

Giuria Effie Awards Italy

Round One

Presidente della giuria:

ASSUNTA TIMPONE – Media Director L'OREAL

LUIGI ACCORDINO - Head of Strategy VMLY&R Italy

BEATRICE AGOSTINACCHIO - Managing Director HOTWIRE GLOBAL

DAVIDE BALDI – Partner DUDE

ODEYA DANA BENDAUD - Creative Supervisor of Communications & Copywriting THE BIG NOW

FRANCESCO BELLOMO - Market Research & Consumer Insights Manager HAIER EUROPE

LAURA BERTELLOTTI - Head of Media DYSON

STEFANIA BOSSI – Senior Business Consultant NIELSEN

CARMELO CADILI – Chief Strategy COMUNICO GROUP

GADY CALIMANI – Global Brand Director GALBANI

FEDERICA CAMPORI – Managing Director LEWIS

STEFANO CAPRARO – Ceo & Founder THIS IS IDEAL

CHIARA CARMIGNANI – Marketing Manager GALBUSERA

ROBERTA CIPOLLONE – Communication Manager RICOLA (DIVITA)

MARZIA CURONE – Partner RELATA

GAETANO DE MARCO – Head of Strategy CAFFEINA

EVI DIMITRAKAKI Area media manager Italy Greece MONDELEZ

EDOARDO FELICORI – Media & PCE Manager NESTLÉ

ANNA GAVAZZI - Direttore generale OBE

ENRICO GIROTTI - Strategy & Business Development Director INITIATIVE

MASSIMILIANO GUSMEO – Fondatore di TRUE COMPANY e di CHILIPR

LEONARDO LAMBERTINI – Direttore centrale Marketing Italia ed estero VALSOIA

GIOVANNI LANZAROTTI – Chief Strategy Officer MCCANN WORLDGROUP

ANTONIO MAGARACI – Managing Director INVENTATRO

ALBERTO MATTIACCI – Professore Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese
UNIVERSITA' LA SAPIENZA

ELISABETTA MARANGONI - Country digital lead Consumer Health Care SANOFI

MASSIMILIANO MORICONI – General Manager & Managing Director Omnicom PR Group Italy

DAVIDE QUATTRO – Marketing Insights & Operations Manager GRUPPO MONTENEGRO

ALBERTO RASELLI – Media & Communication Manager BAULI GROUP

MARCO ROBBIATI – Research & Market Insight OMG

STEFANIA ROMENTI - Professore associato di Corporate Comm. & PR IULM

STEFANIA SAVONA – Communication and brand director LEROY MERLIN

ROSELLA SERRA – Advertising Industry Relation Manager GOOGLE

GUIDO SURCI – Chief Sports & Intelligence Officer HAVAS MEDIA GROUP

CONSTANTJIN VEREECKEN - Managing Director WebADS

ANDREA ZIELLA - Head of Marketing and Digital MATTEL ITALY

Giuria Effie Awards Italy

Round One

Presidente della giuria:

ASSUNTA TIMPONE - Media Director L'Oréal Italia



Assunta Timpone, dopo la laurea in Economia Aziendale all'Università Bocconi nel 1995, ottiene un Master in Marketing e Comunicazione d'Impresa presso Ateneo Impresa/Confindustria. In seguito alle prime esperienze in J. P. Morgan e in Renault Italia, dal 1997 al 2000 è in Iha/Gfk Italia come client service manager dell'istituto di ricerca. Dal 2000 al 2010 è direttore research & marketing in Initiative Media /IPG GROUP. Nel luglio 2010 passa in Henkel Italia, come responsabile di tutte le attività di pianificazione e public relation, e degli investimenti media di tutte le linee di prodotti del Gruppo per l'Italia e la Grecia. A maggio 2016 entra in Reckitt Benckiser Italia come Head of Media RB Italy. E da

marzo 2018 ricopre il ruolo di Media Director in L'Oréal Italia.

LUIGI ACCORDINO - Head of Strategy VMLY&R Italy



Luigi Accordino comincia la sua carriera nel mondo della comunicazione all'inizio del 2000, negli uffici italiani della Lowe Lintas come strategic planner.

Da allora Luigi ha proseguito a lavorare come strategico del brand, di marketing e di comunicazione, per alcune dei più importanti communication network a livello mondiale. Dal 2004 al 2013 si unisce a Publicis, dove ricopre la carica di Strategic Planning Director Italy a partire dal 2008.

Nel periodo 2014-2015 è communication consultant per il Worldwide Marketing and Retail Director di Pirelli Tyre e collabora, in veste di Head of Strategy, con The Big Now (Oggi Dentsu Group).

Dalla fine del 2015 è Head of Strategy di Young & Rubicam Italia, nel frattempo diventata VMLY&R Italy. Nel corso della sua carriera Luigi ha seguito, direttamente e/o in supervisione attraverso i suoi team, molte delle più importanti company e relativi brand tra cui, Nestlé, Unilever, Unicredit, Poste Italiane, Sisal, Lottomatica, Lavazza, Danone, Bolton Manitoba, Renault, Campari e molti altri.

