



Giuria Effie Awards Italy 2023

Round One

Presidente della giuria

FEDERICA SETTI - Chief Research Officer GROUPEM

ROBERTO BALDASSARRE - Media & Sponsorship Manager FASTWEB

FRANCESCO BELLOMO - Media & Consumer Insights Senior Manager – HAIER EUROPE

MASSIMILIANO BONDI - Head of Media and Independent Agencies GOOGLE ITALY

ANDREA BOZZO - Head of Creative Futures & Strategy – essencemediacom (WPP)

SILVIA BROGGI - MarTech & International Marketing Director PUBLITALIA '80 - Divisione AdTech & Business Development

ENRICO BUONGRAZIO - Strategy Lead McCANN

LORENZO CABRAS - Founding Partner & Chief Strategy Officer DIFFERENT

CHIARA CARMIGNANI - Marketing Manager GALBUSERA

FRANCESCO CIBÒ - Global Brand Marketing & Communication Director DR SCHÄR

ROBERTA CIPOLLONE - Communication Strategist & Media Manager RICOLO - DIVITA

MICHELE CORNETTO - Fondatore e CEO TEMBO

EVI DIMITRAKAKI - Consumer experience and Media Lead, Italy – Greece MONDELEZ

SERENA FASANO - Partner and Client Director INSTANT LOVE

LUDOVICA FEDERIGHI - Head of FUSE

MAURO FRANTELLIZZI - Direttore Marketing e Export Galbani Cheese (Gruppo Lactalis Italia)

MATTEO GIARRIZZO - Head of Media & Digital HENKEL ITALIA

ENRICO GIROTTI - Managing Partner – Strategy & Growth INITIATIVE

LUCIO LAMBERTI - Professore Ordinario di Marketing Omnicannale MIP-POLITECNICO DI MILANO

LEONARDO LAMBERTINI - Direttore Centrale Marketing e Trade Marketing VALSOIA

STEFANIA MARINANGELI - Head of Media and Brand Integrated Communication @ FATER (joint venture tra P&G e Gruppo Angelini)

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

MARIA CARMELA OSTILIO - Associate Professor of Practice e Core Faculty Member SDA BOCCONI School of Management

LAURA PAGGETTI - Head of Global Advertising in ENEL

VIRGINIA PALLAVICINI - TAM Adintel Commercial Director

PAOLO PASCOLO – CEO I MILLE

PIERRE POLONELLI - Digital Marketing & Sales Director SOFIDEL

ANDREA PORETTI - Ceo & Founder CEPAR

JULIAN PRAT - Chief Strategy Officer WAVEMAKER ITALY

DAVIDE QUATTRO - Marketing Insights & Operations Manager GRUPPO MONTENEGRO

GIULIA RICCIARDI - Creative Director DLVBBDO

NICCOLÒ RIGO - Chief Strategy Officer DENTSU CREATIVE ITALY

STEFANIA ROMENTI - Professore ordinario di Strategic Communication IULM e Presidente EUPRERA

ROSSELLA ROSCIANO - CEO e Founder MIRÒ COMUNICAZIONE

STEFANO ROSSI - Chief Operating Officer VMLY&R

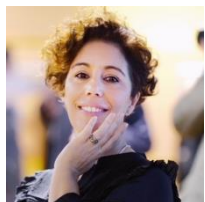
FRANCESCO RUSSO - Head of Strategic Planner HAVAS MILAN

NEREO SCIUTTO - CEO WEBRANKING

ANDREA SCROCCARO - Head of Marketing Communication MIELE ITALIA

ANNA LAURA SIRACUSA - Head of Marketing & Digital MATTEL ITALY

Presidente della giuria



FEDERICA SETTI - Chief Research Officer GROUPEM

Sono una *digital immigrant*, un'umanista al servizio dei dati.

Dopo una Laurea in Lingue e Letterature Straniere cum laude e una specializzazione in Scienze della Comunicazione presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, sono entrata nel mondo professionale della pubblicità e del media.

Ho iniziato la mia carriera in Universal Media, passando poi per Aegis Media assumendo il ruolo di Research Director.

Dal 2009 sono in GroupM come Chief Research Officer e come board member.

Guido il team di Business Intelligence & Insight che si occupa di analisi sui media, sui consumatori e sui nuovi trend.

Dal 2022 portavoce del Media Hub di UNA.

Nella mia carriera ho avuto l'occasione e l'opportunità di lavorare per il successo e la crescita di importanti brand come Disney, LVMH, Nestlé, Campari, Sky, Netflix, Danone, L'Oréal, Bolton Group.

Ho il privilegio di collaborare con alcune Università Italiane e Master in qualità di *guest speaker* tra le quali il Politecnico di Milano (Master in Brand Communication) e l'Università Cattolica di Milano (Master Fare Radio).

