

OSVALDO ADINOLFI

INFORMAZIONI PERSONALI

Nome	OSVALDO ADINOLFI
Nazionalità	
Data di nascita	

INFORMAZIONI PROFESSIONALI

Laurea	Giurisprudenza: 110 cum laude
Specializzazione	Master in Marketing Management (ISFID: Bruxelles)
Qualifiche	Giornalista professionista (ISCRITTO ALL'ALBO PROFESSIONALE DEI GIORNALISTI DI NAPOLI) Docente in Marketing Communication presso Università e Business Schools Membro del European Creative Board of Marketing Membro del Consiglio di Amministrazione di P&G ALUMNI

ESPERIENZE LAVORATIVE

Attuale qualifica	FOUNDER & CCO - TUS THE UNUSUAL SUSPECTS - CREATIVE DIRECTOR - TUS THE UNUSUAL SUSPECTS -
• Date (da – a)	Gennaio 2019 - attuale
• Nome e indirizzo del datore di lavoro	TUS The Unusual Suspects Milano – Bologna – Roma
• Tipo di azienda o settore	Società di Consulenza Strategico Creativa nel settore Marketing
• Principali mansioni e responsabilità	<u>Direzione Strategico – Creativa:</u> responsabile per ideare, sviluppare ed eseguire progetti di marketing communication. I principali clienti (brand) gestiti: SKY (Analisi di fattibilità per un progetto di Purpose Marketing 2019) SEA Aeroporti di Milano (Gestione campagna di comunicazione e prevenzione crisi per la chiusura dell'Aeroporto di Linate 2109) HONDA MOTO (creazione e realizzazione di un nuovo approccio strategico-creativo su tutte le piattaforme digitali del gruppo. In Particolare: Campagna di Storytelling Co-Creation MY SCOOTER MANIFESTO per il lancio del nuovo scooter SH. (2019-2020) Campagna di Corporate Branding THE POWER OF DREAMS per migliorare la reputazione e l'immagine aziendale su un target giovane. (2019-2020) Campagna di Visual Co-Creation AFRICA TWIN ADVENTURE BOOK per il lancio della nuova moto Africa Twin e per sottolineare l'aspirazionalità iconica del Product Brand verso i maggiori concorrenti. (2020-2021))

• Date (da – a)	Ottobre 2001 – Settembre 2018
• Nome e indirizzo del datore di lavoro	EDELMAN Milano – Chicago – New York
• Tipo di azienda o settore	Agenzia Internazionale di Comunicazione Integrata
Attuale qualifica	SENIOR VICE PRESIDENT MARKETING - EDELMAN EUROPE - DIRETTORE CREATIVO - EDELMAN ITALIA -
• Tipo di impiego	<ul style="list-style-type: none"> - Responsabile nazionale ed europeo per campagne di comunicazione integrata - Membro del Management Board - Responsabile europeo per campagne di marketing e comunicazione “non convenzionali” con focus sui social media - Responsabile italiano per il progetto internazionale di ricerca “Millennials” sulle nuove generazioni future di target consumer
• Principali mansioni e responsabilità	<p><u>Direzione Strategico – Creativa:</u> responsabile per ideare, sviluppare ed eseguire progetti di marketing communication. I principali clienti (brand) gestiti:</p> <p>PRINGLES (Lancio Pringles 2000) - PLAYSTATION (Lancio Playstaion Portable 2005 e Playstation3 2007) - PUMA (Mondiali di calcio 2006) - ALGIDA (Magnum 2003-2007) - LAVAZZA (Calendario ed Eventi 2006-2013) - LOTTOMATIC (Gioco del Lotto, Gratta e Vinci dal 2008-2017) - CARLSBERG (Campagna Drink Different 2011-2012) - VIRGIN ACTIVE (Mktg non convenzionale, progetti con giovani talenti e influencer 2013-2018) - MASTERCARD (Lancio in Italia di del progetto Priceless Cities 2013-2015) - DISNEY (Progetto Sport 2016) - NUTELLA (Progetto di Purpose Mktg. Internazionale -15 paesi- sull’Ottimismo 2017-2018)</p>
• Date (da – a)	Marzo 1991 – Settembre 2001
• Nome e indirizzo del datore di lavoro	PROCTER & GAMBLE Roma – Cincinnati – Bruxelles
• Tipo di azienda o settore	Multinazionale Beni di Largo Consumo
• Tipo di impiego	Da Assistent Communication Manager... a Dirigente Comunicazione di livello Internazionale
• Principali mansioni e responsabilità	<p><u>Responsabile Progetti di Comunicazione in :</u></p> <p>ITALIA [1991-1994] Dash, Ace,</p> <p>USA [1994-1996] Max Factor, Pantene, Hugo Boss, Gillette</p> <p>EUROPA [1996-2001] Pringles, Wella, Lacoste</p>