BEATRICE AGOSTINACCHIO - Managing Director Hotwire Italy



Beatrice Agostinacchio ricopre il ruolo di Managing Director di Hotwire Italy da febbraio 2017. Si occupa dello sviluppo del business locale oltre che intessere un continuo scambio con i mercati internazionali con riporto diretto al CEO Barbara Bates. Agostinacchio ha sviluppato la sua carriera in Hotwire dove è entrata a ottobre 2010 in qualità di Senior Account per poi passare a ruoli di sempre maggiore importanza, come Director prima e Country Manager dal 2015 al 2017. Precedentemente ha lavorato per cinque anni in Weber Shandwick Italia nella practice ICT – Corporate. Da oltre 15 anni nel campo delle PR, Agostinacchio ha maturato una vasta conoscenza del mondo BtoB e consumer, occupandosi sempre di clienti multinazionali. È specializzata nell'aiutare clienti e prospect nel posizionamento dei loro brand attraverso la creazione di campagne di

comunicazione integrate a supporto del business.

Laureata in Interpretariato e Comunicazione presso lo IULM di Milano, ha conseguito anche un Executive Master in Media Relations presso la medesima Università.

DAVIDE BALDI – Ceo & Founder DUDE



E' CEO & Founder di DUDE, un brand indipendente che opera con cinque società diverse. E' attiva nel mondo dell'advertising con un paradigma ibrido tra agenzia di comunicazione e casa di produzione, produce contenuti originali per broadcaster e cinema, organizza eventi culturali e real life entertainment. DUDE è presenta a Milano e a Londra e fornisce servizi per il mercato nazionale e internazionale.

Gli ultimi tre anni ha insegnato Creative Advertising al workshop internazionale della Nuova Accademia delle Belle Arti a Milano.

Precedentemente ha lavorato per 6 anni presso la rivista indipendente lavoce.info che fornisce analisi critiche e approfondite sui principali temi economici, politici e sociali del paese.

FRANCESCO BELLOMO - Market Research & Consumer Insights Manager, Haier Europe



In Haier Europe dal 2016, lavora alla definizione e all'implementazione delle strategie di brand, comunicazione, media e digital marketing e alla costruzione della funzione di consumer insights a supporto delle attività di marketing e sviluppo prodotto. Laureato in Economia e Commercio e con un MBA alle spalle, dal 2008 al 2016 ha lavorato in Acer tra Milano, Lugano e Taipei ricoprendo ruoli di sempre maggiore responsabilità riportando direttamente al CMO. Come Customer Experience & Global Brand Director di Acer si è occupato del rebranding di Acer, dell'ideazione e della pianificazione di campagne pubblicitarie globali, di digital marketing e di ricerche di mercato.

LinkedIn: <http://www.linkedin.com/in/francescobellomo>

ODEYA DANA BENDAUD - Creative Supervisor of Communication & Copywriting The Big Now



Nata a Milano da madre israeliana con radici polacche e lituane, e da padre di origine libica, Odeya cresce frequentando la scuola inglese Sir James Henderson; un'esperienza di vita multilingue e multiculturale che alimenterà la sua innata passione per la scrittura, gettando le basi per la sua futura carriera come 'Anglo-Italian' copywriter in diverse agenzie.

Oggi Odeya fa parte di LOW, una divisione dell'agenzia creativa The Big Now [Dentsu Aegis Network], specializzata nei settori Fashion & Luxury e beauty. Attraverso il suo ruolo di Creative Supervisor, guida lo sviluppo strategico e creativo di progetti di comunicazione a 360° e/o di copywriting puro.

Dalla brand strategy più fertile per la creazione di concept realmente 'brand tailored', alla definizione di un tono di voce e uno stile capaci di narrare tutte le sfumature della brand personality, Odeya applica quotidianamente un approccio di ricerca condito da una mentalità aperta, curiosa e internazionale come il suo background.

LAURA BERTELLOTTI - Head of Media DYSON

Da sempre appassionata di Marketing e Comunicazione, Laura Bertellotti inizia il suo percorso professionale nel mondo accademico collaborando con l'Università di Pisa in alcuni importanti progetti dedicati alla digitalizzazione della comunicazione pubblica e sviluppo dell' e-government.

La passione per il mondo Tech la porta ad approdare a Milano e in Microsoft, un'esperienza di 5 anni in cui si occupa di marketing prima per i prodotti consumer e poi per i servizi business to business.

Nel 2015 entra in Electrolux come Digital Manager con lo scopo di accelerare la strategia del brand nel mondo online, e ricopre poi il ruolo di Brand Manager lavorando a 360° sui piani marketing del marchio AEG.

Entra in Dyson nel 2018 guidando la categoria Floorcare come Category Manager per poi approfondire il mondo del media, dove ad oggi ricopre il ruolo di Head of Media, occupandosi di sviluppare la strategia e guidare i piani marketing offline e online.

