

Curriculum vitae et studiorum



Daniele Chieffi



d.chieffi@danielechieffi.it



<https://twitter.com/DanieleChieffi>



<https://www.facebook.com/daniele.chieffi>



DanieleChieffi



<https://it.linkedin.com/in/danielechieffi>

Percorso professionale

Giornalista professionista dal 1998, Ordine Regionale del Lazio

2022 Presidente NoaCom. Prima Rete di imprese di comunicazione in Italia

2022 Ceo The Magician. Atelier di comunicazione polarizzata e di crisi

2021 Founding partner Bi-Wise, strategy and communications.

- Senior advisor Lavazza Group, Sisal, Mediobanca, Sea aeroporti Milano, Cassa previdenza Geometri

2019 febbraio 2021 Direttore Comunicazione e PR del Ministero per l'Innovazione tecnologica e la Digitalizzazione.

- Definizione, gestione e coordinamento della strategia di comunicazione on e offline.
- Selezione e gestione del team di comunicazione.
- Ruolo di capo ufficio stampa, identificazione e gestione degli stakeholders media rilevanti, sia on che offline con relativa mappatura delle modalità di contatto e coinvolgimento.
- Ideazione e gestione di piani di comunicazione strategici per progetti verticali come l'app Immuni, il progetto Solidarietà digitale e il progetto MadelT, dedicato alle imprese innovative italiana nel mondo.
- Coordinamento dei team di comunicazione e di content production sui social del Ministro.
- Riprogettazione e messa online del sito ministeriale e della relativa piattaforma di servizi online.
- Content management, gestione e coordinamento della presenza sul sito istituzionale.
- Coordinamento dei fornitori esterni. Gestione dei budget, gare e relativi capitolati, autorizzazioni alle lavorazioni e autorizzazioni al saldo fatture. Rendicontazione delle attività svolte e rilascio nulla osta.

2017 - 2019 - Eni / Agi - Head of Digital Communication and Content Factory

- Definizione, gestione e coordinamento della strategia di comunicazione on e offline.
- Gestione manageriale della Business Unit.
- Coordinamento della Content Factory, della strategia editoriale e della customer relation.
- Innovazione digitale e di prodotto.
- Coordinamento dei team di comunicazione e di content production.
- Content management, gestione e coordinamento della presenza sui social network.
- Ideazione, progettazione e realizzazione dei siti aziendali.
- Rapporti con i media online e influencers. Ideazione e gestione attività di media relations e di Digital PR.
- Coordinamento dei fornitori esterni.

2013 – 2017 Eni - Head of Social Media Management and Digital PR

- Responsabile global dei touch points social di Eni, dell'attività di Digital PR e di online media relations.
- Gestione e coordinamento del social media team e dei team decentrati di business, italiani ed esteri.
- Coordinamento dei fornitori esterni.
- Ideazione e gestione dei piani editoriali sui touch points aziendali.
- Gestione e coordinamento della presenza sui social network del top management, del middle management e dei dipendenti.
- Gestione e realizzazione del sistema di monitoring e di reportistica web interna, destinata a top e middle management, con valutazione quali/quantitativa, con sistemi proprietari.
- Ideazione e progettazione delle procedure Crisis management e relativa implementazione.

2009 – 2013 UniCredit - Head of Web Media relations and digital communication

- Coordinamento dei rapporti con i media nazionali con qualifica di portavoce aziendale.
- Gestione e coordinamento delle relazioni con i media online e della relativa rete relazionale, con compiti di coordinamento, monitoraggio, valutazione della copertura, alerting, crisis management di prima linea, pushing, content management.
- Coordinamento e gestione dei touch points social della struttura di ufficio stampa.
- Sviluppo, gestione e coordinamento delle piattaforme digitali di comunicazione interna e dei progetti digitali di ingaggio dei dipendenti.
- Progetto di sviluppo della piattaforma di brand ambassador rivolta ai dipendenti.

2006 – 2009 UniCredit - Media and Institutional relations manager - Coordinamento ufficio di Roma

- Media relations UniCredit. Gestione rapporti con televisioni; grandi quotidiani su temi istituzionali e del top management.
- Gestione dei rapporti con i media e gli stakeholders istituzionali off e online.

2004 – 2006 Confapi - Direttore comunicazione

- Confederazione della Piccola e Media Impresa, con anche responsabilità di coordinamento degli uffici stampa locali e della presenza Web. Portavoce del presidente. Responsabile comunicazione interna.

2000 – 2004 Gruppo Espresso - caporedattore di Vivacity.it network di portali locali di proprietà del Gruppo UniCredit – Gruppo Espresso.

- Coordinamento e la gestione della redazione centrale (15 giornalisti professionisti) e della rete delle corrispondenze (oltre 150 giornalisti da tutta Italia).
- Coordinamento della gestione e progettazione tecnica dei portali.
- Coordinamento della gestione operativa e redazionale di tutti i siti della property UniCredit, che si riferivano a UniCredit Banca (servizio appaltato da UniCredit al Gruppo Espresso).

