

Cambio al vertice dell'azienda. Agostino Santoni vicepresidente per il Sud Europa

# Cisco Italia promuove Manghi

## È stato nominato amministratore delegato della società

DI MARCO LIVI

**C**ambio al vertice di Cisco Italia. **Gianmatteo Manghi** è stato nominato amministratore delegato al posto di **Agostino Santoni**, diventato recentemente vicepresidente per il Sud Europa del gruppo specializzato nei settori del networking e dell'information technology.

Manghi, 56 anni, laureato in economia e commercio all'Università La Sapienza, è entrato in Cisco nel 2000, dopo precedenti esperienze in Ericsson e Digital Equipment. Da allora ha ricoperto vari ruoli di management in ambito vendite, prima nel segmento service provider poi, dal 2009, come south collaboration sales director. Negli ultimi sette anni è stato il direttore commerciale della filiale tricolore di Cisco.

«Manghi ha raggiunto risultati importanti, sviluppando grandi progetti innovativi per il nostro mercato e accompa-



Gianmatteo Manghi

gnando con successo i nostri clienti nella loro trasformazione digitale, costruendo relazioni forti con loro e con i nostri partner. Sono certo che con le sue capacità e la sua passione saprà dare ulteriore impulso al nostro impegno

per fare in modo che la tecnologia esprima pienamente il suo potenziale di impatto positivo per la società, l'economia e la sostenibilità», ha commentato Santoni, a cui il manager nel suo nuovo ruolo riporterà.

«Sono onorato di questo incarico, che arriva in un momento di grandi cambiamenti e grandi opportunità per il Paese, le sue imprese, i cittadini e per Cisco stessa, che in questi anni si è trasformata, collaborando con clienti e partner per affrontare tante nuove sfide», ha commentato il neo amministratore delegato. «Oggi abbiamo l'occasione di realizzare un futuro più inclusivo, in un quadro europeo di rilancio orientato alla transizione ecologica e digitale. Possiamo veramente utilizzare le tecnologie per costruire insieme un'Italia "in verde e in blu", valorizzando i due pilastri che permettono di crescere unendo modernità e sostenibilità».

© Riproduzione riservata

## A Daloiso il marketing di McDonald's nella Penisola

**Raffaele Daloiso** è il nuovo chief marketing officer di McDonald's Italia. Il manager si occuperà di rafforzare il posizionamento del brand della ristorazione che nella Penisola conta 610 ristoranti (il 90% gestiti con la formula del franchising) per un totale di 25 mila persone impiegate. Daloiso riporterà direttamente a **Dario Baroni**, recentemente nominato vice president brand & customer experience.

Dopo la laurea in economia aziendale presso l'Università Bocconi, Daloiso ha iniziato la sua carriera a fine anni 90 in Unilever, occupandosi dello sviluppo di marche per la cura della persona, in Italia e negli Stati Uniti. È passato poi in McKinsey dove si è occupato di consulenza strategica non solo nel consumer goods ma anche in altri settori tra cui grocery retail, telecom, media, energia, automotive. Nel 2009 è entrato in Barilla come direttore marketing fino a diventare chief marketing officer di gruppo.

© Riproduzione riservata



Raffaele Daloiso

## Gruppo Meregalli, più digitale e sostenibilità per vini e spirits

Il 2020 è stato un anno tutto sommato positivo per il gruppo Meregalli, l'azienda che opera nella distribuzione di vini e spirits nazionali e internazionali con oltre 1.500 eccellenze del panorama enologico mondiale. Rispetto al 2019, infatti, anno a regime e record, lo scorso anno c'è stato un lieve calo di fatturato che è restato comunque a un livello superiore di quello del 2018.

Il 2021, invece, si è aperto con un andamento decisamente positivo. Nel primo trimestre si registra un +51% rispetto allo stesso periodo del 2020 (per le società Meregalli Wines, Meregalli Spirits e Visconti43). Il gruppo prevede un costante monitoraggio con conseguente personalizzazione del servizio, per agevolare la clientela di riferimento, il canale horeca. I prossimi interventi comprendono inoltre un miglioramento della ricettività delle sedi, con specifiche aree dedicate a visite per la clientela; il potenziamento delle capacità di logistica; lo sviluppo del portfolio prodotti, soprattutto per la neonata Visconti43, sempre alla ricerca di eccellenze italiane, e per Meregalli Spirits in continua crescita dovuta a un maggior consumo di distillati premium. È previsto inoltre il potenziamento dell'area digitale del gruppo (fra l'altro con MeregalliPremium.it orientato alla clientela privata) e il 'Green Focus', un importante programma per una conversione verso un approccio sempre più ecofriendly.

