

Stella Romagnoli

Senior Director in Brand Strategy, Corporate & Marketing Communication, ho lavorato in RAI, Alitalia, Leo Burnett, Telecom Italia e TIM, dove ho gestito la comunicazione con diversi ruoli per oltre 20 anni, fino ad essere responsabile del progetto di rebranding del 2016. In seguito sono stata responsabile della comunicazione pubblicitaria e brand strategy per tutte le società del Gruppo Ferrovie dello Stato Italiane e dal 2019 sono Executive Director dell'International Advertising Association per l'Italia.

Docente universitaria, attualmente titolare delle cattedre di **Comunicazione D'Impresa - Laboratorio di Strategie Pubblicitarie** alla Sapienza di Roma, di **Pianificazione e Controllo della Comunicazione** e di **Brand Strategy & Media Planning** alla LUMSA di Roma. Docente di **Comunicazione di Marketing e Linguaggi dei Nuovi Media** alla LUISS e di **Communication Management** alla Cattolica di Roma.

Esperienza professionale

01.2019 -
OGGI

INTERNATIONAL ADVERTISING ASSOCIATION ITALY CHAPTER

Executive Director

Coordinamento delle attività dell'associazione in Italia e all'estero

2016 - 2018

FERROVIE DELLO STATO ITALIANE

Senior Director Brand Strategy, Advertising & Digital Communication

Responsabilità (per tutte le società del Gruppo):

- Brand Strategy & Advertising ATL e BTL (anche con reparto creativo interno)
- Media strategy & planning
- Communication research, neuromarketing e web sentiment
- Web e social media
- Broadcasting (radio) e produzione audiovisive (con reparto di filmmaking interno)

1995 - 2016

TIM / TELECOM ITALIA

Senior Director Brand Strategy, Corporate & Internal Identity

2016

- Brand Strategy e Comunicazione Istituzionale
- Comunicazione Interna (Vs. 50.000 dipendenti in Italia)
- Ricerche sulla comunicazione e brand reputation

Senior Director Brand Strategy, Corporate Communication e Ricerche

2013 - 2016

- Riposizionamento e Rebranding di Telecom Italia verso TIM
- Nuovo logo e visual identity TIM.
- Miglior risultato in 12 anni del Corporate Reputation Index (IPSOS 2015-16)

Responsabile Consumer Communication TIM

2009 - 2013

- Gestione del budget di comunicazione (tra i più importanti in Italia)
- Definizione dei format pubblicitari ATL e BTL, gestione delle campagne pubblicitarie consumer
- Coordinamento della pubblicità locale e delle attività promozionali, del coadvertising e del direct response
- Fino al 2012 responsabile Trade Marketing. Restyling completo della rete vendita TIM nel 2010 (2.500 PV)
- Fino al 2010 responsabile degli Eventi consumer (convention, eventi locali e guerriglia marketing)

Responsabile Media e Sponsorship management

2008 - 2009

- Definizione del budget di comunicazione di Gruppo (primo investitore adv in Italia)
- Gestione della pianificazione e acquisto media
- Gestione delle sponsorizzazioni: Calcio Serie A TIM e Ducati, introdotti per la prima volta in azienda banner pubblicitari di prodotto a bordo campo. Ideazione di un sistema innovativo di misurazione del valore delle sponsorizzazioni presentato ad Esomar nel 2010

Dati personali

Responsabile Pubblicità di Prodotto TIM

1995 - 2003

- Progettazione e realizzazione della strategia pubblicitaria per il lancio dell'appena nato brand TIM, gestione del media planning & buying e delle ricerche di comunicazione.

1993 - 1995

LEO BURNETT (WPP GROUP)

Media Supervisor

- Media Strategic Planner per tutti i clienti dell'agenzia e i new business. Principali clienti: Procter & Gamble, Kellogg's, Coca Cola.

1988 - 1993

ALITALIA

Addetto Pubblicità, Ricerche di Mercato, Pianificazione e Acquisto media

1991 - 1993

RAI, RADIO STEREO UNO

Programmista-regista

Docenza

2018 - OGGI

LA SAPIENZA

Comunicazione d'impresa - Laboratorio di Strategie Pubblicitarie

Laurea triennale di Comunicazione Pubblica e d'Impresa (Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale).

2020 - OGGI

LUISS

Comunicazione di Marketing e Linguaggi dei Nuovi Media

Laurea Magistrale in Scienze Economico-Aziendali

2020 - OGGI

UNIVERSITÀ CATTOLICA

Communication Management

Laurea Magistrale in Direzione e Consulenza Aziendale

2008 - OGGI

LUMSA

Brand Management & Media Planning

Laurea Magistrale in Marketing & Digital Communication

Pianificazione e Controllo della Comunicazione

Laurea Magistrale in Marketing & Digital Communication

Economia e Organizzazione degli Eventi

2011-2013

Laurea triennale in Scienze della Comunicazione, Informazione e Marketing

Strumenti e Strategie della Comunicazione d'Impresa

2008-2009

Laurea triennale in Scienza della Comunicazione, Informazione e Marketing

Formazione

Laurea magistrale con lode in Economia e Commercio

Università La Sapienza Roma, 1987

Competenze

Brand Strategy



Advertising



Corporate Communication



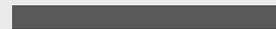
Media Planning



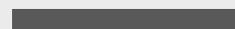
Digital planning



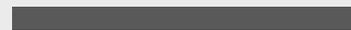
Content strategy



Direct Communication



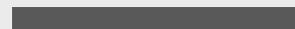
Communication Research



Web design



Social media management



Event management



Sponsorship management



Trade Marketing