STEFANIA BOSSI - Analytic Consultant Manager The Nielsen Company



Nata a Milano il 22/01/1971. Dopo aver conseguito nel 1996 la Laurea in matematica, indirizzo applicativo, ho iniziato il mio percorso in Nielsen con ruoli sempre inerenti al mondo media e un'esperienza crescente nella consulenza e nel marketing di prodotto di oltre 23 anni. Oggi Analytic Consultant Manager con la responsabilità del prodotto Nielsen Ad Intel (Media Intelligence) e parte del team Europeo di Ad Intel Product Leadership (Sviluppo e Innovazione). Sono appassionata di corse podistiche, trekking e viaggi. La mia prima maratona a Parigi nel 2017 è stata una appassionante sfida portata a termine.

CARMELO CADILI - Strategy Principal COMUNICO GROUP



Messinese, classe '73.

Dopo la laurea in Economia, e una breve parentesi da cadetto militare, si specializza a Venezia dove consegue il diploma al Master in Comunicazione UPA – Ca' Foscari.

Inizia la sua carriera di strategic planner nel 2001 in FCB, al fianco di Marco Vecchia. Il suo percorso prosegue maturando esperienze trasversali a brand e settori (automotive, food & beverage, luxury, financial) unendo visione strategica e competenze di accounting management.

Nel corso degli anni ha lavorato per alcuni tra i network di comunicazione più rilevanti del mercato (D'Arcy, Leo Burnett, DDB) compresa un'esperienza in

Ernst&Young. Inoltre, è stato managing director di Italia Brand Group e Ideal.

Ha contribuito alla costruzione di numerose case history di branding e tra i suoi lavori più importanti, la definizione del posizionamento delle Olimpiadi Invernali di Torino 2006 e il riposizionamento di comunicazione di brand di cui è stato "guardiano" per diversi anni, come Arcaplanet, De Cecco, Mediaset Premium, Fratelli Beretta.

GADY CALIMANI - Global Marketing Director Galbani



Da sempre appassionato di marketing negli ultimi vent'anni ha lavorato per diverse aziende internazionali nei settori del fast moving consumer goods (Unilever, Ferrero, Parmalat) e della consulenza (Nielsen BASES, Nielsen Media Research).

Grazie alle sue esperienze in Italia e all'estero tra Stati Uniti, Francia e Olanda ha potuto arricchire la sua expertise di marketing internazionale divenendone un esperto conoscitore.

Attualmente è Global Marketing Director del brand Galbani impegnato nel promuovere la tradizione della tavola e lo stile di vita italiani all'estero.

FEDERICA CAMPORI - Managing Director LEWIS



Federica, classe 1980, ricopre attualmente il ruolo di Strategy Manager in LEWIS Italia, sede italiana del Gruppo internazionale LEWIS Global Communications, dove si occupa in modo proattivo della ricerca di opportunità commerciali per l'agenzia e supporta l'ideazione e progettazione di campagne di comunicazione integrata per i clienti di calibro nazionale e internazionale. Nell'attuale ruolo, Federica è anche responsabile di tutte le attività marketing e promozionali dell'agenzia volte a posizionare LEWIS quale realtà internazionale di comunicazione integrata. Dopo la laurea, conseguita nel 2004, Federica ha iniziato la propria carriera nel mondo delle PR presso un'importante realtà locale per poi approdare nel 2006 in LEWIS con il ruolo di Account Executive occupandosi della gestione delle media relations per clienti come

salesforce.com, Lexmark e Avanade tra gli altri. La voglia di rimettersi in gioco e di crescere professionalmente hanno spinto Federica a intraprendere, durante il percorso di carriera, un'esperienza di un anno presso una tra le principali agenzie a livello globale. Grazie a quell'esperienza, le è stato possibile allontanarsi dal mondo dell'accounting e rientrare in LEWIS con un ruolo più strategico.

STEFANO CAPRARO - Ceo & Founder THIS IS IDEAL



Dopo aver prestato servizio come Ufficiale nelle Forze Speciali dell'Esercito Italiano, compiendo un duro percorso personale, nel 1997 fonda a Torino Ideal, agenzia di comunicazione indipendente.

Grazie a un modello ibrido nel quale strategia, creatività e produzione formano un unicum, l'agenzia riscuote negli anni un successo sempre maggiore che ha condotto all'apertura di nuove sedi dapprima a Milano e poi a New York, Los Angeles e Madrid.

Con lo stesso spirito progressista fonda, agli inizi del 2018, il Gruppo This is Ideal, un hub che alle cinque sedi dell'agenzia Ideal affianca altre quattro realtà: la casa di produzione Sala Giochi, l'agenzia Action & Branding, LiveZone e Brandstories.

