tutte le campagne premiate per categoria:

INFLUENCER MARKETING

- Wudy Time to be real | Different | AIA | BRONZO
- Campagna Xmas | Havas Media | Pepco | ARGENTO
- #BlueBalloonChallenge | Noesis | Medtronic | ORO

NO PROFIT / CSR

- LA COSCIENZA DI ZETA | Mediatyche | LACTALIS | BRONZO
- GREEN LEAGUE HEROES FOR A CLIMATE OF CHANGE | Eprcomunicazione S.p.A. Società Benefit | WeWorld Onlus | ARGENTO
- Walking together day by day | Homina | Camst | ARGENTO
- Coca-Cola Italia per Special Olympics | Sec Newgate | Coca-Cola Italia | ARGENTO
- #EmbracingVenice: Lavazza & Saype with "Beyond Walls" | BURSON COHN & WOLFE S.R.L. | Luigi Lavazza S.p.A. | ORO
- THE SIGN DANCE | Omnicom PR Group Italia | Ente Nazionale Sordi | ORO

MEDIA RELATIONS & STAKEHOLDER ENGAGEMENT

- Racconti di Quartiere | BURSON COHN & WOLFE S.R.L. | American Express | BRONZO
- Il primo laureato nel Metaverso | Tembo | Migma Group | ARGENTO
- "Non riabbandonateci mai" | INC - Istituto Nazionale per la Comunicazione | FACILE.IT | ARGENTO
- My Green Pasta | INC - Istituto Nazionale per la Comunicazione | UNIONE ITALIANA FOOD | ORO

COMUNICAZIONE CORPORATE

- Looking 4 | SEC Newgate Italia | Fondazione Cariplo | BRONZO
- Finale Ligure | The Perfect Place | Studiowiki | Comune di Finale Ligure | BRONZO
- "Non riabbandonateci mai" | INC - Istituto Nazionale per la Comunicazione | FACILE.IT | ARGENTO
- Emilia più di prima | Homina | Regione Emilia-Romagna | ARGENTO
- Guida Turistica ai De serti d'Italia | HAVAS PR MILAN | Reckitt | ORO

COMUNICAZIONE PRODOTTO

- Benvenuti al Villaggio Kozel | Spencer & Lewis | Birra Peroni | BRONZO
- Refresh Your Strong Side | HAVAS PR MILAN | Tuborg | ARGENTO
- Destinazione Bresaola | INC - Istituto Nazionale per la Comunicazione | Consorzio di tutela Bresaola della Valtellina | ORO

📅 31/03/2023 | 🏆 Premi, riconoscimenti

Indietro

in condividi

tweet

f condividi

[Home](#) » Assegnati i premi "The PRize" alle relazioni pubbliche



Comunicazione | ore 09.53 - 31/03/2023

Assegnati i premi "The PRize" alle relazioni pubbliche

di Redazione PrimaOnline

Condividi

Si è tenuta ieri la cerimonia di premiazione della seconda edizione di "The PRize",

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

105047

il premio dedicato alle Relazioni Pubbliche promosso da [UNA](#) – Aziende della Comunicazione Unite. Un riconoscimento importante dedicato a un comparto altamente strategico e in forte evoluzione.

21 i metalli assegnati dall'autorevole Giuria di quest'anno, per un totale di 6 ori, 9 argenti e 6 bronzi

A questi si sono aggiunti tre premi *industry* assegnati alle seguenti campagne di comunicazione: **My Green Pasta** dell'INC – Istituto Nazionale per la Comunicazione per l'UNIONE ITALIANA FOOD; **#BlueBalloonChallenge**, campagna *pharma* ad opera di Noesis per Medtronic; **“Non riabbandonateci mai”**, in ambito tech & ICT, ideata sempre dall'INC – Istituto Nazionale per la Comunicazione per FACILE.IT.

In chiusura, il Premio per la migliore idea generata da un professionista PR under 30, in memoria di Filomena Rosato. In questa seconda edizione il premio è stato assegnato a Edoardo di Pietro dell'agenzia Tembo per la campagna **“Il primo laureato nel [Metaverso](#)”**.

Il *Premio alla carriera* per l'edizione 2023 è stato conferito a Corrado Augias per il suo impegno al servizio della cultura, della conoscenza e per la sua capacità di incarnare tutto quello di cui il mondo della comunicazione oggi deve rappresentare: efficacia, autorevolezza e sguardo rivolto al futuro.

