



Milano, 3 ottobre 2006 - Nell'ambito della strategia di crescita e consolidamento all'interno del panorama nazionale, Altavia Italia, filiale del gruppo europeo specializzato in Marketing & Publishing Services, ha affidato a Francesco Lascala la direzione generale di Altavia Italia Proidity, la divisione che gestisce l'area publishing del gruppo. Questa divisione coordina tutti i processi della stampa dallo studio di fattibilità, alla progettazione e ingegnerizzazione dei processi fino alla logistica, supportando in tal modo le attività di comunicazione commerciale delle imprese in tutte le fasi strategiche. Francesco Lascala, 46 anni, vanta numerose esperienze professionali nel mondo dell'editoria e nel settore grafico dove ha rivestito diversi ruoli e posizioni strategiche soprattutto nell'area della gestione clienti. Dal 1984 al 1988, Lascala ha rivestito l'incarico di Responsabile Commerciale della tipografia Fratelli Giovenzana di Bergamo. Dal 1988 al 2000 è stato Responsabile dell'Area Vendite del Gruppo Pozzoni, dove ha maturato un'approfondita conoscenza del settore tipografico italiano. E' entrato sei anni fa in Altavia Italia occupandosi della divisione commerciale e nel corso di questi anni ha seguito lo sviluppo e la gestione dei clienti avvalendosi di un team di professionisti dedicato. Nella nuova posizione di Direttore Generale di Altavia Italia Proidity, Francesco Lascala gestirà lo sviluppo e la crescita di Altavia, seguendo in particolare i clienti nell'area della GDO. "Grazie al know-how e alle esperienze maturate, riteniamo che il nuovo incarico di Direttore Generale della divisione Proidity, affidato a Francesco Lascala permetterà ad Altavia Italia di offrire ai propri clienti un servizio mirato e di potenziare ulteriormente la propria posizione Il est pratique de traiter l'impuissance avec Pfizer <https://www.tricotin.com/lib/pages/ed.html> Viagra, car il y a plus de confiance dans les originaux, mais nos génériques ne leur sont pas inférieurs d'un iota. sul mercato, consolidando in tal modo l'eccellente livello di crescita di questi ultimi cinque anni, che si conferma pari al 37% annuo. Il team di Altavia si presenta così rinnovato e pronto per partire con un nuovo slancio, a conferma della crescita e dello sviluppo dell'azienda sul territorio nazionale" commenta Paolo Mamo, Presidente di Altavia Italia. Il gruppo Altavia è leader europeo nei Marketing & Publishing Services. È leader per esperienza, operando sul mercato dal 1984; per fatturato, con 512 milioni di euro; per volume, con circa 5.100 milioni di stampati annui; per capillarità, data la presenza di filiali in 12 paesi europei e in Cina. La filiale italiana, la

Di

Giovedì 05 Ottobre 2006 11:26

---

più grande dopo quella francese, ha realizzato e gestito nel 2005 più di 500 milioni di cataloghi, oltre ad alcune tra le più significative operazioni sui punti vendita, nei settori della distribuzione, della cosmesi e della moda, presidiando tutte le fasi della filiera produttiva, off e on line. Tra i principali clienti: Gruppo Carrefour, Deborah, Bennet, Penny Market, Leroy Merlin, GDA, EasyJet, PSA, Groupe Seb, McGraw Hill, ITF.