

## CARLOTTA VENTURA

Chief Communication Officer in Large Corporates, nei settori automotive, telecomunicazioni, digitale, mobilità, consulenza.

Ha lunga esperienza di tutte le componenti della comunicazione istituzionale e di business e un forte interesse per sostenibilità e responsabilità sociale coniugate a innovazione, ricerca e start up. Ha lavorato in General Motors Italia, Opel Italia e poi in Ford. In Telecom Italia dal 2000, ricopre vari incarichi fino al ruolo di Executive Vice President – Brand Strategy and Media, con l'obiettivo di garantire politiche di gestione e posizionamento del marchio, identità aziendale e strategia di comunicazione. Dal 2016 al 2018 è Direttore Centrale Brand Strategy e Comunicazione presso Ferrovie dello Stato e nel 2019 assume l'incarico di Direttore del Centro Studi Americani nonché quello di Brand, Marketing and Communications Director for Med Region di EY. È Adjunct Professor della LUISS Business School e della Pontificia Università Gregoriana e nel sociale segue attivamente programmi e iniziative volti alla promozione della diversity e dell'inclusione.

Laureata in Lettere e Filosofia presso l'Università La Sapienza di Roma, ha coltivato negli anni la sua passione per l'archeologia e le lingue classiche coniugandole a un costante approfondimento dei temi di economia e geopolitica.

### Posizioni attuali

- Da novembre 2021 Componente Gruppo Tecnico Responsabilità Sociale di Impresa di Confindustria
- Da giugno 2021 Componente del Cda di Audipress
- Da maggio 2021 Componente del Consiglio direttivo di UPA (Utenti Pubblicità Associati).
- Da gennaio 2021 Componente del Consiglio di Amministrazione di A2A Smart City.
- Da novembre 2020 Rappresentante permanente del Gruppo A2A presso gli organi sociali del Centro Studi Americani.
- Da luglio 2020 Direttore Communication, Sustainability and Regional Affairs del Gruppo A2A.
- Dal 2018 Componente dell'Advisory Board di StartupItalia.
- Dal 2018 Fondatore e componente di Angels4Women.
- Dal 2016 Docente della Luiss Business School.

### Precedenti esperienze lavorative: incarichi ricoperti

- Da gennaio a giugno 2022 Componente del Consiglio Direttivo di ValoreD
- Da febbraio 2019 a giugno 2020 Direttore Brand, Marketing and Communication for Mediterranean Region di EY.
- Da gennaio 2019 a giugno 2020 Direttore del Centro Studi Americani.
- Da dicembre 2017 a settembre 2018 Componente del Board di Nugo.
- Da giugno 2016 a dicembre 2018 Direttore Centrale Brand Strategy e Comunicazione presso Gruppo Ferrovie dello Stato con responsabilità nella definizione della strategia di comunicazione, progetti editoriali, implementazione della comunicazione online, public relations, promozione dell'immagine di Gruppo, comunicazione sociale.
- Dal 2016 al 2017 ha curato il progetto di rebranding di TIM.
- Da gennaio 2014 a maggio 2016 Group Senior Vice President – Brand Strategy e Media in Telecom Italia con le seguenti responsabilità: traghettare il brand Telecom Italia verso il nuovo marchio commerciale di Tim, riposizionamento di Tim come campione nazionale, rafforzamento della corporate identity, definizione e supervisione della media strategy e pianificazione, gestione campagne istituzionali, sponsorizzazioni ed eventi, definizione della digital strategy.
- Da aprile 2011 a gennaio 2014 Group Senior Vice President – Media Nazionali in Telecom Italia.
- Da gennaio 2003 a marzo 2011 Direttore Media Management & Sponsorships – Direzione Relazioni esterne del Gruppo Telecom.
- Da gennaio 2000 a dicembre 2002 Direttore Sponsorizzazioni ed Eventi – Direzione Comunicazione Corporate e Immagine del Gruppo Telecom.
- Dal 1997 al 1999 Capo ufficio stampa in Ford.
- Dal 1995 al 1997 Responsabile Marketing di Opel Italia.
- Dal 1994 al 1995 Buyer presso la Divisione Finanza di Opel Italia.
- Dal 1992 al 1994 Addetto stampa presso General Motors.