Dal 2016 Stefano è anche membro del Consiglio Direttivo di UNA, la più rappresentativa associazione delle agenzie di comunicazione in Italia, e dal 2016 è nel Comitato Organizzatore di IF!, Festival Italiano della Creatività (<http://www.italiansfestival.it/>)

CHIARA CARMIGNANI - Marketing Manager Galbusera



Milanese di adozione, laureata in Economia Aziendale presso l'Università L. Bocconi con specializzazione in Economia e gestione delle imprese commerciali. Dopo un'esperienza di otto anni presso Nestlé Italiana, prima nella divisione confectionary sul brand Baci Perugina e poi sui cereali per la prima colazione, ricopre il ruolo di marketing manager presso Galbusera.

ROBERTA CIPOLLONE - Media Manager Advisory Ricola Italia



Un Diploma di Laurea in Relazioni Pubbliche presso IULM di Milano, mi introduce in ambito Concessionarie di pubblicità dove maturo una profonda conoscenza del mercato grazie alla collaborazione con i più importanti Editori di carta stampata in Italia: Mondadori, Il Sole 24 ore, Gruppo L'Espresso Account Supervisor Key Client su tutti i mezzi, tradizionali, digitali, eventi, iniziative speciali, e poi Senior Account Supervisor Centri Media – Portfolio 30mld £ billing gestito. Curiosità e tenacia mi hanno portata ad allargare le competenze dalla vendita al buying di tutti i mezzi, entrando in azienda nel 2007, in qualità di Media Manager Advisory per il Brand Ricola Italia. Dal 2014 controllo e coordino

le strategie media del Centro Media incaricato.

Nel 2010 divento Partner T21 srl, startup che nel 2011 lancia il primo Marketplace Italiano

(4° nel mondo) di Media Alternativi (www.ammandmore.com) e perfeziono la mia specializzazione nel planning&buying anche dei mezzi Unconventional.

2012-2013 Strategic Marketing Advisor del format crossmediale Donnavventura-

Dal 2009 Delegata in Commissione Mezzi Upa.

MARZIA CURONE - Partner Relata



La sua vita professionale è sempre stata focalizzata sul Relationship Marketing: dal Direct Marketing, il CRM al Digital Marketing.

È Partner di Relata, Agenzia di Marketing e Comunicazione di Relazione e di Innexa, Agenzia di Digital Marketing e membro del comitato di gestione della rete di imprese di comunicazione Comvergo.

Ha lavorato nel marketing in azienda, quindi in agenzia come direttore generale di Interaction, titolare di Blue Direct e consigliere delegato di ARC (gruppo Leo Burnett). Già Membro del Consiglio Direttivo Assocom ora UNA e del Comitato Esecutivo di Print Power Italia, è consigliere d'amministrazione di Assap Servizi.

È stata ed è componente di diverse giurie di premi di marketing internazionali e nazionali, nonché docente di Master in Comunicazione Politecnico di Milano e

Università Cattolica.

GAETANO DE MARCO - Head of Strategy CAFFEINA



Inizia come Strategic Planner nel 2003 in Lowe Pirella dove segue i principali clienti dell'agenzia tra cui Arena, Coop, Gruppo L'Espresso, Sector.

Nel 2006 passa in Publicis, lavorando su brand come Bolton, Coca Cola, Finmeccanica, ONU, Sanofi-Aventis.

Passa in 1861 United nel 2010 e, come Planning Director, partecipa alla costruzione di case di successo per importanti clienti come Vodafone, Sky, Ikea.

In Grey è membro del board e Chief Strategy Officer con coordinamento strategico locale e internazionale per Volvo, Amplifon, Ace, Findus, Honda, Regina, Philip Morris.

Nel 2017 è sul podio del Global Strategy Council, nel 2018 è nella "WPP Thought Leadership" e nominato tra i "30 Best Talent" del network internazionale Grey.

Approda in Caffeina nel 2019 come Executive strategy director guidando le unit di

Research, Strategic Planning e Media.

De Marco è anche coordinatore scientifico e docente per Gruppo 24 Ore, RCS Academy, Fondazione Accademia e Università Bocconi.

EVI DIMITRAKAKI - Area media manager Italy Greece



Evi Dimitrakaki si laurea in Scienza dell' Alimentazione indirizzo Economico presso l' Università di Atene con un Master nella stessa materia e con un MBA in marketing e Comunicazione presso l' Università di Louisville in USA. Nel 1997 comincia la sua carriera in Kraft Foods presso la sede di Atene, dove ricopre diversi ruoli manageriali nell' area comunicazione sino a essere nominata Corporate Affairs Manager Greece.

Nel 2010 continua il suo percorso di carriera in Italia, a Milano, dove assume il ruolo di Media Manager Greece in Mondelez International (ex Kraft Foods) con la responsabilità di supervisione per l' area Southern Europe della Divisione Snacks ,

della pianificazione strategica, del coordinamento digitale, dei media buying e dei rapporti con i centri media.

Nel 2017, viene nominata Media Manager Italy & Greece per il gruppo Mondelez International. Membro dal 2010 del consiglio della Greek Advertiser Association, e dal 2015 rappresenta il gruppo Mondelez Italia in UPA nella Commissione Mezzi.

