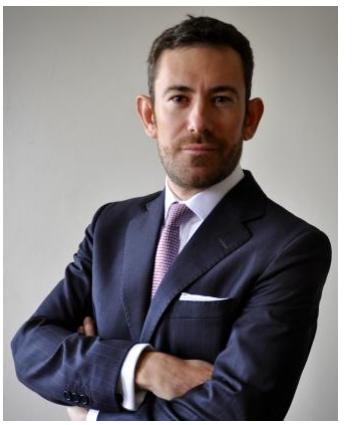
GIACOMO MARCONI



INFORMAZIONI PERSONALI
Luogo e data di nascita: *(omissis)*
Residenza: *(omissis)*
Cittadinanza: *(omissis)*
Domicilio: *(omissis)*

CONTATTI
Email: *(omissis)*
Telefono: *(omissis)*

LINGUE
Italiano (madrelingua), inglese (C2), spagnolo (A1)

ESPERIENZA PROFESSIONALE

Fondazione Teatro dell'Opera di Roma
Consulente Strategico **2025 – presente**

- Consulenza strategica al Sovrintendente nei processi di trasformazione organizzativa, nelle strategie di marketing, sviluppo del pubblico, comunicazione e fundraising.
- Guida e coordinamento di iniziative strategiche volte a rafforzare il posizionamento del brand, ottimizzare il coinvolgimento e la fidelizzazione dei pubblici, incrementare i ricavi da biglietteria e fundraising ed espandere le partnership con stakeholder istituzionali e corporate.

Marconi Arts & Cultural Consulting
Founder **2025 – presente**

- Con una vasta esperienza a fianco di prestigiose istituzioni culturali internazionali, offre consulenza specializzata in marketing, business development, fundraising, comunicazione e PR per arte e cultura.

Abu Dhabi Music & Arts Foundation, Abu Dhabi
Executive Manager, Marketing & Communications **2023 – 2024**

- Ha assicurato che marketing, comunicazione e business development fossero perfettamente allineati con la missione e gli obiettivi di ADMAF, garantendo coerenza nei messaggi e nella brand identity.
- Ha ideato e implementato strategie di marketing innovative per accrescere la visibilità di ADMAF e promuovere l'Abu Dhabi Festival 2023, 2024 e 2025 a livello locale, nazionale e internazionale.
- Ha guidato e motivato un team multiculturale nelle aree di Marketing, Comunicazione, Business Development e Fundraising, promuovendone la crescita, la coesione e il coordinamento per massimizzare l'impatto delle attività.
- Ha gestito il budget di marketing e comunicazione, assicurando un'ottimale allocazione delle risorse e un elevato ritorno d'investimento.
- Ha supervisionato campagne su piattaforme digitali, media, stakeholder ed eventi, garantendo un engagement efficace dei target. L'Abu Dhabi Festival 2024 ha vinto il premio come Best Classical Music Festival in the Middle East dalla BBC Music Magazine.
- Ha sviluppato e ampliato partnership con ministeri, ambasciate, istituzioni, C-level executive, top leader e grandi corporation, ottenendo un incremento del +150% nei ricavi da sponsorship. I progetti hanno incluso:
  - ◊ Dolce & Gabbana: ideazione e realizzazione di una strategia biennale di market access e brand awareness negli Emirati Arabi Uniti, attraverso eventi di networking di alto livello, private showcase ed engagement program dedicati al top management, rafforzando il posizionamento della maison negli Emirati.
  - ◊ Chopard e Van Cleef & Arpels: progettazione di eventi su misura e collaborazioni esclusive, creando esperienze mirate a HNWI e clientela luxury, con l'obiettivo di amplificare la visibilità delle maison nella regione.
  - ◊ Strutturazione di sponsorship e progetti CSR personalizzati, finalizzati a coinvolgere comunità e giovani, rafforzando al contempo l'equity del brand e generando un impatto sociale misurabile per grandi

corporation, tra cui Mubadala (fondo sovrano emiratino), G42 (holding globale AI e tech), GS Energy (Corea del Sud), Gulf Capital (alternative investment), Dolphin Energies (gas) e TotalEnergies (Francia).

