

Home / ADVexpress / News / Industry / Premi / Epica Awards 2018: il Grand Prix Alternative va...

15/11/2018 23:50



Premi

Epica Awards 2018: il Grand Prix Alternative va Publicis Italia per la campagna Diesel 'Go with the fake'

Successo per l'Italia all'edizione di quest'anno del premio. Il Grand Prix all'agenzia guidata da Bruno Bertelli si aggiunge ai 6 ori, 1 argento e 5 bronzi dei giorni scorsi.

Si sono conclusi con successo per l'Italia gli **Epica Awards 2018**, i premi assegnati da una giuria composta dalla stampa di settore

Il nostro Paese si è aggiudicato il Grand Prix *Alternative* con la campagna **Diesel** 'Go with the fake' che aveva vinto un oro nella categoria Consumer Direct e un argento in Media Innovation/Alternative Media. Il progetto, ricordiamo, ruota attorno al tema dei 'fake' con l'apertura di un negozio di capi contraffatti e la

creazione di un falso logo 'Deisel'.

Il riconoscimento si aggiunge ai **6 ori, 1 argento e 5 bronzi** assegnati nei giorni scorsi. Ovvvero: un oro **Dude** per *'Black Future Social Club'* per **Netflix** nella categoria Online Media che si aggiunge ai due ori per il medesimo progetto nella categoria Events ed Experiential & Shopper Marketing. 'Go With The Fake' si è aggiudicata anche il **Grand Prix agli ADCI Awards**, che si sono tenuti nella serata conclusiva di **IF! Italian Festival 2018** ([Leggi news](#)).

Un oro e un argento alla campagna **Diesel** *'Go with the fake'* di **Publicis Italia** rispettivamente in Consumer Direct e Media Innovation/Alternative Media.

Un oro a **Publicis Italia** anche per la campagna Heineken *'Unmissable'* in Alcoholic Drink Film. Un oro anche a **DLV BBDO** per la campagna **Fare X Bene Onlus** *'No more empty desk'* in Branded Content/Film. Un bronzo in Publication Design per il *Calendario Lavazza '2030 What are we doing?'* di **Armando Testa**, un bronzo a **We Are Social** per la campagna *'The campaign that doesn't exist'* per Netflix.

Publicis ha vinto un bronzo per la campagna **Diesel** *'Keep the world flawed'* nella categoria Fashion; lo stesso metallo è andato a **Ddb** per **Ikea** *'The Room'* in best use of sound e ad **Alkemy** per la campagna abbonamenti dell'Inter *'The masterpiece'* in Recreation&Leisure.

Ecco gli altri Grand Prix degli Epica Awards 2018. Il GP FILM è stato assegnato a *'The Party Bus'* di **Shiseido**, firmato da Shiseido creative department, il GP Print a *'Highlight the Remarkable'* di **DDB Group Germany** per Stabilo. Il Grand Prix Digital è andato a **Rothco|Accenture Interactive** con *'JFK UNSilenced'* per The Times News/ UK & Ireland. **72andSunny Los Angeles** ha vinto il Grand Prix Design con il progetto di brand identity *'LA Original'* per la città di Los Angeles. Il Grand Prix Responsibility è andato a **McCann New York** per la campagna *'Price on our Lives'* per March for our lives contro l'uso delle armi e le sparatorie a scuola.