

HOME » CAMBI POLTRONA » GEO CECCARELLI È IL NUOVO CHIEF CREATIVE OFFICER DEL GRUPPO RONCAGLIA



Geo Ceccarelli è il nuovo chief creative officer del Gruppo Roncaglia

Postato da: Redazione il: febbraio 27, 2019 In: CAMBI POLTRONA

[Stampa](#) [Email](#)

CONDIVISIONI



Attitudine all'innovazione, accento sulla creatività e approccio osmotico: sono queste le forti affinità che hanno portato **Geo Ceccarelli a ricoprire il ruolo di Chief creative officer del Gruppo Roncaglia.**

L'agenzia prosegue così nel suo percorso di costante evoluzione, che si sviluppa in coerenza con un Dna orgogliosamente indipendente, radicato nella realtà italiana ma con uno sguardo sempre volto all'orizzonte internazionale.

Geo Ceccarelli vanta una consolidata esperienza creativa e imprenditoriale, che, dopo un percorso in diversi grandi gruppi di comunicazione, lo ha visto general manager e direttore creativo esecutivo di TBWA\Italia, dove ha firmato campagne per clienti come ENI, Nissan, McDonald's o BNP Paribas, ottenendo inoltre numerosi riconoscimenti internazionali.

"Sono veramente contento di unirmi a questa squadra eccezionale in una organizzazione non convenzionale, dove non si lavora per reparti ma per team, permettendo così di mettere a frutto i diversi know how, le competenze e le conoscenze dei talenti che di anno in anno hanno arricchito l'agenzia", afferma Ceccarelli.

"Per visione e visionarietà della famiglia Roncaglia - aggiunge Ceccarelli - in questi anni il Gruppo si è sempre più evoluto verso una comunicazione che definirei "in life", dove non ci sono confini tra l'on e l'off line e dove un canale retail, i social media, i broadcaster, gli eventi, costruiscono insieme un'esperienza ingaggiante. Anche per questo, mentre gli hub internazionali sono orientati verso una creatività sempre più omologata, l'indipendenza può rivelarsi un fattore decisivo per una comunicazione innovativa ed efficace".

"Siamo convinti che per gestire le dinamiche di marketing e di business di un gruppo di comunicazione come il nostro serve un approccio unico - osserva Paolo Roncaglia, Presidente CdA del Gruppo - per questo il profilo di Geo Ceccarelli, che è insieme manageriale e creativo, corrisponde in pieno al nostro obiettivo. Questo approccio parte dalla consapevolezza che i brand sono persone e necessitano di una modalità di relazione osmotica e a tutto tondo con i consumatori, persone essi stessi".

"Siamo sempre stati convinti che investire nel valore delle competenze sia la leva per innovare ed essere reattivi nel mercato - evidenzia Roncaglia - e siamo certi che l'esperienza di Geo saprà dare una marcia in più all'agenzia".

Tags: [Cambì Poltrona](#) [Geo Ceccarelli](#) [Gruppo Roncaglia](#) [nuove nomine](#)



« **Precedente**
Elena Sacco nuovo membro dell'Advisory Board di Campus Fandango Club

Successivo »
Whirlpool: Luigi La Morgia AD Italia e Vice Presidente Operazioni Industriali EMEA



AUTORE



Redazione



ARTICOLI CORRELATI



Whirlpool: Luigi La Morgia AD Italia e Vice Presidente Operazioni Industriali EMEA
febbraio 27, 2019



Elena Sacco nuovo membro dell'Advisory Board di Campus Fandango Club
febbraio 27, 2019



Roberto Liscia rieletto Presidente di Netcomm: in carica fino alla fine del 2021
febbraio 26, 2019



SCOPRI TUTTI I VANTAGGI DEL NOLEGGIO A LUNGO TERMINE



L'AUTO SENZA IL PESO DELL'AUTO

PASSA AL NOLEGGIO SU mobilitysolutions.it

ALD Automotive

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Nome

Email *

Iscriviti

ARTICOLI RECENTI

- » Will Smith's Bucket List debutta su Facebook Watch 28 febbraio 2019
- » Top Brands Make-Up: il Gruppo L'Oréal sbarca i social. NYX, Wycon, Lancome e MAC i brand più coinvolgenti 28 febbraio 2019
- » Nei panni di una webstar: l'intervista a LaSabri 28 febbraio 2019

ALL ABOUT ITALY

ALL ABOUT ITALY

- » "Vincere insieme è il segreto del Made in Italy": intervista a Paolo Del Panta, Editor in Chief di All About Italy 19 dicembre 2016
- » ALL ABOUT ITALY incontra Jean-Christophe Babin, CEO Bulgari 10 ottobre 2016
- » La memoria che guarda al futuro: intervista a Lucia Boscaini, Brand and Heritage Curator Bulgari 3 ottobre 2016

FOCUS

- » Innovation e Customer Experience digitale i due pilastri di Vodafone Italia 6 dicembre 2016
- » Consumer Journey e modelli di attribuzione: i limiti dell'analisi last click 11 ottobre 2016
- » Tutti pazzi per l'Inbound Marketing 20 settembre 2016