- Ha diretto un rebranding completo di ADMAF e dell'Abu Dhabi Festival, inclusa una nuova visual identity e il lancio di due nuovi website, rafforzando il posizionamento del brand.
- Ha ottimizzato le strategie di ticketing, raggiungendo un tasso medio di riempimento sala del 98% e un aumento del 16% nei ricavi da vendita biglietti.
- Ha guidato la trasformazione digitale della Fondazione, implementando un sistema CRM, un digital workspace per la gestione progetti, sistemi RSVP per una raccolta dati avanzata e identificando una soluzione di Digital Asset Management per i contenuti multimediali.
- Ha analizzato trend di mercato, feedback del pubblico e metriche di performance per ottimizzare le strategie e orientare le decisioni future di ADMAF e del Festival, mantenendo coerenza nel messaging e nel branding. Ha inoltre commissionato e supervisionato, in collaborazione con la società internazionale Nielsen, uno studio sull'impatto economico e sociale delle attività.

Fondazione Accademia Teatro alla Scala, Milano
Responsabile Marketing, Sponsoring e Fundraising **2020 – 2023**

- Come Responsabile dell'Ufficio Marketing, ha introdotto strategie, azioni e strumenti quali:
  - Indagini e analisi sulla percezione del brand, i target di riferimento, le modalità di acquisizione di nuovi lead e il posizionamento rispetto ai competitor per poter affinare le strategie di marketing in atto, con uno sguardo rivolto al grado di soddisfazione del cliente e all'interesse per potenziali evoluzioni al fine di indirizzare al meglio l'offerta presente e futura.
  - Sviluppo e introduzione della piattaforma Salesforce, software CRM leader di mercato che ha permesso di implementare customer profiling, automation e campagne omnicanale.
  - Creazione della comunità Alumni e implementazione della alumni platform, per coltivare e mantenere relazioni strutturate e continuative con la comunità.
  - Responsabile dei contratti e della biglietteria di tutti gli eventi (opere, balletti, concerti, recital) che coinvolgano le compagini artistiche della Fondazione e di e accordi e collaborazioni con enti terzi.
  - Responsabile dello shop.
- Come Responsabile dell'Ufficio Sponsoring e Fundraising:
  - Ha messo in sicurezza le major donations e steso un nuovo programma di private e corporate membership, dando avvio a una vera e propria campagna di recruiting di donatori.
  - Ha introdotto una piattaforma di digital fundraising che possa ampliare la platea di donatori con soluzioni data driven personalizzate, responsive e automatizzate, per stimolare contributi ricorrenti, facilitare le possibilità di pagamento e per la prima volta raggiungere grassroots donors.
  - Ha sviluppato sponsorship activation su misura, campagne co-branded ed esperienze esclusive per i clienti, finalizzate ad allineare i brand del lusso e lifestyle con il prestigio culturale de La Scala. Tra i partner: BMW, TOD's, Banca Intesa, Fineco, Pandora, MAC, Collistar, Edison, F.lli Branca. Queste iniziative hanno generato un incremento dei ricavi da sponsorship pari a +80%, grazie a una nuova segmentazione e a collaborazioni basate sul CSR e sul valore.
  - Ha incrementato i finanziamenti da parte di soggetti eroganti pubblici e privati, potenziando lo screening dei bandi e valorizzando gli asset della Fondazione e i progetti di innovazione e sviluppo tecnologico.

