



Area31

Copy Senior

Località: Italy > Veneto > Vicenza
Sito Web: <http://www.darksideadv.it/>

Anni di Esperienza: >10
Ricerca Occupazione: Sì
Disponibilità Stage: No

Descrizione vetrina

Nel 1996 mi iscrivo all'Università di Parma, dove studio Economia Aziendale. Nel 1998 parto per l'Erasmus, in Germania all'Università di Passau ho modo di approfondire le tematiche di marketing internazionale. Tornato in Italia comincio a scrivere una tesi sperimentale su "Economia e società dello spettacolo", per due anni mi dedico alla relazione tra accelerazione del denaro e immagine. Nel 2000 una breve esperienza in una banca d'affari milanese, Abax Bank diretta da Fabio Arpe, dove apprendo le basi della finanza strutturata. Nel settembre 2001 mi laureo e decido di trasformare la mia passione per la scrittura in lavoro: faccio un master in copywriting in Accademia di Comunicazione a Milano. La prima agenzia per cui lavoro è Korrente K2 dove affianco Alessandra Baldini (già Brand Manager Swatch) Mi occupo di nuovi linguaggi e del laboratorio creativo, ho il compito di lavorare con artisti contemporanei con la finalità di recuperare vecchi oggetti e modificarne l'uso, creando insoliti oggetti di design. Dopo un anno sento l'esigenza di misurarmi come copywriter tradizionale sui media classici: radio, stampa, TV. Così arrivo in BrandXComunicazione. Come copy junior parto dalla correzione di bozze per arrivare, in qualche anno, alle copy strategy e agli spot. Per poi ricoprire anche il ruolo di account. Lavoro sui miei primi clienti istituzionali come Arma dei Carabinieri, Comune di Genova, Comune di Milano. Escono le prime campagne e i primi spot per Legambiente, Exide, Volvo. Nel 2006 comincio a lavorare come Freelance. Questo mi porta a sperimentare stili diversi, di comunicazione e di direzione creativa, a seconda delle diverse agenzie. Tra queste: WPP, G&B Comunicazione, GWC World, Gaia, Boxer Adv. Nel 2008 inizia l'avventura di Darksideadv: non un'agenzia di pubblicità nell'accezione più classica, ma un network di liberi professionisti. Per evitare gli scansafatiche e garantire la maggiore flessibilità possibile ai clienti. Così sono diventato Strategic Planner. Seguo direttamente i clienti dell'agenzia, dal newbusiness alla strutturazione e all'operatività dei singoli progetti. Tra questi: AKF Bank, Colgate, Palmolive, Sweet Years Occhiali, Ciba Vision, Biopresto, Henry Schein, Dixan, Fastweb, Ajax e altri. Dal 2009 affianco Alberto Contri e Roberto Bernocchi nelle lezioni universitarie di Comunicazione Sociale: prima il San Raffaele, poi lo Iulm e la Nuova Accademia di Belle Arti (NABA). Per quanto riguarda la comunicazione su web già nella prima agenzia mi occupavo di dem, blog e siti internet. Dal 2007 ho cominciato a iscrivermi sui principali media sociali. All'inizio per interesse personale, perché li considero uno strumento di formazione costante e di contatto continuo con professionisti di tutto il mondo che fanno il mio stesso mestiere. Poi ho cominciato a farne un uso professionale mettendo a disposizione dei clienti le competenze maturate. Tra i lavori più recenti a cui ho preso parte, ricoprendo diversi ruoli: l'iniziativa Colgate "Aiutiamo l'Italia a sorridere" che oltre al web ha interessato diversi mezzi di comunicazione, facendo sorridere più di 1.000.000 di persone; la campagna dem Fastweb che a fronte di 4.000.000 di invii, in tre mesi, ha generato 4.806 leads, divenuti nuovi contratti; banner pubblicitari per Volkswagen e Sofitel Luxury Hotels; advergames Henkel per il portale Donna D; minisiti promozionali per Ciba Vision e Colgate; siti living web come Stile Femminile, Macché TV e Auto a Spillo. Uno dei migliori risultati, in quest'ambito, è stato entrare tra i primi 70.000 siti al mondo nel ranking Alexa, a tre mesi dal lancio di un sito. CONTATTI rondelle@tin.it