1998 – 2000 Gruppo Espresso – Repubblica - Caposervizio de I Viaggi di Repubblica

- Mansioni di inviato e delega alla creazione, realizzazione coordinamento e gestione editoriale degli speciali monotematici, pubblicati in allegato e del sito Internet.

1990 – 1998 Gruppo Espresso - La Repubblica. Redattore, caposervizio.

- Interni, cronaca nazionale e locale, economia. Mansioni di desk e coordinamento.

Competenze professionali

Media relations e Pr

- Portavoce della Presidenza, Ceo, Ministro e top management
- Responsabilità delle media relations.
- Ideazione e realizzazione di incontri fra il top management e blogger e influencers
- Responsabile delle media relations on e offline corporate e per le aree di business retail.
- Ideazione e implementazione del format di “conferenza stampa via twitter”, del format #managerspeeddate.

Crisis Management

- Crisis manager. Ideatore delle procedure operative di crisis management e delle relative normative interne
- HA gestito oltre 12 issues critiche fra le quali l'ideazione e la gestione del format di reazione alla trasmissione televisiva “Report” attraverso la preparazione, la produzione di materiali online (card, tweets e microvideo) da veicolare in diretta nel second screen, in due occasioni: dicembre 2015 e aprile 2017. Nel primo caso più di 59 milioni di opportunity of views su Twitter, per oltre 10.000 tweets generati e copertura massiccia sui media nei giorni immediatamente seguenti. Nella seconda occasione strategia di risposta rinforzata con una video diretta Facebook con protagonisti i vertici aziendali.
- Risk assessment e risk mitigation
- Sviluppo delle strategie di riposizionamento reputazione e di recovery

Digital communication, reputation management and social media management

- Costruzione delle strategie di comunicazione e di reputation management
- Rapporti con i media online e influencers. Ideazione e gestione attività di Digital PR.
- Content management, gestione e coordinamento della presenza sui social network. 42 touch points social, fra corporate e di prodotto. Produzione di ca. 130 contenuti / giorno. Base followers organica totale di oltre un milione di persone raggiunta in meno di un anno.
- Gestione e coordinamento della presenza sui social network del top management, del middle management e dei dipendenti. In particolare primo caso in Italia di gestione dell'identità digitale del Ceo attraverso l'apertura di account social (Facebook, LinkedIn) gestiti in accordo con il Ceo stesso e integrati nella strategia di comunicazione aziendale.

- Coordinamento dei fornitori ed agenzie creative esterne.
- Coordinamento della gestione e progettazione di siti.

Relazioni istituzionali and corporate communication

- Gestione dei rapporti con gli stakeholders istituzionali
- Definizione e attuazione della strategia editoriale e di ingaggio degli stakeholders istituzionali.
- Stesura della mappa dei decisori, costruzione delle opportunità relazionali.
- Commissione e coordinamento di analisi e dossier su issues rilevanti.
- Sviluppo di piani di corporate communication integrata e di rebranding
- Ideazione e progettazione delle procedure di Crisis management e relativa implementazione con il coordinamento delle altre strutture aziendali interessate.

Management e organizzazione degli uffici

- Identificazione dei needs operativi della struttura. Selezione dei profili più adatti, gestione dei colloqui, periodo di training e inserimento delle risorse nelle procedure operative.
- Definizione dei budget di funzionamento della struttura e per i progetti specifici. Project management, selezione e gestione dei fornitori esterni, gestione delle gare, della contrattualistica, degli ordini di lavoro e dei nulla osta alla fatturazione
- Riorganizzazione delle strutture organizzative per adattare alle nuove esigenze produttive e ai cambiamenti aziendali.
- Management degli uffici di comunicazione.

Press, brand content and newsroom

- Ideazione e coordinamento della creazione di storytelling crossmediali, che coinvolgano tutti i touch points aziendali
- Content management. Realizzazione e adattamento ad hoc dei contenuti push per l'online, predisposizione dei contenuti multimediali e selezione ed adattamento dei contenuti per la intranet
- Coordinamento della produzione di materiali multimediali (video, immagini, infografiche, infografiche animate, ecc.)
- Ideazione, coordinamento e gestione dei piani editoriali sui touch points aziendali.
- Coordinamento e gestione della redazione centrale e della rete delle corrispondenze.