Sono una milanese atipica, non posso vivere senza la natura e lo sport. Una grossa fetta del mio cuore risiede sulle montagne: amo la neve, la roccia e tutta la pratica alpinistica.

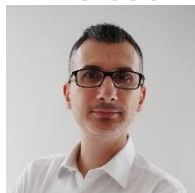
ROBERTO BALDASSARRE - Media & Sponsorship Manager FASTWEB



Dopo gli studi in Bocconi, nel 1997 entra in RCS dove collabora al lancio dei siti di Corriere della Sera e Gazzetta dello Sport, occupandosi della raccolta pubblicitaria. Nel 2001 approda come Sales Manager in MSN, portale consumer di Microsoft. A fine 2003 passa in Fastweb in qualità di Responsabile delle vendite online, sviluppando il canale con un innovativo modello multichannel sostenuto dalla digital advertising. Nel 2014 cambia funzione in Fastweb diventando Media Manager con responsabilità sulla pianificazione on e off-line, e sulla misurazione dell'impatto delle attività di Comunicazione sui KPI di brand.

Attualmente ricopre la posizione di Manager of Media & Sponsorship, seguendo anche lo sviluppo ed internalizzazione dei modelli econometrici. Dal 2014 fa parte della Commissione Mezzi in UPA. È membro di IAB dove ha collaborato alla redazione dei White Paper dedicati a Programmatic Advertising e alla Connected TV. Fa parte del Comitato Tecnico della nascente Audicom.

FRANCESCO BELLOMO - Media & Consumer Insights Senior Manager - HAIER EUROPE



In Haier Europe dal 2016, lavora alla definizione e all'implementazione delle strategie di brand, media e digital e alla gestione della funzione di consumer e market insights a supporto delle attività di marketing e sviluppo prodotto per i mercati europei.

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 diversi tra cui quello di Global Brand Director a riporto diretto al Global CMO.

MASSIMILIANO BONDI - Head of Media and Independent Agencies GOOGLE ITALY



Laureato in Scienze della Comunicazione, ha da sempre un profondo interesse per le dinamiche di efficacia della pubblicità e della comunicazione in senso lato.

In Google da oltre 15 anni, aveva prima esplorato il mondo pubblicitario come copywriter freelance, sperimentato la sfida di una start up e lavorato nel team di digital marketing di FincoBank contribuendo al suo lancio e posizionamento.

Ha iniziato il suo percorso in Google coprendo ruoli di gestione e ottimizzazione delle campagne adv per poi assumere la responsabilità di specifiche Industries e, nel ruolo attuale, delle relazioni con i Centri Media e Agenzie Indipendenti.

La passione per l'advertising si è fusa nel tempo con le competenze acquisite nel contesto martech, di cui segue attivamente l'evoluzione, vista la sua decisiva influenza sull'intero ecosistema.

ANDREA BOZZO - Head of Creative Futures & Strategy – essencemediacom (WPP)



Inizia la sua carriera come Strategist in Young&Rubicam a Milano. Si trasferisce poi a Londra dove lavora per due anni come APAC&International Planner in VibrantMedia, multinazionale leader nel digital marketing.

A inizio 2016 torna in Italia in Uniting Group e poi in Maxus (WPP) come Senior Strategic Planner.

A fine 2017 entra nel gruppo Publicis come Strategy Manager alla guida del team strategico di Starcom. Rappresentante per l'Italia nel Global Product Acceleration Team, un gruppo di

20 persone selezionate da tutto il mondo con l'obiettivo d'ispirare ed aiutare il network nella creazione di progetti innovativi.

A maggio 2021 torna in WPP come Head of Strategy di Creative Systems, Content Unit dell'agenzia Mediacom. A marzo 2022 diventa responsabile di tutta la Unit (oggi Creative Futures di essencemediacom) mantenendo la supervisione del prodotto strategico con l'obiettivo di capitalizzare l'analisi e l'utilizzo dei dati per garantire forte coerenza e sinergia tra media, content e creatività.

SILVIA BROGGI - MarTech & International Marketing Director PUBLITALIA '80 - Divisione AdTech & Business Development



Laureata in Pubbliche Relazioni alla Università IULM di Milano, Silvia Broggi opera nel settore dei media, con una specializzazione nella televisione e nella pubblicità. Inizia la sua carriera nelle aziende del Gruppo Mediaset nel 2000, con l'ingresso nella concessionaria internazionale Publieurope basata a Londra, come Group Product Manager. Sotto la sua responsabilità ricade il marketing operativo di Londra, Parigi, Monaco, Losanna e Madrid.

Quattro anni più tardi, l'ingresso in Publitalia '80 con il ruolo di International Marketing Manager in virtù del quale collabora con la concessionaria di pubblicità del canale

satellitare Nessma, basato a Tunisi, che trasmette nell'area del Maghreb (Tunisia, Marocco, Algeria).

