

Lucia Navone

*«La morte non è nel non poter più comunicare ma nel non essere più compresi»
(P.P. Pasolini)*

Via Macedonio Melloni 30

20129 Milano

Mob. + 39 348 3151022

lucia@lucianavone.it

Il Blog di Lucia Navone
Bianco, Rosso e Green economy: cosa succede in Italia

**STUDIONAVONE**
servizi di comunicazione



Lucia Navone

@lucia_navone

Mi occupo di comunicazione ambientale, faccio la giornalista e scrivo storie. Per un po' ho anche disegnato borse. Tante anime in una vita sola.

📍 Milano - Italy

🔗 lucianavone.it

🕒 Iscritto a dicembre 2011

Grazie a oltre 20 anni di esperienza come giornalista e consulente, sono in grado di sviluppare piani di comunicazione integrata, mantenere relazioni consolidate con media e opinion leader e costruire eventi mirati alle esigenze del committente.

Passione e determinazione, con un'elevata specializzazione nella responsabilità sociale d'impresa e nei temi legati alla sostenibilità, mi consentono di gestire situazioni di crisi, anche in contesti dinamici e competitivi. Capacità interpersonali, quali propositività e spirito collaborativo, completano il mio profilo che ben si adatta al lavoro di squadra.

Sono uno spirito creativo che non teme i cambiamenti e che crede nel continuo mettersi in gioco per migliorare. Qualcuno mi definisce un influencer sui temi legati alla green economy ma io preferisco sentirmi un social media editor grazie al mio blog www.lucianavone.it e alle diverse collaborazioni con altre testate on line tra cui Fanpage.it.

Dal 1998 sono felicemente sposata con Federico e dal 2000 mamma entusiasta di Cecilia. Tutti i giorni vado in palestra non perchè sia un hobby ma perchè mi permette di sfogare le mie infinite energie e di affrontare al meglio gli anni che passano. Per un certo periodo della mia vita ho anche realizzato borse di stoffa colorate che si ispiravano ai quadri di Mondrian.

www.lucianavone.it



Metto a disposizione un'esperienza di oltre vent'anni,
disponibile anche con la formula «temporary»

1985 – 1988

SCR Associati

(poi Weber Shandwick)

Media relation e
product information
per D&C, Marzotto,
Lotto e Bormioli Rocco

1988 – 1991 - SECI

Account corporate
affair per Europcar,
AGB Italia, Fondazione
Agnelli, Saint Gobain,
Unione Imprese Difesa
Ambiente, Kraft

Collaborazioni
giornalistiche con
Gioia, I miei Diritti,
l'Ambiente, Chigago
Blog, Donna Moderna,
testate del settore
ambiente ed energia, Il
Diario.

Autrice de «Il sole, le
ali e la civetta», la
prima inchiesta sul
mondo delle energie
rinnovabili e su come
sono andate le cose in
Italia negli anni del
boom

1991 – 1999

WWF Italia

Progettazione e
realizzazione di
campagne di
comunicazione con
Federtrasporti,
Provincia e Comune di
Milano, Regione
Lombardia, Ministero
Ambiente ed UE.
Ricerca testimonial e
organizzazione eventi
radio-televisivi; attività
di raccolta fondi e
recruitment soci

