



## FRANCESCO FONTANA GIUSTI

✉ fontanagiusti@yahoo.it

☎ +39 328 6407375

📍 Rome, Italy

★ www.experienceteller.it

### About Me

Ogni nuova sfida mi entusiasma. Ogni nuova strada allarga i miei orizzonti. Ogni nuovo viaggio è un passo verso il cambiamento. Il mio obiettivo è creare valore aggiunto all'interno di società e organizzazioni che vedono nel loro futuro una cultura sempre più sostenibile e orientata verso nuovi modelli di comunicazione costruiti su una narrazione esperienziale, immersiva ed emozionale in grado di generare coinvolgimento, interesse e un legame più forte con i propri interlocutori.

### Highlights

- Corporate & Brand Teller
- Product Experience Creator
- Emotional Event Architect
- Unconventional Traveller
- Multidisciplinary Culture
- Curious and Brave
- Emphatetic Leader

## PROFESSIONAL EXPERIENCE

### IMAGE & COMMUNICATION DIRECTOR – RENAULT GROUP ITALIA

Nov 2011 – Oct 2021

- Creazione nuovo format di comunicazione basato sull'experience per differenziare il Brand dalla concorrenza e accrescere la notorietà dei marchi del Gruppo (Renault, Dacia, Alpine)
- Valorizzazione identità di marca attraverso strategia di visual e video storytelling, emotional key message e clip video per trasmissioni tv regionali/locali e social
- Organizzazione eventi esperienziali ad alto tasso di coinvolgimento e condivisione

*Ritorni media quantitativi : 244Mio€ nel 2020 (89Mio€ 2012, + 174%)*

*Ritorni media qualitativi : Renault « Innovation » 76%, Dacia « Quality » 85%, Alpine 2<sup>a</sup> Finalista COTY 2019*

### PR DIRECTOR – CHEVROLET ITALIA

Nov 2009 – Nov 2011

- Strategie di Brand Heritage per rafforzare la notorietà del marchio in Italia, portando il « sogno americano » nel cuore e nell'immaginario dei clienti
- Coinvolgimento testate lifestyle per valorizzare l'appeal del "Made in Usa" in termini di stile e performance
- Valorizzazione dell'anima tecnologica del marchio attraverso la competizione (Le Mans – Corvette)
- Lancio di successo dell'extended range su Volt, primo passo verso il mondo elettrico (premiazione dei media COTY)

*Ritorni media 2011: 59Mio€ (+64% vs 2010)*

*Volt Car of the year 2012*

### SAAB MARKETING DIRECTOR – GENERAL MOTORS ITALIA

Sept 2007 – Nov 2009

- Definizione strategie di Brand e Prodotto
- Sviluppo campagne pubblicitarie con focus sull'heritage aeronautico del marchio
- Lancio nuovo format eventi di alto livello per ingaggio clienti premium

*Risultati 2008: Vendite più alte di sempre (4.400 uts)*

### SEC MARKETING MANAGER – OPEL ITALIA

Sept 2002 – Sept 2007

- Creazione Business Unit Sud Europa (Italia, Francia, Spagna, Portogallo, Grecia) per massimizzare i risultati di vendita e finanziari
- Strategia di armonizzazione dell'offerta prodotto e gestione attività di comunicazione all'interno dell'area
- Lancio nuovo format eventi di alto livello per ingaggio clienti premium

*Risultati: Business Unit diventata punto di riferimento in Europa*

## Personals

- DNA 50% Italiano 50% francese
- Spirito internazionale
- Servizio militare NATO
- Fotografo delle emozioni (6 mostre)
- Campione di sci in Canada
- Amante del Silenzio e della Musica
- Viaggiatore del deserto

## Languages

- Francese madrelingua
- Italiano madrelingua
- Inglese "padrelingua"
- Spagnolo

## Education

- Liceo Francese Vienna (Baccalaureat)
- Richmond College Londra (Associate of Arts)
- American University Rome (Bachelor of Business and Administration)
- Boston University of Rome (Marketing Management)

## Social



## EUROPEAN MARKETING MANAGER – ADAM OPEL FRANKFURT

May 1999 – Sept 2002

- Responsabilità su Astra e Zafira
- Definizione Business Plan per portare il marchio Astra a conquistare il segmento in Europa
- Coordinamento dei bisogni europei nella definizione del prodotto (design e ingegneria), nel rispetto del budget
- Realizzazione di una campagna pan europea adattabile nei vari paesi

*Risultati: Leadership Astra in Europa (2001)*

## LOCAL BRAND MANAGER – OPEL ITALIA

Nov 1996 – May 1999

- Responsabilità sui marchi Opel (segm C+D), Cadillac, Chevrolet
- Strategia di lancio dei marchi Chevrolet e Cadillac in Italia con definizione offerta prodotto adatta al mercato italiano e formazione di un rete selezionata di concessionari
- Strategia di rafforzamento di Opel nel segmento C attraverso un piano di sviluppo prodotto e offerte ad hoc

*Risultati: Vendute 3000 Vectra al mese (record assoluto)*

## ADVERTISING MANAGER – OPEL ITALIA

Oct 1994 – Nov 1996

- Definizione del posizionamento di brand nel mercato italiano
- Strategia di comunicazione (ATL, BTL, Dealer e Web) volta a massimizzare le vendite in Italia
- Responsabilità su controllo e gestione budget (60Mio€)

*Risultati: vendite superiori a 100k uts*

## ACCOUNT DIRECTOR – PUBLICIS MILANO

Jan – Oct 1994

- Responsabilità sul Marchio L’Oreal Garnier
- Adattamento central strategy al mercato italiano

## ACCOUNT SUPERVISOR – PUBLICIS PARIS

June 1990 – Jan 1994

- Responsabilità Gruppo L’Oreal (LTP, Garnier, Prestige et collections)
- Acquisizione clienti : Novotel, FR3, Office National du Tourisme Marocain
- Lancio linea L’Oreal Technique Professionnelle, Prestige et Collection (Giorgio Armani Parfums, Paloma Picasso)

## ASSISTANT CHANNEL MANAGER – JOHNSON&JOHNSON ROMA

Sept 1987 – June 1990

- Rappresentante rete vendita nell’area Nord Italia

*Risultati: Miglior Venditore d’Italia (1989)*

## MARKETING PRODUCT MANAGER – JOHNSON&JOHNSON ROMA

Aug 1986 – Sept 1987

- Lancio 2 nuovi prodotti sul mercato (Carefree e SkinCare)