

La società di telecomunicazioni vara la riorganizzazione. La finanza a Percuoco

# Eolo rafforza il vertice aziendale

Daniela Daverio alla guida della nuova direzione generale

DI MARCO LIVI

**E**olo continua a crescere e arricchisce l'organizzazione dirigenziale al suo interno. Recentemente, infatti, la società di telecomunicazioni attiva nel fixed-wireless ultra-broadband per i segmenti business e residenziale, si è dotata di una direzione generale, che avrà lo specifico obiettivo di coordinare e ottimizzare tutte le attività operative di processo e progettuali per renderle più efficaci e funzionali alla strategia aziendale. A capo della nuova direzione come chief operational officer (coo) c'è **Daniela Daverio**, da sempre figura di riferimento dell'azienda di Varese.

A ricoprire il ruolo di chief financial officer (cfo) sarà invece **Paolo Percuoco**. Il manager è arrivato in Eolo dopo l'esperienza come cfo per Iliad Italia, dove ha fatto parte del team di start-up, entrando nell'azienda di tlc come uno dei primi dipendenti. In precedenza ha lavorato per 6 anni in Sky Italia, dove



Daniela Daverio

è stato head of reporting & consolidation e finance business manager per cto, capex e cash.

«Eolo è un'azienda in forte espansione: la nostra mission risponde in maniera sempre attuale ai reali bisogni di digitalizzazione del Paese e questo richiede impegno, visione e una struttura che riesca ad adeguarsi al cambiamento. Daniela Daverio conosce profondamente l'azienda ed è da sempre al nostro fianco. Sono sicuro che ricoprirà que-



Paolo Percuoco

sto nuovo ruolo di guida e coordinamento con successo», ha commentato **Luca Spada**, presidente e fondatore di Eolo. «Siamo entusiasti di accogliere Paolo Percuoco nel ruolo di cfo, sono convinto che il suo contributo e la sua esperienza saranno fondamentali per accompagnare Eolo verso nuovi importanti traguardi. A entrambi rivolgo il mio personale in bocca al lupo per questa nuova esperienza».

© Riproduzione riservata

## Berlin Packaging, Hayes nominato ceo e presidente

**William J. Hayes** è il nuovo ceo e presidente, nonché membro del board of directors di Berlin Packaging, società con sede a Chicago (Illinois) specializzata in contenitori e chiusure in vetro, plastica e metallo. Originario di Chicago, Hayes ha studiato gestione aziendale alla Northern Illinois University e alla Kellogg School of Management della Northwestern University.



William J. Hayes

Hayes arriva da BrandSafeway, dove è stato ceo e presidente. In precedenza è stato presidente di Honeywell Safety Products e ha ricoperto incarichi dirigenziali in Nitto Denko, Brady e Johnson & Johnson. Berlin Packaging è una società parte del portafoglio di Oak Hill Capital Partners (Oak Hill) e Canada Pension Plan Investment Board (CPP Investments) ed è presente in Europa con Bruni Glass, il principale distributore di packaging con sede centrale in Italia e attivo nella fornitura di contenitori speciali in vetro per i mercati del vino e della birra, dei distillati, di tutti i prodotti alimentari e gourmet.

© Riproduzione riservata

### BREVI

**Parte Windtre Rising Stars Series.** Si disputerà oggi, sul circuito tedesco di Sachsenring, la prima sfida della nuova competizione del MotoGP eSport Windtre Rising Stars Series. Windtre, azienda guidata da Jeffrey Hedberg, è main sponsor di questo campionato "ad alta velocità" e metterà a disposizione dei "pilotti del futuro" la propria rete. Il progetto si inserisce nell'ambito della partnership con il Campionato del mondo MotoGP eSport 2020 e sancisce l'ingresso di Windtre nel mondo dell'eSport e del gaming.

**Telepass, arriva il noleggio di un'auto Arval tramite l'app.** Telepass, in partnership con Arval Italia, specializzata nel noleggio a lungo termine e nei servizi di mobilità, offre in anteprima ai clienti che hanno scaricato l'app Telepass Pay la possibilità di noleggiare un'auto con un clic. Attraverso l'app Telepass Pay, sarà infatti possibile scegliere l'auto, riceverla in consegna a domicilio e, in un unico canone mensile, disporre del noleggio per 36 mesi con 100 mila km inclusi comprensivo di manutenzione ordinaria e straordinaria, assistenza h24 e soccorso stradale, bollo auto e copertura assicurativa.

