

Game changer nel mondo della comunicazione, del marketing, del management.

Di recente cofondatore di una nuova realtà nel mondo della narrazione strategica, che reca iscritto nel nome l'obiettivo di rendere il mondo aziendale in grado di agire le leve dello storytelling: Be a media company. Più informalmente chiamata Bea, dalla Beatrice dantesca, per sottolineare l'umanizzazione della comunicazione in una fase di evoluzione verso un ruolo sempre più centrale del racconto aziendale.

In precedenza, CEO di Agi, Agenzia Italia, eccellenza nel mondo dell'informazione primaria, dopo aver partecipato con il lancio di Twitter in Italia alla 'disruption' operata dalle piattaforme social nei confronti dello stesso mondo editoriale.

Da Country Manager in Twitter Italia, in un mondo non assistito da mediatori e nativamente 'peer-to-peer', alla sfida in Agi rappresentata dalla ridefinizione del ruolo nel mondo di riferimento, integrando la qualità e la professionalità del mondo giornalistico, con un modello d'azienda in grado di coniugare, tutte le componenti e le competenze di una media company. Un percorso professionale che si era precedentemente arricchito attraverso esperienze nel mondo della consulenza e analisi di mercato (Nielsen, Millward Brown), e del digitale, sia in ambito internazionale che locale, (Microsoft, Italia On Line).