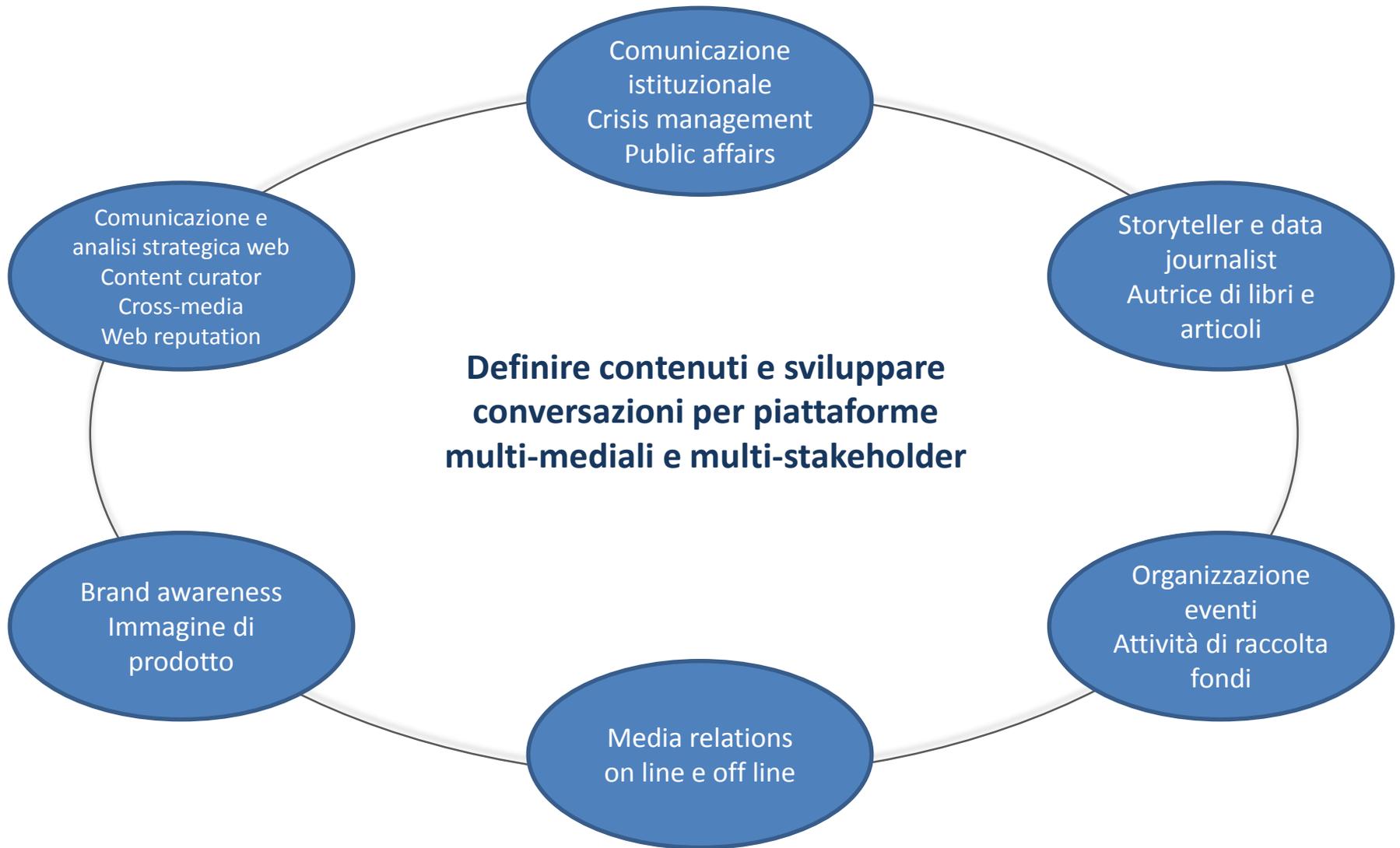
2001 ad oggi

Studio Navone

Comunicazione B2B,
public affairs, servizi
editoriali, ufficio
stampa e
organizzazione eventi
per conto di Assosolare
(Industria
Fotovoltaica); Climate
Partner; Erm Italia
(Environmental
Resources); Fiper
(Energie Rinnovabili),
Solarday, Solarex.