«Anno che parte in salita», ha detto **Corrado Mappelli**, coo e member of board di Gruppo Meregalli, «vedremo consolidarsi le abitudini di acquisto e consumo cresciute nel 2020, riteniamo che molte delle abitudini adottate dal consumatore nel corso di questi ultimi periodi di pandemia si trasformino in consuetudine. Prevediamo un anno di trasformazione del settore dove comunque vige la regola della flessibilità».

Tornando al 2020, la riduzione complessiva del fatturato totale è stata di circa il 9% circa, con un -30% on trade di hotel, ristoranti e catering, e +6% off trade di enoteche, grossisti, gdo, e-commerce e un +6% di aziende e privati nel periodo novembre-dicembre 2020.

© Riproduzione riservata

## Audi rinnova la partnership con Confindustria Servizi

Servizi e soluzioni commerciali in esclusiva che vanno incontro alle specifiche esigenze di gestione della mobilità d'impresa, comprendendo anche l'area del service. È il cuore della partnership rinnovata fra Audi Italia e Confindustria Servizi che prevede per tutti gli associati un numero verde e una e-mail dedicata per rispondere alle esigenze commerciali e di mobilità.

Nel dettaglio, l'offerta commerciale riservata agli associati di Confindustria include la possibilità di un leasing finanziario comprensivo di pacchetto di manutenzione della vettura con un tasso di interesse dell'1,49%. In caso di noleggio, sarà applicato una riduzione aggiuntiva del canone di 35 euro rispetto alle tariffe di noleggio a lungo termine previste a oggi.

Per accompagnare il cliente in tutte le fasi di vita della vettura, le proposte Audi comprendono un'offerta Service che include quindi la manutenzione ordinaria e straordinaria per il noleggio a lungo termine, mentre per il leasing finanziario è previsto un piano di manutenzione prepagato che garantisce la qualità del servizio Audi a un prezzo fisso.

Con questa partnership Audi conferma la sua forte presenza nel mondo flotte e il focus sulle soluzioni tailor made. L'offerta consente ampia libertà di scelta come la possibilità di spaziare tra soluzioni tecniche differenti, servizi finanziari con contenuti personalizzabili e servizi after sales anche da remoto. In particolare, la maggiore digitalizzazione ha consentito di sviluppare nuovi strumenti di relazione digitali quali Audi LiveRoom per l'interazione con il personale di vendita e il Pick-up & Delivery gratuito.

La collaborazione tra Audi e Confindustria è prevista sia negli appuntamenti sul territorio in formato digitale che nei convegni di portata nazionale, in occasione dei quali Audi avrà un ruolo attivo e presente come partner dei meeting. I principali appuntamenti saranno i seminari di presentazione dei Rapporti del centro studi, il Forum Nazionale della Piccola Industria, Connex 2021 e i due convegni dei giovani imprenditori. Il calendario completo e ulteriori informazioni sulla partnership sono disponibili su <https://myaudi.it/it/audi-e-confindustria>.

© Riproduzione riservata

## BREVI

**Acea per il piano vaccinale anti-Covid.** Acea è già pronta a supportare il piano vaccinale anti Covid-19 coordinato dal ministero della salute. In particolare la società multiservizi ha messo a disposizione due sedi aziendali nella Capitale nelle quali poter realizzare degli hub vaccinali che consentirebbero di effettuare le somministrazioni alla popolazione civile, oltre che ai dipendenti, per un totale di circa 2.000 dosi al giorno.

**WindTre, webinar sul rapporto tra ragazzi e digitale.** È andato online ieri «Oltre lo schermo. Il digitale oggi tra DAD e videogiochi», il quinto webinar del ciclo realizzato nell'ambito del progetto NeoConnessi, promosso da WindTre, azienda guidata da Jeffrey Hedberg, per sensibilizzare i più giovani ad un utilizzo sicuro, positivo e responsabile di Internet e dei device. L'evento è stato trasmesso in live streaming dalle ore 17.00 sul gruppo Facebook «NeoConnessi - Genitori, Figli e Internet», sul portale scuola.net dell'agenzia La Fabbrica e sulla relativa pagina Facebook.

© Riproduzione riservata