Dopo una parentesi commerciale presso l'ufficio di Parigi di Publieurope, nel 2012 assume l'incarico di Head of International Marketing della concessionaria di pubblicità di Gruppo Mediaset, Publitalia '80. Nel 2017, a questo viene affiancato il ruolo di Direttore Marketing Technology della neonata Direzione AdTech&Business Development, Publitalia '80.

ENRICO BUONGRAZIO - Strategy Lead McCANN



Con 20 anni di esperienza nella pianificazione strategica (messaggio e media), ha lavorato per molti fra i più noti gruppi internazionali di comunicazione,

Definisce la strategia come una ricerca continua di opportunità per garantire ai brand un ruolo rilevante nella vita delle persone e delle comunità nelle quali operano, in una prospettiva dove l'orientamento al business incontra il miglioramento della società.

Nel corso degli anni ha continuato a mantenere viva la passione per l'attività accademica come docente in scuole di comunicazione e master universitari.

Nel 2021 è tornato sui banchi per approfondire argomenti legati alla future literacy, partecipando al primo master italiano in Studi di Futuro con il patrocinio dell'UNESCO, presso il Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale dell'Università di Trento.

Fa parte dell'associazione EDGE – LEADERS FOR CHANGE che si occupa di sensibilizzare la business community e i decisori pubblici sulle opportunità dell'inclusione, con particolare riferimento alla comunità LGBTQ+.

LORENZO CABRAS - Founding Partner & Chief Strategy Officer DIFFERENT



Oriundo di sangue sardo e natali genovesi.

Sempre a Genova mi laureo in Economia e mi specializzo in Marketing, poi alterno esperienze in azienda e agenzia per un paio di lustri, fino a capire che la mia casa era quella della comunicazione integrata.

Oggi sono Founding Partner & Chief Strategy Officer in DIFFERENT e docente di Branding all'Università degli Studi di Padova.

Credo più nelle persone che nei target; amo suonare gli accordi giusti, leggere tra le righe, scegliere con cura le parole.

Su LinkedIn e Medium scrivo articoli sul cambiamento dei paradigmi del marketing e della comunicazione nell'era della Digital Revolution.

Dal 2017 collaboro con la testata youmark.it e dal 2019 con la testata thismarketerslife.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, ricopro il ruolo di marketing manager presso Galbusera.

FRANCESCO CIBÒ - Global Brand Marketing & Communication Director DR SCHÄR



Con oltre 25 anni di esperienza maturata sia lato agenzia che azienda su alcuni dei brand più importanti, Francesco Cibò ha ricoperto diversi ruoli nell'ambito del marketing, sviluppando programmi regionali e globali che sono stati riconosciuti con alcuni dei premi più prestigiosi del settore. Dopo gli studi universitari tra Italia e Stati Uniti, inizia il suo percorso professionale nel design e poi per 7 anni nella comunicazione, nell'agenzia Armando Testa, prima a Roma e poi a Milano. Nel 2006 entra in Coca-Cola come responsabile dell'advertising della regione del mediterraneo, successivamente per i 23 paesi dell'Europa del Centro Sud fino al

trasferimento in Centro America nel 2014 e infine in Brasile come Marketing & Communication Director regionale. Nel 2019 rientra in Italia come Global Brand Marketing & Communication Director dell'azienda Dr Schär, leader mondiale nella nutrizione speciale e inclusiva, presente in oltre 100 paesi con la marca Schär.

ROBERTA CIPOLLONE - Communication Strategist & Media Manager RICOLA - DIVITA



Un Diploma di Laurea in Relazioni Pubbliche presso IULM di Milano, Libera Università di Lingue e Comunicazione, 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.

A tutt'oggi supporto la Direzione Marketing nel trasferimento del Brief al Centro Media incaricato per la traduzione dello stesso in strategie di comunicazione e stesura dei piani ottimali. Coordino e controllo il media-buying on e off line apportando ottimizzazioni anche su campagne on going.

Opero costante scouting e valutazione delle opportunità alternative di comunicazione in linea con gli obiettivi aziendali prefissati, ideazione e realizzazione di progetti speciali (product placement/sponsorizzazioni/branded entertainment).

Dal 2009 Delegata in Commissione Mezzi UPA per il trasferimento delle informazioni più importanti alla Direzione.

MICHELE CORNETTO - Fondatore e CEO TEMBO



Classe 1975, dopo la laurea in Architettura al Politecnico di Torino e alcuni anni di esperienza nella direzione lavori, abbandono i cantieri e mi dedico alle mie grandi passioni: visual design, comunicazione online, cultura di marca e racconto d'impresa. Queste passioni mi portano a fondare nel 2005 Tembo, agenzia specializzata in Branded Commerce.