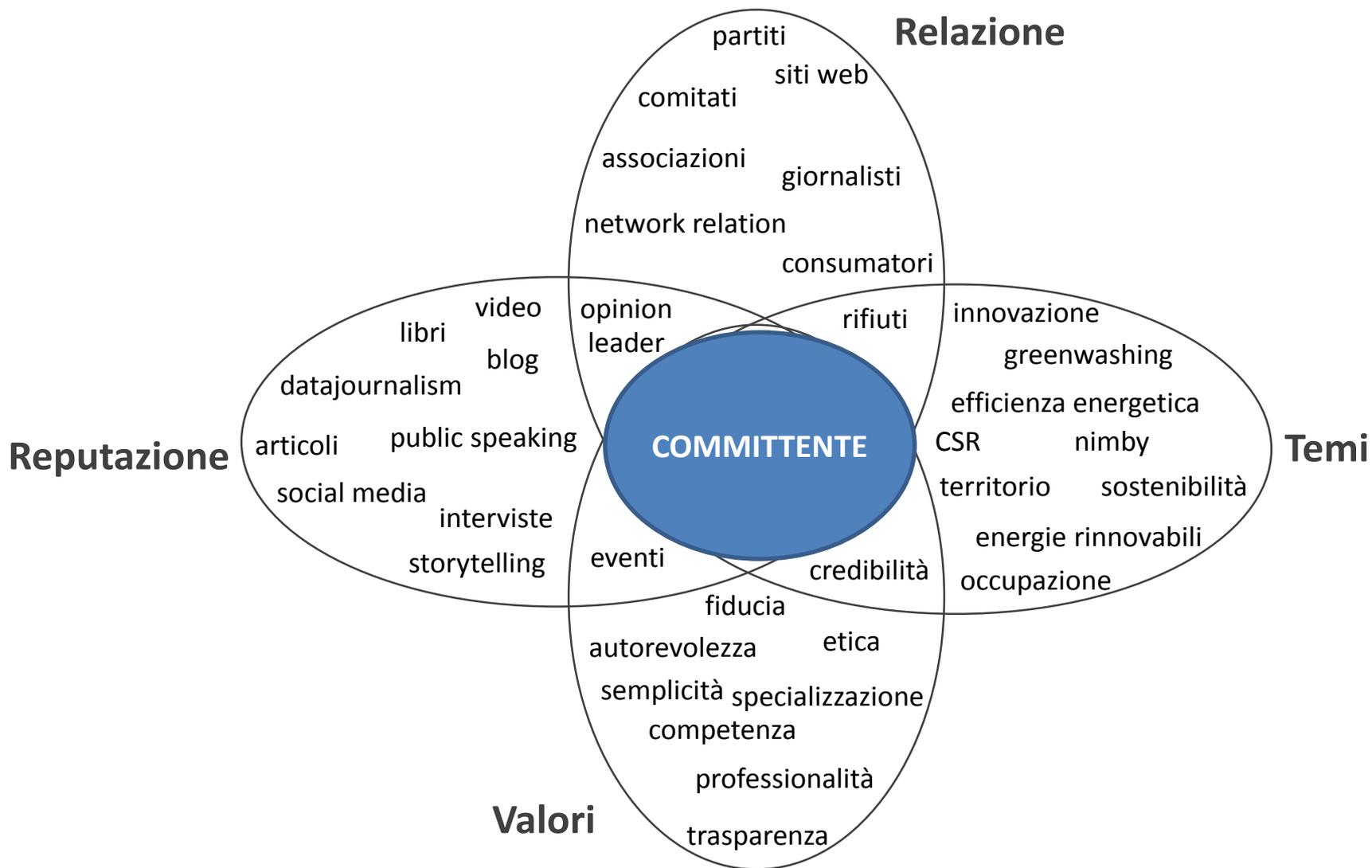


Confeziono campagne di comunicazione, realizzate per dare valore a chi le indossa, pensate su misura per il target





Condivido la mia esperienza, per creare innovazione e nuove opportunità di business in una logica sostenibile