Fondazione Teatro del Maggio Musicale Fiorentino, Firenze
Vice Direttore Marketing, Comunicazione e Corporate **2016 – 2019**

- Ha lavorato per il Sovrintendente sulle analisi, implementazioni e gestione di tutte le azioni strategiche e operative necessarie al raggiungimento degli obiettivi di marketing, comunicazione e fundraising determinati dal Consiglio d'Indirizzo della Fondazione.
- Ha allocato le risorse, gestito e controllato il budget di marketing, comunicazione, fundraising e ufficio stampa.
- Ha ridefinito i prezzi dei biglietti e ridisegnato la campagna abbonamenti a seguito di un nuovo assetto della pianta in funzione della massimizzazione dei ricavi e della presentazione di due anni di programmazione, permettendo di incrementare in particolare il rapporto con agenzie e tour operator internazionali, anche grazie a rinnovate relazioni con partner istituzionali.
- Ha coordinato la creazione del nuovo sito internet della Fondazione, più intuitivo e orientato alla vendita, e concepito e diretto campagne di comunicazione online e offline per Stagione, Festival ed eventi speciali.

- Dopo un'analisi dell'esistente e della campagna di crowdfunding realizzata nel 2016 attraverso la piattaforma Kickstarter (il Maggio è stato il primo teatro al mondo ad aver concluso un progetto di raccolta fondi di tale portata), ha dato avvio a nuove campagne di commercializzazione degli spazi, di fundraising strutturato per diversi stakeholder e programmi di membership per soci privati e corporate.
- Ha sviluppato e consolidato relazioni istituzionali a livello locale, regionale e nazionale, creando network strategici con autorità politiche e organizzazioni culturali (musei, teatri, festival, associazioni) per ampliare la visibilità, rafforzare le partnership ed attivare nuove opportunità di finanziamento.
- Ha ideato, sviluppato e gestito progetti complessi di marketing territoriale (Maggio Metropolitano, Maggio in Regione, Maggio diffuso) per l'aumento del brand awareness, il coinvolgimento di nuovi target, l'ampliamento del pubblico, il rafforzamento della comunicazione e l'incremento dei ricavi (+ € 4.5M ricavi diretti).
- Ha collaborato con maison e grandi corporate quali Gucci, Salvatore Ferragamo, Enel, General Electric, Banca Intesa su iniziative di CSR e branding, connettendo brand della moda e del patrimonio culturale con l'eccellenza artistica attraverso sponsorship, eventi su misura e programmi esclusivi di hospitality per i clienti.
- Ha gestito progetti di valorizzazione del patrimonio della Fondazione, come prestiti di allestimenti, scene e costumi all'interno di protocolli d'intesa regionali o per mostre ed eventi funzionali alla promozione del brand.
- Ha curato l'apertura e sovrinteso la gestione del nuovo Bookshop del Teatro del Maggio.
- Delegato dal Sovrintendente per AGIS Toscana e membro del gruppo costituente Toscana Federvivo.
- Responsabile per la domanda FUS, per il monitoraggio dei parametri sulla produzione e la redazione della relazione artistica e qualitativa (€ 14M)

The Metropolitan Opera, New York
Marketing & Communications Department, Internship **2016**

- Si è occupato di massimizzare le vendite e ampliare il pubblico, conducendo ricerche sui competitor internazionali, analisi strategiche sui mercati e come amplificare il brand The Met Opera attraverso The Met: Live in HD. Questo progetto genera per The Metropolitan Opera $ 60M di ricavi l'anno.
- Ha lavorato con il Senior Manager of Live in HD Press & Marketing su tutte le strategie e attività relative alle proiezioni live delle produzioni d'opera in più di 2.000 cinema in 70 paesi, lavorando con distributori partner per creare campagne marketing di successo per gli appassionati sia di opera sia di cinema.
- Ha gestito il programma HD Ambassador, un team di volontari impegnati nel supportare il Met localmente nei cinema nei principali mercati e condotto una nuova campagna di reclutamento anche attraverso il CRM Tessitura.

Piccolo Teatro di Milano - Teatro d'Europa, Milano
Direzione Marketing e Comunicazione, Internship **2015**

- Coordinatore editoriale della pubblicazione bilingue dell'analisi e studio su ExpoinCittà.
  Nato per volontà di Comune e Camera di Commercio di Milano in occasione dell'Esposizione Universale Milano 2015, ExpoinCittà è stato l'aggregatore degli eventi off-site. Il Piccolo Teatro ha gestito le attività di marketing e comunicazione di oltre 46 mila appuntamenti cui hanno partecipato circa 11 milioni di persone.