Dal 2013 ricopro il ruolo di brand manager in Eutekne, società per la quale negli anni ho curato il riposizionamento di marca del gruppo e il lancio di Eutekne.Info - Il Quotidiano del Commercialista; dal 2018 Direttore della Comunicazione del gruppo editoriale Eutekne. Da

aprile 2019 membro del Consiglio Direttivo di UNA, in qualità di Responsabile delle Consulte Territoriali.

Professore a contratto di Social Media Management nel Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione, ICT e Media presso l'Università di Torino.

Appassionato di musica e arti visive, amo viaggiare e scoprire la cucina e le tradizioni locali; lettore onnivoro, ogni mese acquisto almeno il triplo dei libri che riesco a leggere.

EVI DIMITRAKAKI - Consumer experience and Media Lead, Italy – Greece **MONDELEZ**



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. Consigliera dell'ADCI.

SERENA FASANO - Partner and Client Director **INSTANT LOVE**



Serena Fasano è Client Director e Partner dell'agenzia di comunicazione Instant Love, dal 2018. Dopo la laurea in Economia e Commercio di Torino con specializzazione in Marketing, la sua carriera si è sviluppata nella direzione clienti seguendo grandi brand nazionali in importanti agenzie di comunicazione: INADV, Carrè Noir Italia, Gruppo Publicis, Hub09, Stylum e Disko del Gruppo Altavia, per poi dedicarsi ad una realtà più piccola. È stata a capo della comunicazione di importanti campagne politiche, come quella dell'ex ministro Piero Fassino a Sindaco di Torino, o della vicepresidente del Senato Anna

Rossomando nelle recenti elezioni. Attualmente, oltre ad essere delegata per il Piemonte e la Valle D'Aosta per UNA, insegna Teoria del Consenso Digitale al Master in comunicazione digitale dello IED di Torino, e Social Media Management al Master Mario Soldati per la comunicazione turistica ed enogastronomica. Scrive per "Il Mondo di Pannunzio", ama il Rinascimento e l'Impressionismo ed ha una passione sconfinata per Parigi.

LUDOVICA FEDERIGHI - Head of **FUSE**



Ludovica ha una profonda esperienza maturata nell'industria dell'intrattenimento. Cresciuta in Friends & Partners e in Magnolia/Banjay, oggi è a capo di FUSE, la divisione di Omnicom Media Group dedicata a Content & Entertainment e specializzata in Musica, Sport, Influencer marketing. Manager creativa, fa del linguaggio della comunicazione un'arte a servizio delle marche: esperienze, storie e racconti sono alla base della sua carriera. Con questi ingredienti sviluppa progetti multiplatforma di Branded Entertainment, cercando di rispondere con sensibilità strategica, alla richiesta crescente di produzioni originali, focalizzate su narrazioni di

brand efficaci, costruite studiando i veri protagonisti della comunicazione: le persone e le loro passioni.

MAURO FRANTELLIZZI - Direttore Marketing **BU GALBANI CHEESE (Gruppo LACTALIS ITALIA)**



Mauro Frantellizzi definisce la strategia della marca Galbani in Italia insieme alle altre marche del gruppo (Vallelata, Invernizzi, Cademartori, Président).

Laurea in Economia Aziendale presso l'Università 'La Sapienza' di Roma e Master in Marketing internazionale presso IFOA, inizia il suo percorso professionale nell'area vendite del Gruppo Danone, per poi intraprendere la sua carriera nell'area marketing.

Nel 2002 e 2003 guida la filiale Galbani UK a Londra e poi, tornato in Italia, assume responsabilità sempre crescenti nelle diverse divisioni locali e di coordinamento all'interno del

Gruppo Lactalis Galbani.

come la responsabilità globale della marca Galbani in qualità di Global Brand Director

MATTEO GIARRIZZO - Head of Media & Digital **HENKEL ITALIA**



Responsabile di tutte le attività di comunicazione online e offline e delle attività di digital marketing e della Community CRM Donnad. Prima di Henkel ha lavorato nel team Corporate brand advertising di multinazionali quali Vodafone, Samsung, L'Oreal e in alcune agenzie media. Esperto di digital marketing in tutti i suoi aspetti, sia legati all'implementazione di tecnologie di raccolta, analisi e attivazione dati degli utenti, sia alla creazione del contenuto. Grande sostenitore dell'approccio integrato alla comunicazione, ritiene che i confini tra media e contenuto e tra utente e mezzo di comunicazione siano sempre più fluidi e che

quindi sia sempre più determinante sviluppare campagne di comunicazione che nascano integrate sin dalla loro ideazione.

ENRICO GIROTTI - Managing Partner – Strategy & Growth 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. Iniziata 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.