ESPERIENZE DA FORMATORE

- Date (da – a)
 - Qualifica
- Principali materie / abilità professionali
- Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione

1997 - oggi

DOCENTE E FORMATORE

Marketing e Comunicazione: dalla strategia alla creatività.... alle singole specifiche azioni.

I Fondamenti del Marketing strategico: dal passato al terzo millennio

Teorie e Tecniche di Unconventional Marketing

Innovazioni Digitali nelle Strategie di Marketing

Le nuove frontiere del Purpose Marketing

Pianificare una Campagna di Marketing

Creatività tradizionale ed innovativa

Misurazione dei Risultati nelle Campagne di Marketing Communication

BUSINESS SCHOOL

Il Sole 24 Ore Business School - Milano e Roma (Coordinatore Scientifico dal 2018 ad oggi e Docente dal 1998 ad oggi)

Luiss Business School – Milano e Roma (docente dal 2017)

UNIVERSITA'

Università degli studi di Parma (docente del Master in Marketing Management dal 2007 al 2017)

Università internazionale degli studi sociali LUISS di Roma (corso di studi in Marketing Internazionale dal 2007 al 2010)

Università degli studi di Napoli Federico II (Master in Marketing & Service Management dal 2005 al 2015)

Università La Sapienza di Roma (Professore a Contratto nel corso di Laurea Magistrale - Marketing e Comunicazione d'Impresa 2019- Docente nel Master MUMM dal 2013 ad oggi)

AZIENDE

Docente in corsi privati di formazione per:

PROCTER & GAMBLE (corsi di mktg non convenzionale)

UNILEVER (corsi di mktg non convenzionale)

TELETHON (media training)

HP (corsi di mktg non convenzionale)

VIRGIN ACTIVE (media training)

**CAPACITÀ E COMPETENZE
PERSONALI**
riconosciute da certificati e diplomi ufficiali.

MADRELINGUA	ITALIANO
ALTRE LINGUE	
• Capacità di lettura	INGLESE
• Capacità di scrittura	OTTIMO
• Capacità di espressione orale	OTTIMO
• Capacità di lettura	FRANCESE
• Capacità di scrittura	BUONO
• Capacità di espressione orale	BUONO
• Capacità di lettura	SPAGNOLO
• Capacità di scrittura	BUONO
• Capacità di espressione orale	BUONO

PROFILO DIGITALE LINKEDIN: Osvaldo Adinolfi

SUMMARY La mia esperienza è nella **comunicazione come leva strategica e creativa di marketing**. Mi occupo di sviluppare, gestire e realizzare campagne di comunicazione sia tradizionali che fortemente innovative: dagli **spot pubblicitari** ai **social network**; dai grandi **eventi** alle **sponsorizzazioni**; dalla relazione con i **blogger** alle dinamiche d'influenza **virale e digitale**. Con particolare attenzione **all'innovazione delle nuove tecnologie**. Non sono un “digital native”... piuttosto un “digital survivor”! Ma navigo nel **mondo digitale** come se ci fossi nato. E conosco i **millennials** come un fratello maggiore. Tutti i miei ultimi progetti sono rivolti a questo tipo di target attraverso una comunicazione 4.0.

Negli ultimi anni mi sono specializzato in
BRAND VALUE POSITIONING
CREATIVE CONCEPT IDEAS
UNCONVENTIONAL MARKETING
STORYTELLING
VIRAL STRATEGY
CREATIVITY AND CO-CREATION
DIGITAL ENGAGEMENT

PURPOSE MARKETING.