



## **PIETRO GREPPI**

### **Comunicazione e mktg**

Provegno da una lunga esperienza di amministratore e titolare di agenzia di comunicazione e marketing. Un percorso che mi ha consentito di affrontare molteplici sfide per conto di clienti di ogni dimensione e in diverse categorie commerciali che, unito alla mia personale e costante attenzione alle relazioni umane ed alla presenza in ambiti istituzionalmente riconosciuti nel mondo della comunicazione, mi consente di propormi come figura professionale in grado di guidare un'impresa o un'organizzazione per la quale affrontare obiettivi di formazione, crescita o consolidamento attraverso il corretto uso della comunicazione e di ogni risorsa economica e umana, e occuparmi "da dentro" dello sviluppo dei progetti e della cura delle relazioni interne ed esterne. Oggi la mia cultura mi porta a sviluppare quasi esclusivamente contenuti e relazioni che abbiano l'etica nel proprio orizzonte più vicino.

#### **Alcune note caratteristiche e dati personali**

Classe '60. Dopo gli studi di informatica, entro nel mondo della comunicazione d'impresa, prima come copywriter, poi come direttore creativo nella mia agenzia e come consulente di comunicazione per numerose aziende, rivolgendo sempre particolare attenzione ai temi sociali e agli aspetti etici della comunicazione, commerciale e non, che trasmetto anche in seminari rivolti alle aziende ed ai professionisti.

**Considero l'etica in comunicazione "il fiore che consapevolmente non raccogli": un atteggiamento irrinunciabile e dagli effetti straordinari sulle persone e sulle attività delle imprese. Lo ritengo un fattore fondante della qualità delle relazioni del domani e della formazione degli individui.**

Applicando questa filosofia, nel 1994 ho fondato a Milano e poi ceduto alla Caritas Ambrosiana, "Scarp de' Tenis" il primo giornale di strada rivolto al disagio sociale, oggi distribuito in molte città Italiane, attualmente in fase di ulteriore sviluppo grazie anche al sostegno e patrocinio del Cardinal Martini. Un progetto di cui sono orgoglioso perché ancora funziona per ciò che è nato: fornire occasioni di reinserimento a persone che altrimenti resterebbero escluse dal sistema di redistribuzione del reddito. Un modo professionale e nuovo di considerare situazioni di crisi come opportunità di redistribuzione della ricchezza.

Per quanto riguarda gli impegni istituzionali di categoria, fino a tutto il 2008 sono stato nel Consiglio direttivo TP, Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti e, in sua rappresentanza, anche in quello di Fondazione Pubblicità Progresso. Sempre in rappresentanza di TP e nello stesso periodo, sono stato componente del Comitato di studio dell'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria.

#### **Il mio pensiero: "la persona prima di tutto!"**

Questa affermazione è da sempre il pensiero dominante del mio personale modo di intendere il mio lavoro, la mia passione, la responsabilità della relazione con gli altri da cui deriva ogni altro risultato professionale. Sono un comunicatore appassionato che ha conosciuto, seguito e sviluppato piani di sviluppo per molte imprese partendo sempre dal piano della comunicazione e facendolo da consulente per il cliente e da dirigente di agenzia.

Ho deciso di mettermi, in modo ancora più diretto, a disposizione delle imprese profit e non profit che ritengano utile disporre di una persona che, prima di essere un buon dirigente, sia soprattutto un buon conoscitore delle dinamiche della comunicazione d'impresa e sappia quindi gestirla in tutte le sue sedi e con ogni strumento disponibile.

Sottopongo la mia esperienza di comunicatore, prima ancora di quella di una carica di responsabilità alla guida di un'impresa e dei suoi progetti, perché ho sperimentato e verificato che la corretta comunicazione in tutte le sue sfaccettature (interna o esterna ad un'impresa), rappresenta il principale motore che consente di condurre in porto con efficacia ogni altro obiettivo aziendale. Basta saperla gestire, ed è un mestiere delicato che richiede formazione ed esperienza. La cura dei contenuti della comunicazione verbale e scritta è anche un lavoro. Piacevole e impegnativo. Un lavoro che ritengo necessario affrontare con passione e grande senso di responsabilità.

L'etica, che tanto mi sta a cuore curare e diffondere, sono certo che possa diventare argomento funzionale anche al business sostenibile, perché riguarda un'esigenza primaria delle persone a cui ci rivolgiamo e a cui dobbiamo saper rispondere per poter stabilire un rapporto basato sul rispetto e la fiducia reciproci. Si tratta di una frontiera affascinante, nuova e antica al tempo stesso, che contiene in sé l'orizzonte di una crescita positiva. Un valore che intendo comunicare sempre nel mio quotidiano e nel mio lavoro per un'impresa. Un atteggiamento che, affrontato con onestà, paga e ripaga gli individui e le aziende che lo mettono in atto. Soprattutto oggi che gli interlocutori delle imprese non solo valutano positiva questa "presenza" in un'azienda, ma addirittura la stanno chiedendo.

