

20/02/2019 16:50



Paolo Roncaglia e Geo Ceccarelli

Presidente Cda Gruppo Roncaglia e Chief Creative Officer

ADVexpress TV

Partner

## Roncaglia: "Con Geo Ceccarelli come CCO il Gruppo Roncaglia spinge sull'innovazione e su un approccio di comunicazione 'in life', efficace lungo tutto lo user journey dei clienti". Ceccarelli: "Focus su qualità, premi e nuovi clienti"

Dopo il suo arrivo nel Gruppo Roncaglia come nuovo CCO di tutto il Gruppo, abbiamo intervistato il noto creativo insieme a Paolo Roncaglia, presidente del CdA del Gruppo, per conoscere le prossime sfide di questa grande realtà indipendente della comunicazione, al centro di un importante percorso di rinnovamento verso una creatività ancor più mirata ed efficace grazie alle capabilities presenti all'interno: creatività, marketing, loyalty, branded content, eventi, retail, attività sul territorio, lettura, analisi e conversione dei dati in insight qualitativi.

Dopo aver annunciato l'arrivo nel **Gruppo Roncaglia** di **Geo Ceccarelli** come nuovo CCO di tutto il Gruppo (leggi [news](#)), abbiamo intervistato in anteprima il creativo - volto noto dell'industry della comunicazione per aver ricoperto i ruoli di general manager e direttore creativo esecutivo in TBWA\Italia - insieme a **Paolo Roncaglia**, presidente CdA del Gruppo, per conoscere le prossime sfide di questa rilevante realtà della comunicazione, al centro di un importante percorso di rinnovamento.

Durante gli anni in TBWA, Ceccarelli ha firmato campagne pubblicitarie per aziende come *Eni, Nissan, BMP Paribas, McDonald's*, per poi diventare imprenditore, da fine 2016, fondando l'agenzia *Break\_Fast*, specializzata nell'offerta di content marketing alle aziende.

Il creativo fa il suo ingresso in un'agenzia che da sempre fa **dell'indipendenza** un suo tratto distintivo che per questo riesce ad offrire ai clienti una **creatività ancor più mirata**: un plus importante in uno scenario nel quale la tendenza dei network è verso progetti e campagne sempre più globali e convenzionali, trasferite poi nei diversi paesi.

Ceccarelli ha accettato la nuova sfida, convinto dall'approccio di *comunicazione "in life"* che caratterizza il Gruppo Roncaglia e che **supera le distinzioni tra media e atl, btl e digital, con un'offerta incentrata sullo user journey a 360°**.

Un'offerta, evidenzia Ceccarelli, basata su una **grande attenzione all'efficacia in ogni step di ogni progetto**, grazie alle capabilities presenti all'interno del Gruppo Roncaglia. *Creatività, marketing, loyalty, branded content, eventi, retail, attività sul territorio, lettura, analisi e conversione dei dati in insight qualitativi*, sono tutte realtà che nel Gruppo agiscono in sinergia.

Un modello organizzativo unconventional, in cui non si lavora per reparti ma per team, permette ai talenti che di anno in anno hanno arricchito l'agenzia ("una squadra eccezionale", sottolinea Ceccarelli) di scambiare know how, competenze e conoscenze. Ceccarelli, spiega Paolo Roncaglia, è stato scelto perché è un professionista **coerente con i valori dell'agenzia e con l'approccio creativo basato all'innovazione**. Un approccio che parte dalla consapevolezza che **i brand sono persone e necessitano di una modalità di relazione unica e a tutto tondo con i consumatori**, persone essi stessi. Allo stesso modo, riflette Roncaglia, serve un approccio unico nel gestire le dinamiche di marketing e di business di un gruppo di comunicazione ed il profilo insieme manageriale e creativo di Ceccarelli è risultato il migliore per questo obiettivo.

Quali gli obiettivi da raggiungere nei prossimi 12 mesi? Per Ceccarelli **un'asticella della qualità del lavoro ancora più alta, la vittoria di ulteriori premi e naturalmente l'arrivo di nuovi clienti**.

Lo stesso vale per **Paolo Roncaglia**, che annuncia la volontà di spingere ulteriormente **sull'innovazione e sull'innovatività dell'offerta**, punti di forza che fanno la differenza per un gruppo indipendente.

Infine, un'occhiata al mercato, che secondo l'osservatorio del Gruppo è in ripresa dopo anni difficili e offre interessanti opportunità di business, sia all'agenzia sia al comparto della comunicazione nel suo complesso.