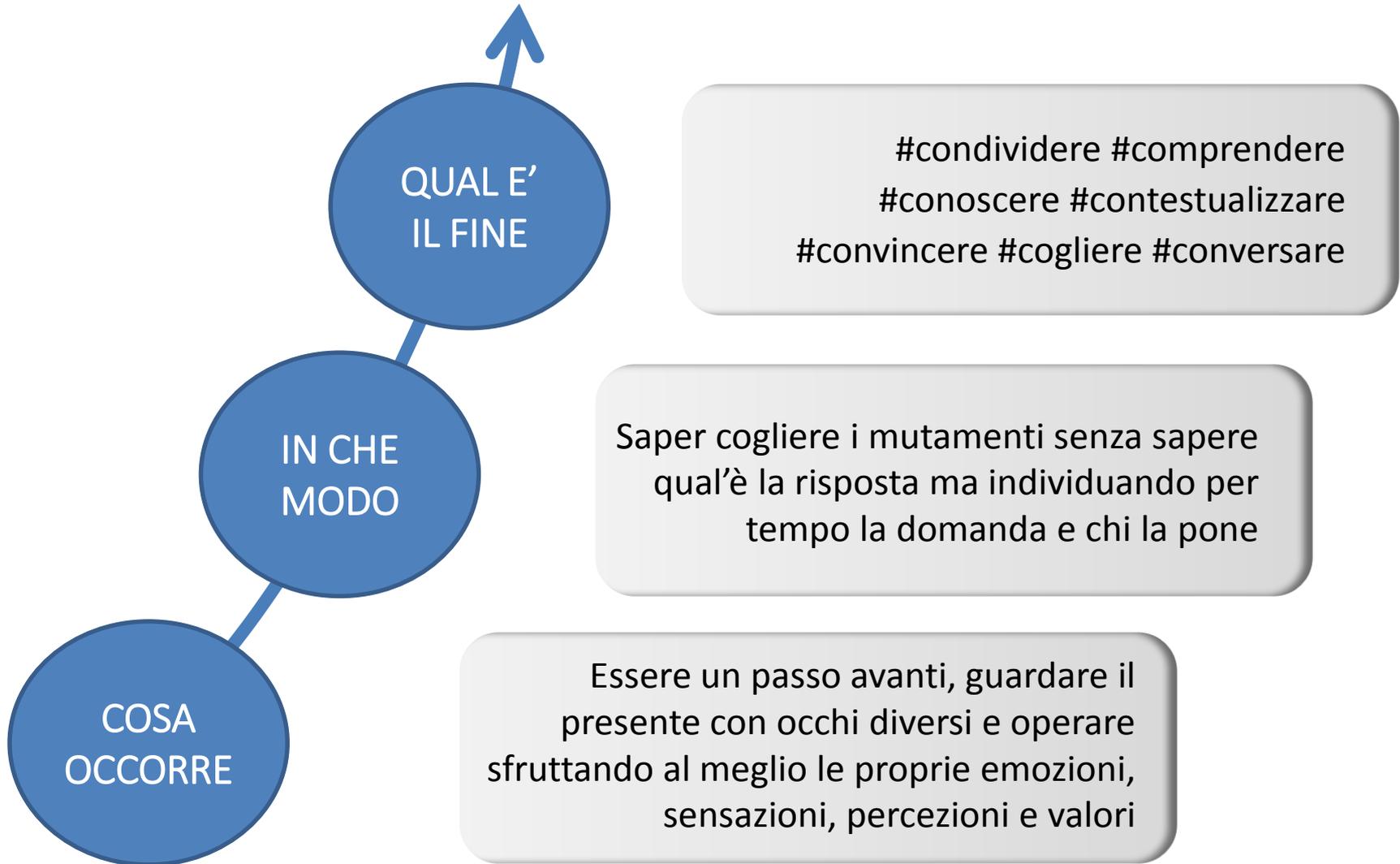
Cambia il mezzo ma non il messaggio. Qualsiasi campagna di comunicazione senza contenuti adeguati non regge al tempo, tantomeno alla complessità

*«Oggi la finalità di ogni organizzazione è migliorare le relazioni con i soggetti che influenzano o sono influenzati dal raggiungimento degli obiettivi che l'organizzazione vuole perseguire.
La comunicazione è solo uno strumento e un canale per governare con efficacia queste relazioni»*

	FINALITA'	APPROCCIO	OBIETTIVO	VALORE
XX Secolo	Persuasione	Comunicazione al pubblico	Allineare l'audience con gli interessi organizzativi, veicolando messaggi ai pubblici chiave	Outcome Modificazione di obiettivi, attitudini, decisioni e comportamenti dei pubblici
XXI Secolo	Con-vincimento	Relazione con gli stakeholder	Contribuire a migliorare la qualità delle decisioni, ascoltando le aspettative degli stakeholder	Outgrowth Governare la qualità dei sistemi di relazione con gli stakeholder e della reputazione (licenza di operare)



Non servono più massicce campagne d'informazione e budget ingenti, servono buone idee e comunicatori credibili in grado di attivare e gestire reazioni a catena



«Everybody need someone to trust»

Per ulteriori informazioni
www.lucianavone.it

Seguimi su