EDOARDO FELICORI - Media & PCE Manager Nestlé



Nato a Bologna, classe 1973, sposato con 2 figli. Laureato in Economia e Commercio all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano nel 1999, dopo un Master in Comunicazione Aziendale ho iniziato a lavorare nell'ufficio Media di Leo Burnett Italia come Media Planner. Ho costruito la mia carriera in Agenzie Media, ricoprendo ruoli di crescente responsabilità in Starcom, Universal McCann e Zenithoptimedia e lavorando su importanti Clienti nazionali ed internazionali con focus particolare nei settori Food&Beverage, Personal Care e Toiletries. Sono entrato in Nestlé Italiana a gennaio del 2013 in qualità di Media & PCE Manager, con la responsabilità di sviluppare

strategie omnichannel per tutti i Brand del Gruppo.

ANNA GAVAZZI - Direttore Generale OBE Osservatorio Branded Entertainment



Dal 2017 è Direttore Generale di OBE Osservatorio Branded Entertainment, l'associazione che studia e promuove la diffusione sul mercato italiano del branded entertainment come leva strategica per la comunicazione integrata di marca.

Laureata in Scienze della Comunicazione presso l'Università IULM di Milano, con una laurea specialistica in Televisione, Cinema e Produzione multimediale presso lo stesso ateneo, entra nel 2003 in Mediaset, dove consegue il Master in Management "Campus Multimedia", organizzato in collaborazione con l'Università di Bologna. Dopo una breve esperienza nell'Ufficio Stampa di

Albacom, inizia la sua carriera professionale in Sky Italia dove per più di due anni si occupa della costruzione dei palinsesti e della gestione della promozione on air. A settembre 2006 approda nel gruppo Telecom Italia, all'interno del quale ricopre diversi incarichi, prima nel Marketing delle controllate Matrix e Telecom Italia Media, dove collabora al lancio delle piattaforme Web TV e IPTV, poi nelle divisioni Consumer Communication e Brand Strategy & Media di Telecom Italia dove lavora sul Brand TIM sia a livello commerciale che a livello corporate. Negli ultimi anni si è occupata in particolare della strategia di Content Marketing, realizzando diversi progetti di Branded Content & Entertainment. Dal 2014 al 2016 è stata Head of Content della testata giornalistica LIVEonTIM.

ENRICO GIROTTI - Strategy & Business Development Director INITIATIVE



Dopo la laurea in Scienze Politiche all'Università di Bologna con una tesi sulla «Seduzione della Propaganda» durante il periodo dei totalitarismi del '900, consegue presso l'Alma Graduate Business School di Bologna un Master in Marketing e Communication. Iniziativa la sua carriera presso un'agenzia di comunicazione a servizio completo come account executive su clienti istituzionali, ma è il media che cattura il suo interesse.

Nel 2005 si unisce a WPP in qualità di Strategy Manager presso MediaCom dove lavora su diversi clienti operanti in diverse categorie merceologiche. Nel 2011 raggiunge Initiative, inizialmente come Insight & Innovation Manager per portare il proprio contributo allo sviluppo delle tecniche di comprensione del consumer insight e nuove modalità di ingaggio e poi, nel 2016, assume la responsabilità del reparto strategico. Dal 2018 si occupa, oltre che di strategia, di sviluppo di

business e di prodotto.

MASSIMILIANO GUSMEO - Fondatore di TRUE COMPANY e di CHILIPR



Dopo essersi laureato in comunicazione pubblicitaria ed aver iniziato la carriera in agenzia, diventa, fin da subito, docente presso prestigiose Accademie di Comunicazione, dedicandosi per 7 anni all'insegnamento. Nel mentre, fonda la propria agenzia (1996) ed inizia una cavalcata imprenditoriale che dura ancor oggi dopo 22 anni. Durante questo lasso di tempo fonda 8 società specializzate in diverse discipline nel campo della comunicazione e una Onlus dedicata all'accoglienza di bambini in difficoltà. Da creativo si trasforma in lettore attento di bilanci, di numeri e di finanza; sembra strano ma il passaggio non è stato poi così assurdo poiché gli piace pensare che il cervello è plastico e pronto a

trasformarsi. Ricopre la carica di consigliere di UNA (Aziende della Comunicazione Unite) con delega alla comunicazione.