LUCIO LAMBERTI - Professore Ordinario di Marketing Omnicanale MIP-POLITECNICO DI MILANO



Lucio Lamberti è Professore Ordinario di Marketing Omnicanale alla School of Management del Politecnico di Milano. Dirige l'International Master in Media & Communication e l'MBA TopWin al MIP Politecnico di Milano e coordina il Laboratorio Interdipartimentale PhEEL (Physiology, Emotion and Experience Lab), che si occupa di applicazione delle neuroscienze allo studio del comportamento dell'individuo. Visiting professor in numerose Università internazionali, membro del Gruppo di Lavoro Usabilità del Dipartimento della Funzione Pubblica e dell'editorial board del Journal of Strategic Marketing, si occupa di marketing

quantitativo e collabora con gli osservatori Multicanalità, Internet Media e Omnichannel Customer Experience del Politecnico di Milano. Collabora con grandi realtà nazionali e internazionali tra cui Google, Huawei, Lamborghini, Fastweb, A2A, Iper, CRAI, Coop, Eolo e SAP su tematiche di trasformazione dei processi di marketing, CRM e technology forecasting.

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 a r 8° P&G C.O.S.M 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, Thé Infré, Spezie Cannamela, Polenta Valsugana, Valsoia, Santa Rosa, Diete.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 7 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.

STEFANIA MARINANGELI - Head of Media and Brand Integrated Communication @ FATER (joint venture tra P&G e Gruppo Angelini)



Laureata in Economia Aziendale, da sempre appassionata di marketing e comunicazione, entro a far parte del team marketing in Fater coprendo diversi ruoli.

Dopo un'esperienza in P&G a Ginevra rientro in Fater sempre nel team marketing per poi passare al team Communication dove ricopro il ruolo di Head of Media and Brand Integrated Communication coordinando le attività di comunicazione e media di tutti i nostri brands (Pampers, ACE, Lines, Tampax, Lines Specialist, Comet) Italia e International.

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



Alberto Mattiacci, PhD con formazione economica, affianca all'attività accademica (è Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese alla Sapienza e Senior Fellow in Luiss Business School), quella di ricercatore sociale (presiede il Comitato Scientifico Eurispes) quelle di keynote speaker, formatore (progetta e coordina programmi di formazione executive), consulente strategico (con la Mattiacci & Partners Srl) e istituzionale (in Commissione UE). Consigliere di Amministrazione in Eur SpA e diverse fondazioni culturali. Tiene una rubrica di divulgazione economica settimanale (Economicamente su Leggo) e una mensile (Marketing per Harvard Business Review Italia). È socio dell'Italian Chapter dell'*International Advertising Association*. Ha pubblicato oltre duecento lavori, scientifici, didattici e divulgativi su temi di marketing, consumi e cambiamento.

MARIA CARMELA OSTILIO - Associate Professor of Practice e Core Faculty Member SDA BOCCONI School of Management



Maria Carmela Ostilio è Associate Professor of Practice e Core Faculty Member presso la SDA Bocconi School of Management, nonché Coordinatore Scientifico e Responsabile della Brand Academy presso la medesima Scuola. È Responsabile di e insegna Brand Management presso l'Università Bocconi, all'interno del Master of Science in Marketing Management.

Attraverso la ricerca, propriamente di natura manageriale, ha avuto l'opportunità di sviluppare, diffondere e condividere conoscenze e competenze di Corporate Branding, Strategic Brand Management, Brand Management, Personal Branding elementi su cui tutte le tipologie di imprese, istituzioni e top manager dovrebbero volgere crescente attenzione per essere più competitivi all'interno dei propri contesti di riferimento.

È stata Visiting Professor in varie Università, italiane e straniere, e nel corso della sua carriera, ha scritto numerosi saggi e articoli, pubblicando su riviste nazionali e internazionali.

Inoltre, ha maturato esperienze personali di Volontariato, dedicandomi a bambini, adolescenti, giovani, anziani e bisognosi, in genere, nonché specificamente Professionali quale Membro di Consigli di Amministrazione, Fondazioni e Advisory Board nonché Advisor, Consulente Tecnico e Perito per imprese, istituzioni (e.g. Procure) e altre organizzazioni.

LAURA PAGGETTI - Head of Global Advertising in ENEL



Responsabile della pubblicità a livello globale per Enel, società leader nel settore energetico e delle rinnovabili. Laureata in Economia e Commercio, ha iniziato la sua carriera professionale nel 1995 nei FMCG in Colgate/Hills per proseguire subito nell'area di pianificazione media di Telecom Italia Mobile (TIM) nella massificazione delle TLC mobili.

Manager con una profonda competenza in *Advertising* e *Media Planning & Buying*, sviluppata in oltre 20 anni di esperienza sia nel settore Telco che di Energia.