Credo che il mondo delle imprese, degli enti pubblici e delle organizzazioni in genere, per raggiungere i propri obiettivi di "business" e di efficienza, possa svilupparsi in modo sostenibile solo considerando seriamente che le imprese sono fatte da persone che si rivolgono a persone.

Pensando a questo ho tradotto la mia passione in un lavoro al servizio degli altri, facendolo attraverso, e per, le imprese e le organizzazioni.

Pietro Greppi - e-mail: [piotr\\_4@libero.it](mailto:piotr_4@libero.it)

**Cariche istituzionali di settore a tutto il 2008:**

- Membro del Consiglio Direttivo Nazionale TP - Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti
- Membro TP nel Comitato di studio IAP - Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria
- Membro TP nel Consiglio direttivo della Fondazione Pubblicità Progresso

**Alcune attività di formazione condotte:**

Formatore e consulente per strategie di comunicazione, etica, volontariato, raccolta fondi nel profit e nel non-profit presso vari clienti e per:

- La Rete (onlus di Brescia);
- Casa della Carità Angelo Abriani Onlus - Milano;
- ENAIP di Varese (istituto professionale);
- IDIAC di Milano (Ateneo creativo);
- IED di Milano (istituto professionale).
- Lega del filo d'oro

**Attività di rilievo sviluppate per l'ambito sociale:**

- Ideazione, avviamento e successiva donazione a Caritas Ambrosiana della rivista di strada "Scarp de' Tennis", oggi seguita e sostenuta da Caritas Italiana e diffusa a Torino, Genova, Vicenza, Rimini, Firenze, Milano, Monza, Bergamo, Lecco, Napoli, Catania, Palermo nell'ambito dei progetti di sostegno e recupero degli emarginati.
- Costituzione cooperativa sociale con il Carcere di Opera per lo sviluppo di attività di stampa.
- Progettazione raccolta fondi per acquisto immobili di servizio per La Rete di Brescia (obiettivo raggiunto in 10 mesi).
- Progettazione raccolta fondi per il "Villaggio Famiglia NICO" in Lituania (obiettivo raggiunto e ripetizione operazione).

**Alcune aziende seguite (fra parentesi alcuni risultati ottenuti):**

- **FIAT auto:** tre marchi (FIAT, ALFA, LANCIA, attività postvendita, incentivazione (soddisfazione del cliente e raggiungimento obiettivi commerciali per tre anni consecutivi)
- **De Agostini:** progetti collezionabili editoria/promozione guide viaggio (obiettivi di vendita raggiunti)
- **3M:** progetti Post-it (obiettivi di vendita raggiunti)
- **Insula:** impresa del Comune di Venezia per il rifacimento dei sottoservizi della Città. Interventi in regime ordinario e straordinario (afferma il ruolo di servizio alla città e riconoscimento dell'efficacia degli interventi; reso efficace customer care)
- **Boldini:** uova e derivati (incremento fatturato 30%)
- **Scuderia del Portello:** auto storiche Alfa Romeo (obiettivi di coinvolgimento soci raggiunti)
- **Astem:** municipalizzata multiservizi di Lodi (efficacia coinvolgimento giovani su raccolta differenziata - ideazione mascotte)
- **Carlson Wagonlit:** business travel per l'incentivazione aziendale (obiettivi visibilità raggiunti, 4 gare vinte su 6)
- **Effebiquattro:** produzione porte per interni (incremento fatturato del 40%, formazione rete di vendita)
- **Tenuta Santanna:** produzione vini di qualità (incremento fatturato del 20%, formazione rete di vendita)
- **Martini&Rossi:** produzione vini, vermouth, cocktail (consulenza sul bere responsabile)
- **Mionetto:** produzione vini di qualità (istituzionale e prodotto)
- **Ital Jolly:** produzione persiane a pacchetto (incremento 20% richieste dirette, formazione rete distribuzione)
- **Cordenon's:** cartiera (progetti di posizionamento del catalogo prodotti)
- **BFT:** sistemi di apertura automatici
- **Caritas ambrosiana:** vari progetti nel sociale
- **Audimovie:** analisi dati di affluenza alle sale cinematografiche (istituzionale e relazione con il non profit)
- **Lega del filo d'oro:** revisione critica della comunicazione e delle forme di approvvigionamento delle informazioni
- **Tecnomovie:** video industriali e documentari per la diffusione editoriale (ideazione soggetti e redazione sceneggiature)
- **Minuetto:** produzione persiane a pacchetto – immagine istituzionale (incremento fatturato del 40%, formazione rete di vendita)
- **Mediaconsultants:** servizi per la pianificazione sui media nell'advertising (istituzionale e promozione)
- **SpotSystem:** servizi per l'analisi degli spot televisivi (istituzionale e prodotto)

Si autorizza il trattamento dei dati personali ai sensi del Dlgs 196/2003