LEONARDO LAMBERTINI - Direttore Centrale Marketing e Trade Marketing VALSOIA



Manager bolognese sono nato ed ho studiato all'università di Bologna laureato in economia commercio, sposato con 2 figli, appassionato da sempre di comunicazione ed evoluzione della società e dei consumi. Appena laureato selezionato e partecipato al 8° C.O.S.M. P&G e da qui parte un'esperienza +30 anni tutti nel FMCG food & Beverages/Spirits in aziende nazionali e multinazionali su marche leader (Ferrarelle, Amaro Montenegro, Vecchia Romagna; Bonomelli, Olio Cuore, The Infre', Spezie Cannamela, Polenta Valsugana, Valsoia, Santa Rosa, Diète.Tic). Ho ricoperto ruoli con responsabilità crescente nell'area del consumer marketing, comunicazione, commerciale e nei processi di internazionalizzazione nei seguenti gruppi: DANONE, GIGLIO-PARMALAT, gruppo MONTENEGRO/BONOMELLI/ gruppo Valsoia. Dopo 20 anni passati nel gruppo Montenegro dove ha ricoperto crescenti ruoli commerciali sia nel food che negli spirits, tra cui negli ultimi anni la direzione marketing del gruppo. Da quasi 5 anni faccio parte del comitato di gestione del gruppo Valsoia (quotato in borsa) e ho responsabilità come Direttore Centrale Marketing E Trade Marketing sia per il mercato domestico che internazionale delle seguenti aree: consumer marketing, innovation & research marketing, comunicazione & consumer relations, trade marketing. Siedo nel Cda di Audipress.

GIOVANNI LANZAROTTI - Chief Strategy Officer MCCANN WORLDGROUP



Giovanni Lanzarotti è Chief Strategy Officer di McCann Worldgroup Italia. Dopo la laurea in Lettere moderne e un master in Comunicazione d'impresa conseguito presso l'università Ca' Foscari di Venezia, inizia a lavorare come analista di ricerca e strategic planner. Con un'esperienza di oltre vent'anni nelle principali agenzie (Y&R, Lowe, Publicis, Ogilvy), oggi guida il team integrato di strategia di McCann Worldgroup. È co-titolare del corso di Tecniche di creatività pubblicitaria presso l'università IULM di Milano.

ANTONIO MARAGACI - Managing Director INVENTATRO



Dopo la laurea in Scienze Politiche con una specializzazione in Marketing & Communication, Antonio comincia la propria carriera nel mondo delle agenzie di comunicazione nel 1997 come Copywriter in Promoplan (ora Jakala), agenzia leader in promozioni e loyalty program. Nel 2000 passa alla parte commerciale e progettuale come Account Manager. Nel 2003 Antonio entra a far parte di Inventa, agenzia di comunicazione parte del Gruppo Omnicom, Consumer Dept. Director. Nel 2007, dopo la fusione tra Inventa e CPM, diventa General Manager di Inventa CPM con responsabilità crescenti nella governance della società. Nel 2016 Inventa entra a far parte di TRO, come unico rappresentante in Italia di Omnicom Experiential Group, che annovera le migliori agenzie esperienziali del Gruppo con oltre 1600 dipendenti in 29 uffici presenti in 16 paesi in tutto il mondo. Antonio diventa Amministratore Delegato di Inventa TRO, guidando un team di 40 persone presso la sede di Milano.

ELISABETTA MARANGONI - Digital Transformation Lead Sanofi CHC Italia



È un incrocio tra Elastigirl e Iron Man (o perlomeno a volte si sente così). Il figlio di 9 anni dice di lei che è intelligente, a volte anche troppo, e che sa molte cose su YouTube e Tik Tok. Da anni nel mondo dei Media e del Digitale, ha un'esperienza che si estende anche a Marketing e pubblicità.

Laureata con lode in Bocconi, inizia la sua carriera nel marketing di Perfetti Van Melle e Star Gallina Bianca per poi approdare in Henkel, dove ricopre ruoli crescenti nel Marketing Laundry Home Care e diventa Head of Media & Digital per tutte le Business Unit.

A fine 2016 lascia gli FMCG per il mondo del Beauty e della Profumeria: diventa responsabile del reparto Comunicazione di Pupa Milano e guida l'accelerazione digitale nei principali Paesi. A metà 2018 le viene offerto di guidare la digital transformation di Sanofi Consumer Healthcare, partendo da zero insieme a pochi altri nel mondo. Oggi, oltre ad essere Country Digital Lead Italia, coordina la Digital Community in Europa.

ALBERTO MATTIACCI - Professore Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese UNIVERSITA' LA SAPIENZA



Maturità classica, laureato con lode in Economia e Commercio alla Sapienza, Ph.D. in Dottrine Economico-Aziendali, è dal 2004 Professore Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese.

Presidente Comitato Scientifico Eurispes, Past President della Società Italiana Marketing. Business Education: è coordinatore scientifico Marketing (Executive Education) presso Luiss Business School, Direttore del Centro di Ricerca e Alta Formazione Sanguis Jovis della Fondazione Banfi, Direttore del Master Digital Export Manager presso l'Agenzia ITA-ICE e Coordinatore del Master Universitario Marketing Management (www.mumm.it) presso la facoltà di Economia della

Sapienza. Advisory: è partner dello studio Mattiacci&Partners, svolge attività per imprese, organizzazioni e professionisti su temi di marketing e comunicazione. Speaker in convention aziendali su scenari futuri di business ed evoluzione dei consumi nella società global-digitale. Consigliere di Amministrazione della Fondazione CUEIM e della Fondazione Daddario, membro del Comitato Scientifico della Fondazione Banfi, della Fondazione Qualivita e del progetto Treccani "Gusto".

