

ADMC NUOVO ASSETTO E RINNOVO DEI VERTICI ASSOCIATIVI

# FRANCA GHIAZZA ALLA GUIDA DEL NUOVO CLUB



**La squadra** Foto di gruppo del nuovo Consiglio direttivo intorno al presidente Franca Ghiazza

## La fusione

Il Club dei comunicatori di impresa è confluito nell'Associazione dirigenti vendite e marketing

**L**a monregalese Franca Ghiazza, responsabile della divisione di trade marketing e retail di Unifarma Distribuzione di Fossano, è il primo presidente dell'Associazione dirigenti marketing, commerciali e comunicatori di impresa (Admc) di Confindustria Cuneo, nata dalla fusione dell'Associazione dirigenti marketing e commerciali e del Club dei comunicatori di impresa. Franca Ghiazza è stata riconfermata presidente per acclamazione e all'unanimità, per il biennio 2013-2014, lo scorso 17 dicembre - durante l'assemblea annuale svoltasi al Lovera Palace di Cuneo.

“La scelta di unire in un'unica associazione i due club che fanno capo a Confindustria Cuneo - ha detto **Franca Ghiazza** subito dopo l'elezione - è nata dalla considerazione che nelle realtà aziendali in cui lavoriamo molto

spesso la figura dei responsabili commerciale, vendite e marketing coincide con quella del responsabile della comunicazione. Per questo ci è sembrato logico unire le forze per far crescere la sinergia tra figure naturalmente complementari. In questo modo la nuova Admc, partita da zero due anni fa, potrà far conto su una base di circa 50 associati”. L'assemblea dei soci ha anche eletto, anch'essi all'unanimità e per acclamazione, i dieci consiglieri che aiuteranno il presidente nel prossimo biennio: Giuliana Cirio (Confindustria Cuneo); Francesca Cuniberto (RW Comunicazione); Mara Giraudo (Play Adv); Beppe Incarbona (Play Adv); Fabrizio Pavan (Cuneo Inox); Paolo Peano (Giordano & C.); Veronica Petrelli (Tipolito Martini); Christian Petruccelli (Rubicom Partners); Pietro Saitta (Input Cuneo); Claudio

Testa (Biraghi). “Nel prossimo biennio - ha concluso il presidente - voglio prestare molta attenzione alle necessità del particolare momento storico che stiamo vivendo, al fine di riuscire a cogliere i cambiamenti che porterà la crisi in atto. Tra i tanti sogni nel cassetto l'organizzazione di un'occasione per approfondire la funzione delle fiere e l'evoluzione che avranno sia per il marketing che per la comunicazione aziendale e di un evento per conoscere più da vicino le strategie commerciali e comunicative che sono alle spalle dell'organizzazione dell'Expo di Milano 2015. Continueremo poi a confrontarci con case history significativi di imprese locali e aziende multinazionali e a porre particolare attenzione all'utilizzo delle nuove tecnologie nelle strategie di marketing e di comunicazione aziendale”. ■