Tutte le campagne premiate per categoria:

INFLUENCER MARKETING

- **Wudy Time to be real** | Different | AIA | BRONZO
- **Campagna Xmas** | Havas Media | Pepco | ARGENTO
- **#BlueBalloonChallenge** | Noesis | Medtronic | ORO

NO PROFIT / CSR

- **LA COSCIENZA DI ZETA** | Mediatyche | LACTALIS | BRONZO
- **GREEN LEAGUE HEROES FOR A CLIMATE OF CHANGE** | Eprcomunicazione S.p.A. Società Benefit | WeWorld Onlus | ARGENTO
- **Walking together day by day** | Homina | [Camst](#) | ARGENTO
- **Coca-Cola Italia per Special Olympics** | Sec Newgate | Coca-Cola Italia | ARGENTO
- **#EmbracingVenice: Lavazza & Saype with “Beyond Walls”** | BURSON COHN & WOLFE S.R.L. | Luigi Lavazza S.p.A. | ORO
- **THE SIGN DANCE** | Omnicom PR Group Italia | Ente Nazionale Sordi | ORO

MEDIA RELATIONS & STAKEHOLDER ENGAGEMENT

- **Racconti di Quartiere** | BURSON COHN & WOLFE S.R.L. |

American Express | BRONZO

- **Il primo laureato nel Metaverso** | Tembo | Migma Group | ARGENTO
- **“Non riabbandonateci mai”** | INC – Istituto Nazionale per la Comunicazione | FACILE.IT | ARGENTO
- **My Green Pasta** | INC – Istituto Nazionale per la Comunicazione | UNIONE ITALIANA FOOD | ORO

COMUNICAZIONE CORPORATE

- **Looking 4** | SEC Newgate Italia | Fondazione Cariplo | BRONZO
- **Finale Ligure** | **The Perfect Place** | Studiowiki | Comune di Finale Ligure | BRONZO
- **“Non riabbandonateci mai”** | INC – Istituto Nazionale per la Comunicazione | FACILE.IT | ARGENTO
- **Emilia più di prima** | Homina | Regione Emilia-Romagna | ARGENTO
- **Guida Turistica ai De serti d’Italia** | HAVAS PR MILAN | Reckitt | ORO

COMUNICAZIONE PRODOTTO

- **Benvenuti al Villaggio Kozel** | Spencer & Lewis | Birra Peroni | BRONZO
- **Refresh Your Strong Side** | HAVAS PR MILAN | Tuborg | ARGENTO
- **Destinazione Bresaola** | INC – Istituto Nazionale per la Comunicazione | Consorzio di tutela Bresaola della Valtellina | ORO



Job Posting | Voice Over



Get the newsletter

ym youmark!

ym interactive!

ym podcast!

ym freelance!

ym partner for your business!

ym art, event & exhibition!

ym for good!



YOUMARK

The PRize, il premio italiano delle Relazioni Pubbliche assegna 6 Ori, 9 Argenti, 6 Bronzi e 3 premi di Industry

30 Marzo 2023



Si è tenuta presso la sala Belvedere al 39° piano di Regione Lombardia, la cerimonia di premiazione della seconda edizione di 'The PRize', premio dedicato alle Relazioni Pubbliche promosso da UNA - Aziende della Comunicazione Unite.

21 i riconoscimenti assegnati dalla giuria di quest'anno, per un totale di 6 Ori, 9 Argenti e 6 Bronzi. A questi si sono aggiunti tre premi Industry assegnati a: My Green Pasta dell'INC - Istituto Nazionale per la Comunicazione per l'UNIONE ITALIANA FOOD; #BlueBalloonChallenge, campagna pharma ad opera di Noesis per Medtronic; "Non riabbandonateci mai", in ambito tech & ICT, ideata sempre dall'INC - Istituto Nazionale per la Comunicazione per FACILE.IT.

In chiusura, il Premio per il migliore progetto gestito da un professionista Pr under 30, in memoria di Filomena Rosato. In questa seconda edizione il premio è stato assegnato a **Edoardo di Pietro** dell'agenzia Tembo per la campagna 'Il primo laureato nel Metaverso'.

Il Premio alla carriera per l'edizione 2023 è stato conferito a **Corrado Augias** per il suo impegno al servizio della cultura, della conoscenza e per la sua capacità di incarnare tutto quello di cui il mondo della comunicazione oggi deve rappresentare: efficacia, autorevolezza e sguardo rivolto al futuro.

"The PRize è la celebrazione delle migliori eccellenze delle Relazioni Pubbliche italiane", ha dichiarato per l'occasione Davide Arduini, Presidente UNA. **"Vogliamo ogni anno riconoscere il valore che è dovuto a questa importantissima disciplina della comunicazione.** Valore che, soprattutto in questi tempi di grandi complessità e incertezze, ha assunto una posizione sempre più centrale nelle strategie di business di aziende, istituzioni e organismi operanti in ogni ambito e settore".

"Questa sera i veri protagonisti sono stati i migliori progetti di Relazioni Pubbliche realizzati nel

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

105047

2022. The PRize assume un significato particolare. Perché mai come in questo periodo storico le Relazioni Pubbliche sono state tanto centrali nella creazione di architetture comunicative davvero strategiche”, ha aggiunto Andrea Cornelli, Vicepresidente UNA e Coordinatore di PRHub. “Mai come ora, infatti, le agenzie di Pr hanno avuto l’opportunità di misurarsi in ambiti innovativi, praticare la resilienza ed essere pronti all’imprevedibile con efficacia. Nei progetti premiati questa sera è emerso il valore di un dna più forte, visionario, sfidante, capace di innovare e di accompagnare i propri clienti a traguardi di grande soddisfazione”.