Scientific Research: ha al proprio attivo oltre cento lavori su temi di marketing e strategie, sia nazionali che internazionali. La sua ricerca scientifica si esprime all'interno di alcune keyword: business di nicchia, consumi, brand, scenari di mercato e, come settori di focalizzazione: vino e food, turismo e tv industry. Partecipa alle attività di alcuni think-tank italiani: come socio ordinario ad Aspen Institute Italia e, più sporadicamente, I-Com, Cultura Italiae. Tiene una rubrica mensile di marketing per Harvard Business Review Italia e una settimanale divulgativa sull'economia in Leggo, quotidiano free press.

Digital Touchpoint:

W. albertomattiacci.it
T. [@albertomtx](https://twitter.com/albertomtx)
L. [alberto mattiacci](https://www.linkedin.com/in/alberto-mattiacci)
S. alberto.mattiacci
M. alberto.mattiacci@uniroma1.it

MASSIMILIANO MORICONI - General Manager & Managing Director Omnicom PR Group Italy



Massimo is General Manager & Managing Director of Omnicom Public Relations Group (FleishmanHillard, Ketchum, Porter Novelli) . He is a Communications and Public Affairs Specialist with a solid background both in the B2C and B2B arena. In recent years, Massimo supported clients belonging to different industries including: Governments, financial services, pharma, healthcare, food & beverage, FCMGs, automotive, transportation, energy.

In his career Massimo managed several reputation management campaigns along with projects of crisis communications and issue management. He can work in several languages: English, Spanish French, Portuguese and Italian.

Before joining Omnicom, Massimo worked for other global communications networks and Mediaset TV. Previously, he served the Italian Ministry of Foreign Affairs in Brazil and the United Nations in New York. He studied in UK, Spain, France and Italy.

In 2015, Massimo was appointed as Delegate for International Relations of Assorel – the Italian PR Industry Association – and currently represents Italy in ICCO (International Communications Consultancy Organization) which is the voice of public relations consultancies around the world.

DAVIDE QUATTRO - Marketing Insights & Operations Manager GRUPPO MONTENEGRO



Inizia il percorso nel mondo del Marketing nel Gruppo Danone, pasta Agnesi, occupandosi di analisi dati, prodotto, promozione, scenari, ricerca, comunicazione e strategia. Dopo un'esperienza in Nielsen come Account Manager per clienti come Nestlé e Reckitt Benckiser, entra nel Gruppo Montenegro dove, come Responsabile Marketing Divisione I&F, si occupa dello sviluppo di marche come Bonomelli e Polenta Valsugana. Nel 2016 dà vita e organizza la nuova area di Marketing Insights & Operations del Gruppo Montenegro, gestendo tutti i progetti di ricerca sia food sia spirit con metodologie tradizionali e innovative grazie alle potenzialità delle tecnologie e dei dati. In questo ruolo, inoltre, riorganizza i processi delle attività di Marketing, raccogliendo e rielaborando i dati e le informazioni di mercato e marca con

definizione dei report di sintesi.

ALBERTO RASELLI - Media & Communication Manager BAULI GROUP



Alberto Raselli, piemontese, 36 anni, in Bauli dal 2015, è il Media & Communication Manager del Gruppo ed è responsabile della definizione e implementazione della strategia di comunicazione integrata, per il gruppo e per i brand che ne fanno parte.

Alberto vanta una lunga esperienza nel settore del FMCG maturata in Barilla dove ha trascorso oltre sette anni, iniziando nel dipartimento IT per poi appassionarsi alla comunicazione digitale e non, tanto da farne il suo mestiere. Laureato al Politecnico di Torino in Ingegneria Informatica, ama viaggiare, andare sullo snowboard e trascorrere il tempo con la sua bambina di quattro anni.

MARCO ROBIATI - Research & Market Insight OMG



Ho maturato una lunga esperienza nel mondo della comunicazione confrontandomi con diversi ambiti, dai primi anni nell'editoria, all'esperienza nel campo informatico fino ad occuparmi di ricerche nell'ambito dei media e - più recentemente - dell'applicazione del Neuro Marketing al campo dell'advertising. Sono sempre stato spinto da una grande passione e una infinita curiosità, ho lavorato con i principali clienti del mercato pubblicitario a cui devo molto della mia formazione.

Guido il reparto ricerche e market insight di OMG con il compito di contribuire allo sviluppo delle strategie per la valorizzazione dei dati che è ormai un asset fondamentale per il business.

STEFANIA ROMENTI - Professore Strategic communication Università IULM



Ph.D., è Professore di Strategic communication presso l'Università IULM di Milano ed è Adjunct Professor alla IE Business School (Madrid) dove insegna Misurazione della comunicazione. Delegata del Rettore per la sostenibilità dell'Ateneo. E' presidente del Corso di Laurea Magistrale in Strategic Communication ed è Direttore del Master Executive in Relazioni pubbliche d'impresa presso l'Università IULM di Milano. E' fondatrice e direttore scientifico del Centro per la comunicazione strategica (CECOMS). E' Director della European Association of Public Relations Education and Research Association. Ha all'attivo oltre 100 pubblicazioni italiane e internazionali sui temi della comunicazione strategica, della misurazione e valutazione dei risultati della comunicazione, dello stakeholder engagement.