Elsinor Centro di Produzione Teatrale, Milano
Responsabile Progetti e Relazioni esterne **2012 – 2015**

- Lavorando sul brand positioning del Teatro Cantiere Florida di Firenze, ha individuato spettacoli da programmare, gestito le relazioni con prefessionisti e istituzioni e creato campagne di comunicazione per riqualificare l'immagine del teatro e adattarla alla nuova programmazione.
  Nel corso di tre anni il Teatro Florida si è dotato di un'identità completamente nuova, con una stagione composta da più di 20 titoli che alternavano prosa e danza - diventando il riferimento a Firenze per artisti come Antonio Latella, Serena Sinigaglia con ATIR, Compagnia Abbondanza Bertoni, Enzo Cosimi, Deflorian/Tagliarini, Cristina Rizzo, Compagnia Scimone Sframeli, Motus, Zappalà Danza, Enzo Vetrano e Stefano Randisi, Lucia Calamaro, Saverio La Ruina, Marco Martinelli ed Ermanna Montanari.
- Ha concepito e condotto vari progetti per sviluppare una nuova strategia di audience engagement, accelerare il brand awareness e incrementare il fundraising.
  Per Elsinor ha lavorato alla redazione della domanda ministeriale per il finanziamento come Centro di Produzione Teatrale e al finanziamento del Teatro Florida come multiresidenza interdisciplinare della Regione Toscana. Ha anche stretto rapporti che hanno portato all'ospitalità di festival internazionali come Fabbrica

Europa e Cirkfantastik (dedicato al circo contemporaneo), creato reti con giornalisti, critici del settore, istituzioni e preso parte alle più importanti occasioni di scambio tra artisti e operatori del settore, come Next:vetrina di produzioni, festival quali Spoleto, Sant'Arcangelo, Fabbrica Europa, Inequilibrio, Civitanova Danza, Drodesera, Contemporanea, INDA di Siracusa, Roma Europa, MITO, NID Platform, La Biennale di Lyon, International Exposure Tel Aviv.

Pisa Book Festival, Pisa
Direttore esecutivo **2011 – 2015**

- Ha selezionato, diretto e motivato uno staff di 30 professionisti e volontari.
- Responsabile della produzione, contratti e logistica, ha gestito diverse squadre per l'allestimento e il management di uno spazio espositivo di 4.000 m^2, che ogni anno ha coinvolto più di 150 case editrici, un paese ospite e organizzato più di 200 eventi.
- Ha creato campagne di comunicazione e gestito lo sviluppo dei materiali.

FORMAZIONE

- ESADE Business School (Barcellona, Spagna)
  Executive MBA | Minors: Marketing & Sales; Innovation & Entrepreneurship
- UC Berkeley - Haas School of Business (Berkeley, California, USA)
  Executive Immersion Program su Entrepreneurship, Venture Capital e Silicon Valley Innovation Ecosystems
- GLOBIS University Graduate School of Management (Tokyo, Giappone)
  Executive Immersion Program su Japanese Management Systems, Lean Transformation, Innovation Ecosystems e Corporate Strategy
- IMZ International Music + Media – Accademia Teatro alla Scala
  Executive Program "Re-Imaging Opera in the Digital Age"
- Accademia Teatro alla Scala – Politecnico di Milano Graduate School of Management
  Master in Performing Arts Management
  Tesi in management "Strategie di marketing e relazione con gli stakeholder, i casi del Teatro alla Scala e del Metropolitan Opera"
- Università degli Studi di Pisa, Dipartimento di Giurisprudenza
  Laurea in Diritto dell'Impresa, del Lavoro e delle Pubbliche Amministrazioni
  Tesi in diritto commerciale "Le Fondazioni lirico-sinfoniche, i finanziamenti e le sponsorizzazioni"
  Voto: 110/110 e lode

Roma, 21 settembre 2026