



CRESCE LA STRUTTURA COMMERCIALE DI BLUE FINANCIAL COMMUNICATION.

Gianluca Copercini alle vendite, Enrico M. Torboli al marketing e Valerio Bassan al digital a capo delle varie aree guidate da Michele Gamba.

Milano, 12 ottobre 2017

Il prossimo lancio della edizione italiana di FORBES magazine, che sarà in edicola a partire dal prossimo 24 ottobre, è accompagnato da un potenziamento dell'attività commerciale della casa editrice che vede l'ingresso di importanti figure professionali che riporteranno al consigliere delegato Michele Gamba.

Nel dettaglio: Gianluca Copercini ha assunto il ruolo di direttore vendite, Enrico Torboli quello di direttore marketing e Valerio Bassan di capo delle strategie digitali della casa editrice.

Gianluca Copercini ha oltre 25 anni di esperienza nel settore dell'organizzazione e della vendita di pubblicità e proviene da Italia Online (in precedenza ha diretto le reti in Visibilia e in Opus Proclama). In BFC gestirà tutti gli aspetti legati alla rete e alle relazioni con i clienti.

Copercini potrà contare su una struttura di 12 professionisti cui di recente si sono aggiunti Augusto Iannini per Roma e il Sud Italia, Franco Fraccon per il Triveneto e Claudia Pallanca per la Lombardia (tutti professionisti con grande esperienza maturata in RCS).

Sui mercati esteri opererà Jean Guillaume Blouin, che vanta esperienza pluriennale nelle principali concessionarie di pubblicità internazionale, gestendo testate tra cui Financial Times e The New York Times.

Enrico M. Torboli, nuovo capo del marketing di Blue Financial Communication, ha maturato una lunga esperienza nel settore editoriale come publisher nel mondo dei magazine lifestyle in De Agostini, Rizzoli, Class Editori, Condé Nast e Hearst.

Valerio Bassan ricoprirà il ruolo di responsabile della strategia dei prodotti digitali; in precedenza ha lavorato per VICE e Wired Italia, mentre a Berlino ha fondato e diretto il giornale online Il Mitte.

Michele Gamba, consigliere delegato di BFC ha dichiarato: "Siamo molto felici di aver creato un team così esperto nelle varie discipline print, online e mobile per poter offrire un servizio di qualità e su misura delle esigenze dei nostri clienti."

"È stata una scelta sofferta quella di non affidarci a una concessionaria esterna per la gestione dei nostri progetti editoriali (Forbes, BlueRating e Private), ma riteniamo che oggi le competenze per affiancare i clienti nei progetti di comunicazione richiedano professionisti dedicati che lavorino a stretto contatto con la casa editrice", ha proseguito Gamba.

"I risultati non si sono fatti attendere e già il primo numero del magazine Forbes registra il tutto esaurito con inserzionisti di grande prestigio nei vari settori merceologici quali BMW, Audi, Alfa Romeo, Peugeot, Land Rover, Ferrovie dello Stato, Telecom, Eni, Brunello Cucinelli, Fidelity, solo per citarne alcuni."

Per info:

BLUE FINANCIAL COMMUNICATION

Alessandro Rossi

Tel.: +39 348 3960356

rossi@bluefinancialcommunication.com

Per Informazioni sulla società

www.bluefinancialcommunication.com