

Giovanni Rodia

Profilo

Dirigente con oltre venticinque anni di esperienza negli ambiti della Comunicazione, del Marketing e delle Relazioni Esterne e Istituzionali, maturata in aziende, istituzioni e organizzazioni complesse, in contesti nazionali e internazionali e prevalentemente in fasi di trasformazione, riposizionamento e innovazione.

Ho operato a diretto riporto dei vertici, guidando strutture articolate e processi di rebranding, strategie di comunicazione integrate e multicanale, piattaforme digitali, campagne nazionali e internazionali, grandi eventi e partnership pubblico-private. Nel corso della mia esperienza ho sviluppato una particolare competenza nell'integrazione tra comunicazione istituzionale e digitale, valorizzazione dei servizi e miglioramento della loro accessibilità e fruibilità da parte degli utenti, promuovendo approcci orientati alla semplificazione dei contenuti e all'evoluzione della user experience.

Ho coordinato team complessi e progetti ad alta visibilità, operando in raccordo con istituzioni, imprese, associazioni di categoria e stakeholder nazionali e internazionali. Ho promosso nel tempo l'innovazione tecnologica e organizzativa, favorendo il coinvolgimento delle persone, la collaborazione tra strutture e l'orientamento al raggiungimento di obiettivi, scadenze e budget.

Esperienza professionale

SISTEMA CAMERALE SERVIZI srl | UNIONCAMERE – Roma

Dirigente | Area Comunicazione Istituzionale per il Sistema Camerale

2026 – oggi

Dirigo la neocostituita Area Comunicazione Istituzionale per il Sistema Camerale, con il mandato di contribuire alla definizione e all'attuazione di una strategia integrata di comunicazione per Unioncamere e per l'ecosistema camerale, valorizzandone attività, servizi, patrimonio informativo e ruolo a supporto delle imprese e dei territori. L'Area coordina la comunicazione istituzionale e digitale, i rapporti con i media, i contenuti dei canali social e web, le campagne, gli eventi e le iniziative di comunicazione pubblica, operando in raccordo le strutture del Sistema e i principali stakeholder.

CONSULENTE di Marketing e Comunicazione – Roma

Libero Professionista

2023 – 2026

Ho svolto attività di ideazione e gestione di progetti integrati di comunicazione, marketing e partnership pubblico-private, in Italia e all'estero, per conto di aziende, istituzioni e agenzie.

AGENZIA ICE | ITALIAN TRADE AGENCY – Roma

Dirigente | Direttore Comunicazione, Relazioni Esterne e Istituzionali

2013 – 2022

Sono stato incaricato di contribuire al rilancio dell'Agenzia, operando a diretto riporto dei suoi vertici, in coerenza con le strategie del MISE/MIMIT e del MAECI, e in stretto raccordo con i principali attori del Sistema per l'Internazionalizzazione delle imprese (PdCM, Ministeri, CDP, SACE, SIMEST, Unioncamere e Sistema Camerale, Associazioni di categoria).

In tale ruolo ho curato le attività di comunicazione istituzionale e promozionale e le relazioni esterne, con l'obiettivo di favorire la penetrazione dei numerosi comparti del made in Italy sui mercati esteri e l'attrazione degli investimenti in Italia.

Le attività, svolte in Italia e all'estero, hanno incluso l'ideazione e l'attuazione di campagne ATL/BTL/TTL, l'organizzazione e la partecipazione a centinaia di eventi istituzionali, promozionali e fieristici, la definizione e la gestione di accordi e partnership con controparti istituzionali e commerciali.

Ho contribuito all'introduzione di strategie omnicanale e di un approccio fortemente analitico ai mercati e ai risultati, nonché alla definizione di procedure di procurement più efficienti, in conformità al Codice degli Appalti.

Ho inoltre gestito in modo continuativo i rapporti con i media tradizionali e digitali, supportando i vertici dell'azienda nella cura della loro immagine e nella redazione di articoli, interviste e interventi pubblici.

Particolare attenzione è stata dedicata alla comunicazione interna e alla formazione del personale, favorendo la condivisione delle best practice e la contaminazione incrociata fra le strutture.

Tra le azioni più significative in ambito promozionale e d'immagine:

- il rebranding e la definizione di una nuova corporate identity dell'Agenzia, l'ideazione del logo ITA e la sua declinazione su circa 80 uffici nel mondo;
- la gestione editoriale e la riprogettazione del sito dell'Agenzia "ice.gov.it", inclusi la rimodulazione dell'offerta dei servizi per favorirne la fruibilità da parte delle imprese, l'ampliamento dei canali di accesso e l'adeguamento agli standard di accessibilità ICT secondo le direttive europee e le linee guida AGID;
- la creazione e la gestione editoriale dei canali social, con la definizione delle linee guida per la loro declinazione sugli account degli uffici all'estero;
- l'ideazione e la gestione dei contenuti dei principali canali digitali di Sistema a supporto dei servizi per le imprese italiane e degli investimenti esteri in Italia;
- la progettazione e la realizzazione di campagne governative di national branding diffuse in 190 paesi e in 16 lingue, tra cui "Italy, the Extraordinary Commonplace" e "beIT: Italy is Simply Extraordinary", nonché di campagne dedicate ai diversi settori produttivi e in particolare al comparto agroalimentare, come "The Extraordinary Italian Taste" e "Italian Wine: Taste the Passion";
- la definizione di format identitari per la partecipazione dell'Agenzia a fiere ed eventi istituzionali e promozionali in Italia e all'estero;
- la partecipazione, su incarico del MIPAAF, alla commissione di gara per la scelta del segno distintivo unico per il comparto agroalimentare made in Italy, "The Extraordinary Italian Taste", ai sensi dell'art. 30 del D.L. 133/2014.

Sempre in ambito promozionale, particolare rilevanza hanno assunto le intese che hanno visto coinvolte controparti istituzionali, associative e commerciali, tra cui:

- la gestione di accordi promozionali con i più diffusi marketplace e le GDO in diversi paesi per la creazione di vetrine online e fisiche dedicate ai prodotti italiani;
- la progettazione e la gestione di accordi con le federazioni sportive per una promozione sempre più innovativa e capillare del made in Italy e dei nostri distretti produttivi all'estero;
- la realizzazione di accordi con alcuni tra i principali editori italiani ed esteri per la definizione e la creazione di inserti, contenuti editoriali ed eventi dedicati alla promozione delle eccellenze italiane.

Le principali attività istituzionali hanno riguardato:

- la partecipazione a numerose missioni all'estero a guida governativa o ministeriale, in rappresentanza degli interessi della comunità imprenditoriale italiana e per facilitare partnership commerciali con stakeholder internazionali;
- l'organizzazione di diversi Business forum intergovernativi fra l'Italia e i principali paesi esteri;
- le attività inerenti all'incarico di Segretario Generale dell'Italy-Japan Business Group;
- la partecipazione in qualità di moderatore o relatore a eventi, convegni e conferenze stampa, anche in rappresentanza dei vertici dell'Agenzia.

FONDAZIONE ROMA – Roma

Dirigente | Direttore Comunicazione e Relazioni Esterne

2008 – 2012

A diretto riporto del Presidente, mi sono occupato degli aspetti di comunicazione di progetti ad alto impatto sociale in cinque ambiti principali: sanità, ricerca scientifica, arte e cultura, istruzione e assistenza sociale.

In questa veste ho privilegiato approcci e procedure innovativi per trovare soluzioni pratiche alle esigenze reali delle comunità locali.

Ho inoltre curato la comunicazione e le relazioni esterne delle attività museali ed espositive promosse dalla Fondazione, contribuendo alla valorizzazione di iniziative culturali di rilevanza nazionale

POSTE ITALIANE – Roma

Direttore Centrale | Direttore Comunicazione e Relazioni Esterne

2002 – 2007

Ho operato a diretto riporto del Presidente e dell'Amministratore Delegato, occupandomi degli aspetti di comunicazione e istituzionali del Gruppo durante una fase di profonda trasformazione e ampliamento delle attività del Gruppo nei mercati di riferimento (cittadini, imprese e Pubblica Amministrazione).

Le attività hanno riguardato l'introduzione di nuove strategie di marketing e comunicazione multicanale, supportate da una matrice mercati/canali funzionale al miglioramento della produttività e al ritorno sugli investimenti.

L'impegno ha incluso la definizione e l'esecuzione di tutte le attività BTL/ATL/TTL, l'ideazione e la realizzazione di eventi istituzionali e promozionali, la promozione di partnership e sponsorizzazioni, la gestione dei rapporti con i media, il supporto ai vertici dell'azienda nella cura della loro immagine e nella redazione di articoli, interviste e interventi pubblici.

Per il raggiungimento degli obiettivi assegnatimi, ho prestato particolare attenzione alle relazioni con gli stakeholder e con il personale, favorendo la partecipazione, la comunicazione interna e la formazione, anche attraverso l'introduzione di nuove piattaforme digitali.

Tra le azioni più significative:

- il riassetto delle funzioni e dell'organizzazione della struttura, formata da circa 140 risorse (di cui 4 dirigenti al mio diretto riporto), con 10 uffici sul territorio nazionale;
- l'ideazione e la realizzazione della nuova corporate identity e la sua declinazione su circa 14.000 uffici postali;
- il lancio sul mercato dei prodotti e servizi finanziari BancoPosta, tra cui Postepay, divenuta in pochi anni la carta prepagata più diffusa in Europa;
- l'implementazione di una nuova strategia di comunicazione multicanale, anche con l'ausilio di ricerche di mercato, e la ridefinizione dei canali di accesso digitale ai servizi e ai prodotti dell'Azienda;
- l'introduzione di nuove procedure di procurement in attuazione della prima emanazione del Codice degli Appalti;
- la definizione di accordi con le principali concessionarie pubblicitarie per l'ideazione di nuovi format audiovisivi promozionali;
- la creazione e la gestione di un tavolo di confronto fra Azienda, Organizzazioni sindacali e Associazioni dei consumatori con il compito di individuare eventuali complessità alla vigilia del lancio di nuovi prodotti;
- il coordinamento della partecipazione dell'azienda alle fiere e agli eventi internazionali del settore;
- la rappresentanza dell'Azienda nei tavoli istituzionali e il raccordo con il Ministero delle Comunicazioni;
- le attività inerenti all'incarico di Amministratore Delegato di Poste Italiane Onlus;
- la direzione editoriale del house organ aziendale "Il Gabbiano" distribuito in 300 mila copie mensili;
- la partecipazione in qualità di moderatore o relatore a eventi, convegni e conferenze stampa, anche in rappresentanza dei vertici dell'Azienda.

La struttura ha operato a diretto riporto del Presidente e dell'Amministratore Delegato, curando la comunicazione e i rapporti con le istituzioni e gli organismi pubblici e privati, italiani e internazionali.

L'impegno ha incluso la definizione e l'esecuzione di tutte le attività BTL/ATL/TTL e degli eventi istituzionali, la promozione di partnership e sponsorizzazioni, la gestione dei rapporti con i media, il supporto ai vertici dell'azienda nella cura della loro immagine e nella redazione di articoli, interviste e interventi pubblici.

Particolare rilevanza hanno assunto le seguenti attività:

- la cura degli aspetti di comunicazione relativi al processo di transizione della banca di sviluppo pubblica (di proprietà del Ministero del Tesoro) da ente a società per azioni, fino alla sua privatizzazione e trasformazione in banca d'investimento (acquisita dal Gruppo Capitalia);
- il rebranding della Banca da Mediocredito Centrale a MCC;
- il rebranding del Banco di Sicilia (acquisito da MCC) e la gestione della comunicazione per il suo rilancio sul mercato a seguito della fusione con Sicilcassa;
- la gestione degli aspetti di comunicazione finanziaria propri dell'investment bank riferiti a operazioni di finanza straordinaria e alle IPO di aziende clienti;
- i contributi editoriali alle pubblicazioni dell'Osservatorio sulle Piccole e Medie Imprese;
- l'ideazione di accordi con diversi editori per la promozione di servizi, incentivi e opportunità per le imprese, e per favorire la visibilità delle stesse;
- la partecipazione in qualità di moderatore o relatore a eventi, convegni e conferenze stampa, anche in rappresentanza dei vertici dell'Azienda.

Altri incarichi

- Segretario Generale dell'Italy-Japan Business Group (Organizzazione promossa dai Ministeri dello Sviluppo Economico di Italia e Giappone per favorire una maggiore cooperazione industriale tra i due Paesi e promuovere un dialogo permanente tra le due comunità imprenditoriali);
- Amministratore Delegato di Poste Italiane Onlus (Organizzazione filantropica);
- Partner e Communication Manager presso Barabas Cultural Intelligence Plc (Agenzia di consulenza per la comunicazione finanziaria con sede nel Regno Unito);
- Docente in corsi di laurea e formazione post-laurea su comunicazione aziendale, organizzazione aziendale e processi di innovazione;
- Membro del Board of Advisors di AIESEC (Piattaforma globale per i giovani, per esplorare e sviluppare il loro potenziale di leadership);
- Ho collaborato continuativamente con diversi quotidiani e periodici su temi economici e politiche di sviluppo per le imprese.

Formazione

- Laurea in Economia e Commercio (V.O.) – Università degli Studi di Roma “La Sapienza”
- Corso post-laurea in Comunicazione e Immagine d'Impresa – LUISS Business School
- Corso post-laurea in Comunicazione Finanziaria – Borsa Italiana Academy

Competenze chiave

Team management; Project management; Relazioni esterne e istituzionali; Comunicazione corporate; Comunicazione di crisi; Comunicazione finanziaria; Comunicazione digitale e rapporti con i media; Ghostwriting; Comunicazione interna; Advertising; Pianificazione media e digitale; Strategie di brand; Strategie editoriali; Ideazione e realizzazione di eventi; Strategie di marketing; Budget e analisi dei costi; Questioni regolamentari e codice degli appalti; Problem-solving; Innovazione tecnologica e organizzativa.

Lingue e Certificazioni

Lingue:

- Italiano: madrelingua
- Inglese: livello avanzato (C1)

Certificazioni:

- Iscritto all'Ordine dei Giornalisti del Lazio
- Attestato di formazione in Cerimoniale e Regole Istituzionali – Accademia del Cerimoniale

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi del Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196 e del GDPR (Regolamento UE 2016/679)

Roma, Luglio 2026

Giovanni Rodia