Comunicazione interna

- Responsabile comunicazione interna
- Sviluppo, gestione e coordinamento delle piattaforme digitali di comunicazione interna e dei progetti digitali di ingaggio dei dipendenti (brand ambassadors)
- Progetto di sviluppo della piattaforma di brand ambassador rivolta ai dipendenti
- Gestione e coordinamento della presenza sui social network del top management, del middle management e dei dipendenti, Progetto "Eni People Talk"

Marketing, sponsorship and Adv

- Ideazione e definizione dell'accordo di partnership con Talent Garden Milano per l'apertura dell'Eni Open Lab, dove i team digitali dell'azienda possano lavorare a contatto e in scambio continuo con le startup ospitate dal coworking.
- Ideazione del format "Newsroom" per la gestione delle sponsorizzazioni, con allestimento di una newsroom onsite, nella quale lavora pubblicamente il social media team, realizzazione di contenuti dedicati (video interviste, copertura social), organizzazione di panel all'interno degli eventi sponsorizzati e gestione di speaking opportunities. Riorganizzazione di tutti i contenuti così prodotti in ebook distribuiti gratuitamente (Titolo: "Cortocircuito") su Amazon e altri vendor online
- Ideazione e coordinamento del progetto Br@ndNews, schema evoluto di partnership con testate all digital per la veicolazione di native advertising, brand content e storytelling aziendale non Adv.
- Ideazione, progettazione e coordinamento delle campagne marketing di prodotto per la sponsorizzazione della Nazionale di Calcio #energiaperlanazionale

Analytics

- Progettazione e gestione di sistemi software avanzati per il monitoraggio, la valutazione e l'alerting della copertura web, sia sulla press online che sui social. Oltre 2,5 milioni di fonti monitorate in tempo reale. 5 lingue gestite. Delay massimo sull'online di un contenuto 10 min. Software base Radian6.
- Ideazione, gestione del sistema di ranking delle fonti, sia press online che influencers, basato sulla valutazione della audience e della capacità media d'ingaggio. Progetto completamente sviluppato in house.
- Ideazione e coordinamento del sistema di reportistica interna, destinata a top e middle management, con valutazione quali/quantitativa di press online, press offline, televisione, radio e social network, con sistemi proprietari.
- Ideazione e implementazione di un sistema di identificazione delle communities degli stakeholders e di monitoraggio dei trend per l'individuazione dei topics rilevanti sui quali costruire i topics di comunicazione.
- Ideazione e implementazione di sistemi di early alerting per identificare le possibili issues critiche.
- Ideazione e sviluppo di un modello di misurazione della brand reputation, collegato all'analisi del sentiment online.
- Sviluppo e gestione di un modello di ingegneria reputazionale per il top management, basato su attività di

Formazione e pubblicazioni

Nato a Roma il 20 febbraio 1970. Giornalista professionista

- Master in “Comunicazione e nuovi media”, Università La Sapienza, facoltà di Scienze della Comunicazione.
- Master in “Comunicazione istituzionale e d'impresa”, Il Sole24 Ore.
- Periodo di studio all'estero, con stage presso la CNN International
- Facoltà di Scienze Politiche, indirizzo Politico Internazionale, Università La Sapienza.
- Collaborazione scientifica con il Dipartimento di Studi Politici di Scienze Politiche.
- Borsa di studio per merito della facoltà di Scienze Politiche
- Maturità scientifica.

Direttore della Collana di saggistica “Neo” dedicata all'innovazione digitale, edita da Franco Angeli

Autore dei libri

- 2011 - *Online media relations. L'ufficio stampa su Internet ovvero il Web raccontato ai comunicatori*, Il Sole 24 Ore
- 2012 - *Social Media relations. Comunicatori e communities, influencers e dinamiche sociali del Web. Le P.R. online nell'era di Facebook, Twitter e Blogger*, Il Sole 24 Ore
- 2013 - *New Media & Digital Football* edito da L&V
- 2014 - *Online Crisis management* Apogeo / Feltrinelli
- 2015 - *Working on Web. Le nuove professioni digitali fra giornalismo e comunicazione* Franco Angeli Editore
- 2019 - *Comunicare digitale*. Cdg editore
- 2020 - *La Reputazione ai tempi dell'Infosfera. Cos'è come costruirla, come difenderla*. Franco Angeli Editore
- 2024 – *Crisi reputazionali ai tempi dell'Infosfera*. Franco Angeli editore

Docente presso: Università Cattolica di Milano, Iusve, Iusto, Università di Milano Bicocca, Politecnico di Milano, Luiss Guido Carli, 24Ore Business School, Cuoia, Sna - Scuola Nazionale dell'Amministrazione, Sioi.

Riconoscimenti e premi

- **Premio Assorel 2016** per il crisis management e **Menzione speciale della Giuria** per la migliore campagna di comunicazione dell'anno per l'ideazione e la preparazione e la realizzazione della campagna “Eni vs Report”
 - **Premio Le Fonti Best PR Team 2016**.
 - **Membro del Consiglio Direttivo Nazionale di Ferpi** con delega all'innovazione digitale sino al 2019
-

In fede

Daniele Chieffi

Autorizzo al trattamento dei miei dati personali ai sensi del DLGS 196/03