Le campagne premiate per categoria

INFLUENCER MARKETING

- Wudy Time to be real | Different | AIA | BRONZO
- Campagna Xmas | Havas Media | Pepco | ARGENTO
- #BlueBalloonChallenge | Noesis | Medtronic | ORO

NO PROFIT / CSR

- LA COSCIENZA DI ZETA | Mediatyche | LACTALIS | BRONZO
- GREEN LEAGUE HEROES FOR A CLIMATE OF CHANGE | Eprcomunicazione S.p.A.

Società Benefit | WeWorld Onlus | ARGENTO

- Walking together day by day | Homina | Camst | ARGENTO
- Coca-Cola Italia per Special Olympics | Sec Newgate | Coca-Cola Italia | ARGENTO
- #EmbracingVenice: Lavazza & Saype with “Beyond Walls” | BURSON COHN &

WOLFE S.R.L. | Luigi Lavazza S.p.A. | ORO

- THE SIGN DANCE | Omnicom PR Group Italia | Ente Nazionale Sordi | ORO

MEDIA RELATIONS & STAKEHOLDER ENGAGEMENT

- Racconti di Quartiere | BURSON COHN & WOLFE S.R.L. | American Express | BRONZO
- Il primo laureato nel Metaverso | Tembo | Migma Group | ARGENTO
- “Non riabbandonateci mai” | INC – Istituto Nazionale per la Comunicazione | FACILE.IT |

ARGENTO

- My Green Pasta | INC – Istituto Nazionale per la Comunicazione | UNIONE ITALIANA

FOOD | ORO

COMUNICAZIONE CORPORATE

- Looking 4 | SEC Newgate Italia | Fondazione Cariplo | BRONZO
- Finale Ligure | The Perfect Place | Studiowiki | Comune di Finale Ligure | BRONZO
- “Non riabbandonateci mai” | INC – Istituto Nazionale per la Comunicazione | FACILE.IT |

ARGENTO

- Emilia più di prima | Homina | Regione Emilia-Romagna | ARGENTO
- Guida Turistica ai De serti d’Italia | HAVAS PR MILAN | Reckitt | ORO

COMUNICAZIONE PRODOTTO

- Benvenuti al Villaggio Kozel | Spencer & Lewis | Birra Peroni | BRONZO
- Refresh Your Strong Side | HAVAS PR MILAN | Tuborg | ARGENTO

Registrati
alla nostra
newsletter

A quale
newsletter
vuoi
iscriverti?



yn youmark!



yn interactive!

Email *

Nome *

Cognome

Ho letto e
accetto la
**Privacy
Policy**

REGISTRAMI

• Destinazione Bresaola | INC – Istituto Nazionale per la Comunicazione | Consorzio di tutela Bresaola della Valtellina | ORO

davide arduini

media relation

premi

pubbliche relazioni

una - aziende della comunicazione unite

RELATED ARTICLES



YOUMARK

ADCI - Giovani Leoni 2023. Ecco chi ha vinto

31 Marzo 2023



YOUMARK

Federazione Gomma Plastica sceglie Eprcomunicazione per l'attività di ufficio stampa

30 Marzo 2023



YOUMARK

Spencer & Lewis si aggiudica la gara Pr & Media Relations per l'attività di comunicazione istituzionale e promozione di CityLife, SmartCityLife e CityLife Shopping District (Milano)

30 Marzo 2023

Informativa

Noi e terze parti selezionate utilizziamo cookie o tecnologie simili per finalità tecniche e, con il tuo consenso, anche per le finalità di funzionalità, esperienza, misurazione e marketing (con annunci personalizzati) come specificato nella [cookie policy](#). Il rifiuto del consenso può rendere non disponibili le relative funzioni.

Per quanto riguarda la pubblicità, noi e [terze parti](#) selezionate, potremmo utilizzare *dati di geolocalizzazione precisi e l'identificazione attraverso la scansione del dispositivo*, al fine di *archiviare e/o accedere a informazioni su un dispositivo* e trattare dati personali come i tuoi dati di utilizzo, per le seguenti [finalità pubblicitarie](#): *annunci e contenuti personalizzati, valutazione degli annunci e del contenuto, osservazioni del pubblico e sviluppo di prodotti*.

Puoi liberamente prestare, rifiutare o revocare il tuo consenso, in qualsiasi momento, accedendo al pannello delle preferenze.

Usa il pulsante "Accetta" per acconsentire. Usa il pulsante "Rifiuta" per continuare senza accettare.

Scopri di più e personalizza

Rifiuta

Accetta