Ha gestito e guidato lo start-up di 2 aziende, prima in TIM Italia per il lancio nazionale del servizio mobile prepagato TIM (18 milioni di clienti in 4 anni) e poi in Medio Oriente (Turchia) per il lancio sul mercato del 3° operatore TIM Mobile, in qualità di Advertising & Media Manager dell'azienda.

Dal 2003 è in Comunicazione di Enel come *Advertising and Media Manager* di Enel Italia e dal 2017 *Global Manager della Pubblicità* con la gestione di 10 paesi per i verticali di *Advertising*, *Media Planning* e *Digital Advertising*, occupandosi del lancio internazionale del brand Enel e della piattaforma strategica advertising per tutto il Gruppo Enel.

Hobby e passioni: yoga, musica, pet, letteratura, viaggi, scuba diving e cucina.

VIRGINIA PALLAVICINI - TAM AdIntel Commercial Director



Dopo una Laurea in Scienze dell'Informazione presso l'Università degli Studi di Milano ed una esperienza in Olivetti (Sistemi Integrati). Consegue il Master in Comunicazione e Marketing in Accademia di Comunicazione (Milano) ed inizia ad occuparsi di media e pubblicità, dapprima in Assomedia per poi entrare in Nielsen dove ricopre ruoli differenti, dall'inizio sui sistemi di misurazione dell'efficacia pubblicitaria (Single Source) per poi approdare all'area commerciale e gestione consulenza grandi clienti del settore Media ed Editoriale.

È stata consigliere nel consiglio direttivo di IAB Italia.

È oggi direttore commerciale per i servizi AdIntel e Tam.

PAOLO PASCOLO – CEO I MILLE

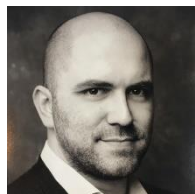


Un passato come creativo nella moda per Moschino e come product designer per Honda Motorcycle. Da fine anni 90 si occupa di design e comunicazione digitale.

Nel 2004 a Milano cofonda I MILLE, agenzia indipendente specializzata in consulenza creativa e tecnologie emergenti. Nel 2015 fonda con altri soci di I MILLE la startup inVRsion che si occupa di soluzioni software in Realtà Virtuale per il mondo retail. Dopo 13 anni come Direttore Creativo di I MILLE, nel 2017 prende l'incarico di CEO.

I MILLE oggi ha sedi in Italia a Milano e Roma, all'estero in Spagna, Brasile e Cile, controlla due agenzie verticali: Bea che si occupa di narrazione strategica d'impresa e Uasabi specializzata in comunicazione per le nuove generazioni, occupando circa 150 persone che lavorano per i più importanti brand italiani ed esteri come Barilla, Enel, MSC Crociere, Terna, WeBuild, Pernod Ricard, San Carlo, Sisal, A2A, Boehringer, Sky, Axa e tanti altri.

PIERRE POLONELLI - Digital Marketing & Sales Director SOFIDEL



Laureato in Giurisprudenza a Parma, perfeziona gli studi con un Master in Marketing e Comunicazione presso l'Università Bocconi di Milano.

Professionista nel mondo Digital da oltre 16 anni, nella sua carriera ne ha gestito direttamente tutti gli aspetti; dall'online media al branding, dallo sviluppo di nuovi prodotti all'e-Commerce, dai Social Media al CRM.

Ha maturato esperienze professionali a livello internazionale sia in agenzie che in aziende multinazionali come Gruppo WPP, Google, Vodafone, Barilla, Bolton Group.

Da ottobre 2020 è Digital Director in Sofidel, azienda leader nella produzione della carta, con l'incarico di guidare la Digital Transformation nelle aree Marketing & Sales.

Sposato con due figli, è appassionato di viaggi e sport, in particolare rugby, oltre che di lettura di saggi storici e di Marketing.

ANDREA PORETTI - Ceo & Founder CEPAR



Classe 1983, inizia la carriera nel 2007 in Bruce Clay Europe, maturando esperienza diretta nella gestione di progetti di marketing digitale di medie dimensioni.

Nel 2012 fonda Cepar, agenzia di comunicazione indipendente operante nel digitale, con focus sul performance marketing per il mercato nazionale e internazionale.

È convinto che ogni progetto digitale debba assolutamente unire analisi dei dati, strategia e creatività, ma soprattutto passione.

È stato vicepresidente dei giovani imprenditori e attualmente è nel consiglio generale di Confindustria Alto Milanese.

Da 2020 è Delegato Territoriale UNA, Aziende della Comunicazione Unite, per la Lombardia.

Appassionato di viaggi, sport e motori, è sposato e con due figli e vive a Busto Arsizio.