**Pramerica SGR accanto a Marevivo per valorizzare il capitale naturale dell'Italia.** Grazie al contributo di Pramerica SGR, quest'anno Marevivo dà il via al progetto «Rispetta il tuo capitale» attraverso il quale verrà riqualificata e ripristinata un'area marina italiana, valorizzandone successivamente i risultati in uno studio realizzato in collaborazione con l'Università Luigi Bocconi di Milano e l'Università degli Studi di Genova. In particolare, sono iniziati i primi interventi ambientali nell'area di Marina di Cecina, in Toscana, per la tutela della posidonia oceanica, pianta acquatica caratteristica del Mar Mediterraneo, nonché preziosa risorsa per l'habitat marino.

**La realtà aumentata per il nuovo album di Guè Pequeno.** AnotheReality, attiva nello sviluppo di soluzioni immersive in realtà aumentata, ha lanciato Mr.Fini - The Experience, l'app che accompagnerà i fan del rapper Guè Pequeno alla scoperta del suo nuovo album in uscita il 26 giugno 2020. Disponibile gratuitamente su Apple Store e Google Play, l'applicazione usa la realtà aumentata per trasportare l'utente all'interno della camera d'albergo ritratta sulla copertina del disco introducendo così un nuovo modo di proporre la musica che riempie il gap imposto dal distanziamento sociale: accompagna la pubblicazione dell'album in modo innovativo e coinvolge l'utilizzatore, grazie ai contenuti e all'interazione con l'artista.

## Filmedia, nasce la concessionaria che lega influencer e imprese

Una concessionaria per collegare influencer, celebrities, star del web e dei social con agenzie e imprese. Si tratta del nuovo business aperto da Filmedia, società guidata da Filippo Mori Ubaldini che in passato ha lanciato in Italia numerosi marchi del settore media internazionali da Shutterstock Italia a Scripps Networks (Fine Living e Food Network) e ORF Enterprise.

Fra le altre cose, la società, attraverso Filmedia Digital, ha già siglato una partnership commerciale con la talent agency Wannabe Management per la promozione di alcuni dei più importanti talent del momento. Wannabe, fondata nel 2015 da un'idea di Cristiano Cesario, ha tra gli altri nel proprio portafoglio Benedetta Gargari, Il Volo, Stefano De Martino, Giulia Pauselli, Nima Benati, Arianna Cirrincione. «Gli Influencers sono coloro che hanno la capacità di parlare al pubblico, di ragionare con loro ed emozionarlo», ha spiegato Cesario. «Abbiamo deciso di coinvolgere e rappresentare solo veri e propri talenti, provenienti da diversi settori, in grado di comunicare con un nuovo linguaggio e raccontare le proprie passioni alle Aziende e agli utenti che, mai come in questo momento, scelgono e vogliono ascoltare chi ha talento e un linguaggio reale».

«Crediamo sempre più che gli influencer siano i nuovi media», ha detto Mori Ubaldini, «lo vediamo non solo dalla rilevanza dei follower e dal tasso di engagement ma quanto gli stessi talent stiano diventando sempre più dei grandi professionisti, questo grazie al lavoro attento e meticoloso delle agenzie di talent che li accompagnano».

Ultimo progetto di Filmedia è quello realizzato per il lancio della nuova Goleador, la storica caramella gommosa

di Perfetti Van Melle oggi in versione Tricolor, nata per celebrare la passione degli italiani per il Tricolore, simbolo dell'orgoglio di una nazione che sa essere unita nei momenti che contano.

Filmedia Digital ha lavorato insieme con Selection, l'agenzia creativa del gruppo Perfetti su una campagna che ha coinvolto 4 creator su TikTok. La nuova challenge #welovetricolor ha preso il via lo scorso 12 giugno con i video dei giovanissimi influencer Zoe Massenti, Jason Gagliani, Folza e Jack Canevali e ha coinvolto milioni di follower in una sfida a ritmo di Tricolor Samba, la musica creata per l'occasione da Goleador.

Nel primo weekend della campagna, creata da Selection in collaborazione con il social probabilmente più amato dai giovani, sono stati oltre 1.500 gli utenti che hanno creato centinaia di video utilizzando #welovetricolor generando più di 90 milioni di visualizzazioni. Una risposta che ha reso la sfida una delle più virali e di successo degli ultimi mesi su Tik Tok che ha permesso al brand di acquisire in pochi giorni più di 65 mila follower sulla sua nuova pagina.

«Siamo davvero felici di essere stati scelti da un leader del settore come Selection, agenzia del gruppo internazionale Perfetti Van Melle, che ha deciso di collaborare con noi per l'implementazione di questa campagna di Influencer marketing», ha detto dichiara Federico Chimenti, head of digital di Filmedia. «Vedere una challenge partire da TikTok», ha aggiunto Mori Ubaldini, «e diventare uno dei tormentoni del momento, generando decine di milioni di visualizzazioni ci riempie di orgoglio e conferma l'importanza sempre crescente dell'influencer marketing».

© Riproduzione riservata