STEFANIA SAVONA - Communication and brand director LEROY MERLIN



Dopo una laurea conseguita a pieni voti in lingue e letterature straniere moderne e il master in marketing e comunicazione d'impresa di Publitalia 80, ha sviluppato una pluriennale esperienza come direttore clienti in agenzie pubblicitarie multinazionali. Ha inoltre coordinato campagne di comunicazione integrata per brand internazionali operanti nei mercati di food & beverage, banking, telefonia, home & cleaning.

Da 7 anni è direttore Comunicazione in Leroy Merlin Italia dove, con curiosità e impegno, accompagna l'evoluzione del posizionamento di marca da distributore DIY a multispecialista del miglioramento della casa. In questo contesto coordina lo sviluppo delle campagne di comunicazione on line e off line, guidando l'evoluzione della strategia su paid e owned media e sui social media.

Da sempre appassionata di temi legati alla responsabilità sociale d'impresa, con Leroy Merlin condivide i valori e la mission dell'azienda, attivandosi in prima persona per supportare progetti che combattono la povertà abitativa.

Contribuisce con piacere a divulgare la sua esperienza attraverso testimonianze e docenze presso Master e Università.

ROSELLA SERRA - Advertising Industry Relations Italy Google



Laureata in Filosofia all'Università Cattolica del Sacro Cuore ha frequentato il Master in Marketing e Comunicazione presso l'ISTUD. La sua esperienza lavorativa è iniziata in Nielsen, nella unit N.A.S.A. degli investimenti pubblicitari ed è continuata nelle Agenzie Media in qualità di Researcher in Starcom, Mindshare, groupm fino ad Aegis come Research Manager. E' entrata a far parte del Team Agency italiano in Google otto anni fa in qualità di Head of Agency Insights per rimetterci in gioco e unire alla sua expertise sulla TV quella sul digital per poi passare alla cura delle relazioni con le associazioni di categoria legate all'advertising dal 2019.

GUIDO SURCI - Chief Sport & Intelligence Officer per HAVAS MEDIA GROUP



L Laureato in Economia e Commercio presso l'Università Bocconi di Milano fa la sua prima esperienza professionale in Nielsen come Account Manager per poi coprire dal 1999 la carica di Strategic Director in Mediaedge:cia. Nel 2007 entra in MPG, oggi Havas Media, con il ruolo di VP Strategy. Nel 2012 insieme al team strategico di Havas Media lancia DataInsight, sigla che si occupa di consulenza strategica con progetti di analisi su mercati, brand e consumatori. Con lo sviluppo del Gruppo nel mercato italiano viene incaricato del lancio dell'offerta di Branded Entertainment, di Marketing Sportivo e diventa responsabile dell'area Media Research. E' sposato e padre di Giacomo.

CONSTANTJIN VEREECKEN - Managing Director WebADS



Classe 1973, Constantijn Vereecken si laurea in Marketing Commerciale alla HES Amsterdam School of Business di Amsterdam (Paesi Bassi) e comincia la sua carriera professionale nel marketing strategico. Sposato con Francesca e padre di Leonardo (14 anni), decide di trasferirsi in Italia nel 2000, dove lavora nell'ambito della consulenza Business & Competitive Intelligence. Nel 2003 fonda in Italia WebAds, The Publisher Network, con l'obiettivo di posizionarla sul mercato italiano del digital media come il partner privilegiato per editori ed agenzie. Oggi WebAds è tra i top player del settore, forte di una offerta pubblicitaria premium per gli inserzionisti grazie a partnership con editori sia nazionali che internazionali, tra cui menzioniamo come partnership più longeve LinkedIn Marketing Solutions, AutoScout24, Skyscanner

ANDREA ZIELLA - Head of Marketing and Digital MATTEL ITALY



Da fine 2012 in forza nell'organico di Mattel , Ziella nella sue precedenti mansioni ha conseguito notevoli risultati nello sviluppo di progetti di category management nei canali Off-line e On-line, ha lanciato con successo la piattaforma La Scatola dei Giocattoli, si è occupato del processo di digitalizzazione dell'intera area del Sud-Est Europa (Italia , Grecia e Turchia) creando progetti di sviluppo sinergici e coerenti con la strategia della Corporation e ha contribuito allo sviluppo del mercato Sud Africano accelerando la crescita dell'intera area. Da luglio 2018 ricopre il ruolo di Direttore Marketing and Digital per L'Italia. Laureato alla Bocconi in Marketing Management, Ziella vanta anche esperienze nel mondo del lusso (Chanel) e nella Grande Distribuzione (Carrefour).