JULIAN PRAT - Chief Strategy Officer WAVEMAKER ITALY



Mi occupo di strategia media da circa 25 anni con un'esperienza maturata principalmente nelle due maggiori agenzie della industry, Wavemaker (Gruppo WPP) e Dentsu. Nel corso di questi anni mi sono occupato, con vari livelli di responsabilità, di sostenere la crescita del business dei clienti attraverso le attività media e la comunicazione. L'evoluzione dello scenario di fruizione media mi ha portato negli ultimi anni anche a occuparmi anche di content, digital e, più di recente, di innovazione applicata alla comunicazione e ai media. Nel corso della mia carriera ho sempre cercato di portare il mio personale approccio basato

su tre principi:

- **Curiosità:** c'è sempre un perché dietro a tutte le decisioni che prendiamo come consumatori e la strategia deve aiutare i clienti a scoprirlo
- **Semplicità:** le strategie più efficaci sono quelle che si raccontano in meno di 30 secondi
- **Consapevolezza:** Le informazioni data-driven facilitano le decisioni di business

DAVIDE QUATTRO - Marketing Insights & Operations Manager GRUPPO MONTENEGRO



Inizia il percorso nel mondo del Marketing nel Gruppo Danone, pasta Agnesi, occupandosi di dati, prodotto, promozione, scenari, ricerca, comunicazione e strategia. Dopo un'esperienza in Nielsen come Account per clienti come Nestlé e 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 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. Definisce con il Centro Media perimetro e contenuti dei contratti e delle attività media.

GIULIA RICCIARDI - Creative Director DLVBBDO



Dopo una laurea in Comunicazione e un'esperienza di un anno in California, Giulia Ricciardi ha frequentato un master triennale in Art Direction e contemporaneamente si è laureata in Editoria, Pubblicità e Creatività d'impresa.

Ha iniziato il suo percorso professionale in GreyUnited. La sua carriera è poi proseguita in Armando Testa e in seguito in DLVBBDO dove nel 2020 ha acquisito la carica di Creative Director. Negli anni ha vinto diversi premi nazionali ed internazionali tra cui due ori all'Eurobest Country Selection, un oro alla Young Cannes Lions Country Selection e un argento al Young Cannes Lions Competition.

Insegna in IED ed è membro del comitato Equal dell'Art Director Club Italiano che si occupa di garantire e promuovere un senso di responsabilità sempre maggiore verso la cultura dell'uguaglianza, soprattutto in pubblicità.

NICCOLÒ RIGO - Chief Strategy Officer DENTSU CREATIVE ITALY



Ad oggi Chief Strategy Officer di DENTSU CREATIVE Italy, Niccolò ha ricoperto in precedenza il ruolo di head of strategy in Publicis Italy e prima ancora in Alkemy. Ha passato la maggior parte della sua vita professionale nel Regno Unito lavorando per Havas London, la due volte agenzia digitale dell'anno Work Club, R/GA London e Naked Comms London.

Ha lavorato per clienti internazionali fra i quali Virgin Atlantic, Barilla, Mulino Bianco, L'Oreal, Credit Suisse, UniCredit, Sky, Leroy Merlin, Pernod Ricard, Nespresso, Henkel, Danone, RB/Reckitt Benckiser, Unilever, Adidas, Nike, Rolls Royce, Alfa Romeo, eBay and Google.

Lungo la sua carriera a cavallo fra agenzie digitali e tradizionali si è occupato soprattutto dell'esplorazione e del design di nuovi modelli di pianificazione in grado di unire il meglio di questi due mondi per un nuovo modello contemporaneo di concepire la strategia.

STEFANIA ROMENTI - Professore ordinario di Strategic Communication IULM e Presidente EUPRERA

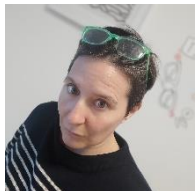


Professore ordinario di Strategic Communication presso l'Università IULM di Milano ed è Presidente della European Association of Public Relations Education and Research Association.

Delegata del Rettore per la sostenibilità dell'Ateneo. È 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.

È fondatrice e direttore scientifico del Centro per la comunicazione strategica (CECOMS). 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.

ROSSELLA ROSCIANO - CEO e Founder MIRÒ COMUNICAZIONE



Rossella Rosciano si occupa da 15 anni di comunicazione e pubbliche relazioni fondando a Milano, MiRò Comunicazione. In precedenza ha lavorato in Italia e all'estero sia lato agenzia sia lato azienda fornendo supporto a realtà internazionali in ambito di comunicazione e pubbliche relazioni.

Ha collaborato con diverse testate giornalistiche italiane ed è stata editor per il mondo dell'arte con oltre 100 titoli. Rappresenta le parti sociali di vari istituti di formazione, insegnando in particolare all'Università di Pavia nel corso di Laurea di Scienze Politiche.

