

**Alpitour****Alessandro Seghi**

Alessandro Seghi ha assunto la direzione dei settori marketing e commerciale della divisione Alpitour, nonché il ruolo di direttore marketing strategico del gruppo Alpitour. Fino al 2002 Seghi ha ricoperto incarichi nei settori comunicazione, consulenza e business development per Rhone-Poulenc Italia, Ceccarelli Pims & Associati e Pemod Ricard Italia. Dal 2002 al 2008 ha lavorato nell'area sales & marketing di Valtur e dal 2008 al 2015 ha guidato la divisione Marketing ed Ecommerce del gruppo Blucanize.

**Aviva Italia****Phil Willcock**

Aviva annuncia che l'1 aprile Patrick Dineuf lascerà il ruolo di ceo di Aviva Italia per assumere un nuovo incarico a livello di gruppo a Londra. Nuovo ceo sarà Phil Willcock, che nel gruppo ha ricoperto diversi ruoli di senior manager e che attualmente è president director di Aviva in Indonesia. Classe 1971, Willcock vanta un'esperienza di oltre 20 anni nel settore assicurativo in Gran Bretagna e Asia, con forti competenze nelle aree marketing, customer proposition e sviluppo del business.

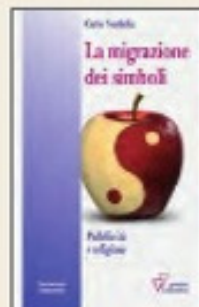
**Mondelez****Massimo Estrinelli**

Massimo Estrinelli è stato nominato managing director della divisione Meals di Mondelez International in Italia e Grecia. Nato a Milano, 46 anni, laureato in Economia e Commercio all'Università Cattolica di Milano, Estrinelli è approdato nel gruppo 20 anni fa. In esso ha ricoperto diversi ruoli a livello sia nazionale sia internazionale, fino a divenire nel 2010 Area Finance director per il Sud Europa. Recentemente ha anche guidato l'implementazione a livello europeo di Zero Base Budgeting Cost.

**Bridgestone****Stefano Parisi**

Bridgestone Europe ha nominato Stefano Parisi managing director di Bridgestone Europe South Region, una delle 6 regioni in cui sono raggruppate le società europee del gruppo, che comprende 14 paesi tra cui l'Italia. Laurea in Economia aziendale presso l'Università Bicconi, Parisi ha maturato 17 anni di esperienza nel settore degli pneumatici, in Italia, Germania ed Europa dell'est, ricoprendo diversi ruoli di crescente responsabilità nelle vendite, nel marketing e nella direzione di divisioni commerciali.

***Asterisco**
di Pier Giorgio Cozzi



**PUBBLICITÀ
E RELIGIONE**

Sulla strada aperta da "Gesù lava più bianco" di Bruno Ballardini si pone oggi specularmente il libro "La migrazione dei simboli. Pubblicità e religione" (Guerini e Associati), in cui il sociologo Carlo Nardella analizza i riferimenti religiosi nella pubblicità apparsa sulla stampa periodica dagli anni Cinquanta a oggi. E soprattutto s'interroga sul perché la pubblicità fa ricorso a contenuti di carattere religioso per promuovere prodotti che con la religione hanno poco o nulla a che fare.



**SE IL MUSEO
È IN AZIENDA**

I musei aziendali costituiscono un interessante strumento di marketing e di comunicazione, che però stenta a essere utilizzato secondo le sue potenzialità. Un manuale, "La comunicazione di musei e archivi d'impresa" di Domenico Leggeri (Luibrina Editore) analizza tutte le metodologie di comunicazione applicate a musei e archivi d'impresa, individuando criticità e suggerendo soluzioni.



**Retwittati
da Silvia Conti**

social media &
communication manager
@contisilvia

@ninjamarketing

@CocaCola da 4 brand a uno solo. In diretta da Parigi l'annuncio mondiale del direttore marketing

@O_Multicanalita

Boaretto: "La multicanalità non vuol dire essere presente su tutti i punti di contatto, ma scegliere razionalmente" #OM15 #multicanalita

@Osserv_Digital

Le imprese che seguono un approccio orientato alla #multicanalita stanno ottenendo grandi risultati #OM15

@boboarezzo69

Sembro un uomo efficiente e poi non riesco a finire manco 'na raccolta punti del supermercato



"Per garantirsi il successo futuro, retailer e brand dovranno assicurarsi una connessione emotiva con i propri consumatori. Tcc, che opera in 60 paesi nel mondo, ha l'esperienza che occorre per aiutarli". Perry Valkenburg

Tcc, società specializzata nei programmi di fidelizzazione, ha nominato Perry Valkenburg come nuovo ceo. Per assumere il nuovo incarico, Valkenburg ha lasciato l'agenzia pubblicitaria Tbwa, dove ha lavorato negli ultimi 20 anni e dove è stato presidente delle International & Global Operations, con delega sulla gestione dell'offerta globale nei segmenti dati, shopper marketing e digital. Nel suo curriculum vanta tra l'altro lo sviluppo di Wish, l'innovativa piattaforma interattiva per lo shopping.