

17 dicembre 2018

Il Gruppo Roncaglia si riorganizza per affrontare nuove sfide

Categoria: Aziende, carriere e indagini di mercato



Il Gruppo Roncaglia chiude il 2018 con un forte slancio verso il futuro e si riorganizza per affrontare le prossime sfide grazie all'arrivo di nuove importanti figure professionali e con una struttura più dinamica, aggressiva ed efficace.

È recente il passaggio di testimone ai vertici dell'azienda: Paolo Roncaglia è stato nominato presidente del CdA del Gruppo e si conferma amministratore unico della Roncaglia Digital Marketing; Giulia Roncaglia è l'attuale direttore generale del Gruppo, nonché amministratore unico della Roncaglia Relationship Marketing; Camilla Roncaglia è il nuovo client service director del Gruppo e presidente del CdA della Roncaglia Above Communication, rimanendo amministratore unico della Roncaglia Consumer Intelligence.

Rilevanti i cambiamenti sul fronte dei nuovi arrivi. È salito a bordo il nuovo chief creative officer, Geo Ceccarelli: molto attento alla centralità del contenuto, è stato a lungo general manager e direttore creativo esecutivo in TBWA\Italia ed ha lavorato nei più grandi gruppi di comunicazione ottenendo numerosi riconoscimenti internazionali. L'assetto finanziario del Gruppo si rafforza grazie all'apporto del nuovo CFO Peter Celli, che vanta una pluriennale esperienza (di cui dieci anni in Johnson & Johnson) come responsabile finanziario e amministrativo e nella gestione delle risorse umane. In continuità con le radici dell'agenzia, l'arrivo di Patrizio Giampaoli, professionista esperto in ATL e Media che consolida la business unit del Gruppo dedicata a queste attività.

Il ricambio generazionale alla direzione del Gruppo avviene in coerenza con i valori che in oltre quarant'anni di attività hanno consentito all'agenzia di crescere, evolvendosi costantemente.

Paolo, Giulia e Camilla Roncaglia condividono una formazione di standard internazionale (con diverse specializzazioni in business administration, business strategy, marketing e comunicazione) e l'esperienza professionale, maturata anche all'estero e riversata poi nell'agenzia. Qui, a partite dal 2004, hanno proseguito la loro attività contribuendo a ridisegnare il Gruppo, le sue unit produttive ed il suo portafoglio servizi, giungendo sino all'attuale assetto.

“Pensiamo che la ‘human intelligence’ sia ancora la vera leva strategica del nostro settore. Per questo abbiamo puntato su figure di indubbio valore professionale, di consolidata esperienza ed eccellenza creativa”, dichiara Giulia Roncaglia, direttore generale del Gruppo. “Come agenzia indipendente, che fa dell'innovatività dell'offerta il suo punto di forza, continuiamo a credere nel coraggio delle idee e ci proiettiamo verso i prossimi traguardi coerenti con lo spirito del nostro motto: ‘Engage the Future’”.