Dal 2011 è AD di MiRò Comunicazione, fa parte del board di GWPR (Global Women in Public Relation). Laureata in filosofia, ha poi un Master in Comunicazione Digitale dei Beni Culturali presso il Polihub e un Master in Social Media, Marketing e Crisis Management presso la Innovation Business School di Milano.

STEFANO ROSSI - Chief Operating Officer VMLY&R



Stefano ha una lunga esperienza professionale, sviluppata lavorando in importanti sigle della comunicazione per prestigiosi brand sia nazionali che globali, nei più diversi settori di mercato. Ha iniziato la sua carriera in Wunderman come Account, per passare poi in Ogilvy e OgilvyAction come Client Service Director e successivamente in Geometry come CEO, per poi unirsi a VMLY&R Italy nel 2021 come Head of Commerce, la unit dedicata a tutte le leve di marketing nell'area del Commerce: dall'e-commerce all'experiential, allo shopper o retail marketing.

Dal 2022, ha ricoperto anche il ruolo di Chief Growth Officer con obiettivi di medio e lungo termine volti alla crescita dell'agenzia attraverso l'individuazione di opportunità e generazione di valore incrementale per clienti attuali e prospect.

Da gennaio 2023 è stato nominato Chief Operating Officer e si occupa di ottimizzare i processi interni per renderli più efficienti e funzionali, con l'obiettivo di incrementare ulteriormente la crescita dell'agenzia e mantenere la sua competitività sul mercato.

FRANCESCO RUSSO - Head of Strategic Planner HAVAS MILAN



Laureato in Scienze della Comunicazione inizia a lavorare nel mondo della pubblicità nel 2000.

All'inizio si occupa soprattutto di digital in agenzie verticali dove può coltivare la passione personale per gli allora nuovi media e il disegno di interfacce (oggi CX).

Vive e lavora a Roma spostandosi in agenzie internazionali integrate, allargando così l'interesse per la comunicazione dal digitale verso gli altri canali più tradizionali.

Lavora prima in TBWA seguendo clienti come Nissan, Eni, Bnl Bnp Paribas, Playstation, poi in

Publicis (Renault, Alitalia, P&G).

Nel 2013 si trasferisce a Milano dove lavora in Auge (Ikea) e Doing (Ferrari, Eni, Expo, Generali).

Dal 2019 è Head of Strategic Planner di Havas Milan (Q8, Lamborghini, Monedelez).

NEREO SCIUTTO - CEO WEBRANKING



Smaccatamente emiliano, ingegnere informatico atipico, è a capo di una delle maggiori agenzie digitali indipendenti italiane - Webranking - è anche docente presso diverse business school e università pubbliche.

È autore di due pubblicazioni e da 25 anni è attivo nell'evangelizzazione dei temi legati a Internet e alla comunicazione sui canali digitali.

È stato membro per sei anni del consiglio direttivo di IAB Italia. In seno a Webranking, ha contribuito a creare Daimon, il brand experience studio dell'agenzia.

ANDREA SCROCCARO - Head of Marketing Communication MIELE ITALIA



Andrea Scroccaro, classe 1978, si laurea in Relazioni Pubbliche all'Università degli Studi di Udine e, durante il suo percorso lavorativo, si specializza nel mondo del Digital Marketing.

Dopo una lunga esperienza come Web Product Manager in Seat Pagine Gialle, ricopre per sei anni il ruolo di responsabile digital in Salewa, occupandosi di E-commerce e Digital Marketing.

Nel 2017 diventa Digital Marketing Manager di Edizioni Centro Studi Erickson e dopo due anni arriva in Miele Italia dove, dal 2019, ricopre il ruolo di Head of Marketing Communication



ANNA LAURA SIRACUSA - Head of Marketing & Digital MATTEL ITALY



Dopo la laurea in Marketing Management all'Università Bocconi, nel marzo 2010 entra in Henkel dove costruisce e consolida la propria esperienza nel brand e trade marketing multicanale, rilanciando il marchio Ariasana, gestendo brand consumer quali Pritt e Loctite Super Attak e diventando poi responsabile del customer marketing GDO sviluppando progetti cross-brand e cross-target con focus su digital ed esperienze in-store.

In Mattel Italy dal maggio 2017, è stata Marketing Manager di più categorie consolidando la leadership di marchi storici quali Barbie, Hot Wheels, Fisher Price e concentrandosi sullo sviluppo dei piani franchise di brand proprietari e licenziati. Assume poi il ruolo di Retail Activation Manager con la responsabilità del go-to-market e dell'accelerazione di nuove opportunità di business, anche in chiave omnichannel. Da ottobre 2022 è Head of Marketing and Digital con responsabilità sull'intera strategia franchise e media del paese.