

# GP Relational Strategies, partnership rinnovata con PR Hub. Iscrizioni aperte

*A novembre torna l'appuntamento con il premio di TVN Media Group dedicato alle attività di brand reputation, experience & activation. In corsa i miglior progetti negli ambiti digital, Pr, eventi, promo e branded entertainment*

di Andrea Crocioni

**S**ono ufficialmente aperte le iscrizioni alla 25<sup>a</sup> edizione del **GrandPrix Relational Strategies**, il premio di TVN Media Group dedicato alle attività di brand reputation, experience & activation che si terrà a Milano nel mese di novembre. Anche quest'anno sul palcoscenico dell'evento si confronteranno i migliori progetti negli ambiti digital, Pr, eventi, promo e branded entertainment. Si conferma per il quarto anno consecutivo la partnership con **PR Hub**, parte integrante dell'organizzazione dell'award, in campo per dare ulteriore impulso di sistema e creare un'occasione di crescita per il comparto. "Questa collaborazione non è nata per caso, è una scelta condivisa con TVN Media Group che si è rinsaldata con il tempo e ha le sue radici in una visione comune", ha sottolineato **Andrea Cornelli** che della piattaforma partecipativa delle società di Relazioni Pubbliche e Comunicazione è portavoce. "Anche nel 2018 abbiamo fortemente voluto questa partnership, convinti del fatto che il GrandPrix Relational Strategies rappresenti in questo momento il miglior pal-

coscenico in ambito nazionale per poter davvero valorizzare quelle che sono le campagne e i progetti densi di contributo strategico. Oggi un'opportunità rara", ha aggiunto. Uno dei punti di forza del GrandPrix Relational Strategies è la capacità di rinnovarsi anno dopo anno per seguire l'evoluzione del mercato. Un elisir di lunga vita che ha consentito al premio di non perdere mai la sua attualità.

**25<sup>th</sup> International GrandPrix RELATIONAL STRATEGIES**

Powered by  
**tvn media group**  
&  
**pr hub**

"Questo premio, grazie all'impegno di TVN, non rappresenta solo una testimonianza dei valori del presente, ma è sicuramente uno stimolo per portare il settore verso quelli che dovranno essere i valori sempre più centrali per il futuro - ha affermato Cornelli -. In un'epoca in cui si rischia quotidianamente di perdere l'identità in nome dell'orizzontalità dell'offerta, noi riteniamo che la difesa di un Dna specifico, abbinata alla capacità di guardarsi intorno e di coordinare sinergie e contaminazioni, sia il vero valore aggiunto della consulenza che si può offrire a un cliente. Contaminazione che

non vuol dire sovrapposizione, sia ben chiaro. È un tema di oggi e di domani. Noi li muoviamo nell'ottica di una ricerca di integrazione, sinergie e orizzontalità, ma tutelando le verticalità. Questo è l'approccio che condividiamo all'interno di **Assocom** e che il GrandPrix sposa in pieno. Dna diversi devono saper trovare punti di contatto per poter garantire il meglio al cliente". E ha aggiunto:

"Questa partnership ha aiutato l'award a orientarsi in uno scenario sempre più articolato e ad anticipare le tendenze del mercato. Il fatto che le categorie non siano fossilizzate, ma modellate su quello che il mercato sta chiedendo rappresenta un aspetto davvero entusiasmante per le nostre agenzie. Parlare di Relational Strategies, del resto, significa ridare centralità alla strategia, una parola chiave per noi comunicatori soprattutto tenendo conto che ci muoviamo in un mondo in cui si rischia di dare estremo valore alle operazioni tattiche". Cornelli, in conclusione, ha posto l'accento sul contributo del GrandPrix alla crescita 'culturale' del settore: "Trovo che momenti come questo abbiano una straordinaria valenza educativa per tutto il mercato, dalle agenzie ai responsabili marketing e comunicazione delle aziende. Questo award permette



ANDREA CORNELLI

di guardare avanti, cogliere spunti e ispirarsi. Ma non solo, ti consente di confrontare il tuo pensiero, il tuo modo di porti con chi ti sta accanto. Non è più il tempo di pensare alle crescite dei singoli, la crescita del singolo va accompagnata alla crescita di un intero mercato. Questo premio contribuisce a educare verso la condivisione, quello 'sharing' della conoscenza che in altri settori è un must e che nel nostro comparto ha fatto più fatica a essere colto. I GrandPrix Relational Strategies aiuta a rendere più solido il rapporto fiduciario fra competitor: questo significa rendere a tutti evidente la necessità di collaborare per obiettivi comuni, rimandando concorrenti leali sul libero mercato".

Per informazioni: [relationalstrategiesgrandprix.com](http://relationalstrategiesgrandprix.com), [grandprix@tvnmediagroup.it](mailto:grandprix@tvnmediagroup.it).

**13 E 14 OTTOBRE**  
nelle principali piazze italiane

**la zuppa della Bontà**

è buona per te  
e scalda l'inverno dei senzatetto!  
Chef Roberto Valbuzzi

Il 13 e 14 ottobre i volontari di Progetto Arca scendono in piazza con la zuppa della Bontà. Scopri la piazza più vicina a te su [www.lazuppadellabonta.it](http://www.lazuppadellabonta.it)