

PIETRO VALENTI

MARKETING AND COMMUNICATION DIRECTOR
EVENT PROJECT MANAGER

15+ years | €5M+ Budgets | Global Markets | Brand Strategy | Digital & Events

Wine| Food | Pharma | GDO | Ho.Re.Ca. | Digital | Hospitality | Energy | Amazon

About me

Marketing & Comunicazione Director ed Event Project Manager con oltre **15 anni** di esperienza internazionale nei settori **food, pharma, GD e GDO, Ho.Re.Ca., digitale, luxury, hospitality e ristorazione, enologico ed energetico**. Esperto in campagne pubblicitarie di prodotto e brand a 360°, strategie omnicanale, posizionamento di brand e prodotti, analisi di marketing e mercato, sviluppo nuovi prodotti.

Ho gestito budget per aziende nazionali ed internazionali per oltre **10 milioni di euro**, operando in **Italia e Spagna**. Fluente in tre lingue



WORK TIMELINE

2010/13

Social & Web Manager

e-on

2013

Marketing Analist

GR

2014/21

Direttore Marketing,
Comunicazione, Eventi
e Creativo


FIRRIATO
Terroir Autentico

2021/23

Direttore Marketing e
Comunicazione

 **Mancuso
Group**

2024/25

Direttore Marketing e
Comunicazione

DuLac
FARMACE UTICI

2014/26

Freelance

Consulente e formatore di marketing e comunicazione digital e offline



1

SOCIAL MEDIA & WEB MANAGER

Dal 2010 al 2013

E.ON SPAIN

Madrid

1.1 E.ON SPAIN

E.ON è una multinazionale tedesca dell'energia, **tra le prime quattro al mondo e seconda in Europa** nel settore utility. Nel 2010 il gruppo ha registrato un fatturato di circa **€92,9 miliardi.**

Opera in circa **38 paesi** con decine di migliaia di dipendenti (circa 78.000 nel 2010) e aveva in Spagna un pacchetto clienti di circa **750.000 utenze**, compresi grandi clienti come la catena di supermercati Mercadona. La sede dell'attività spagnola si trovava nella Torre Picasso a Madrid (piani 26 e 48).

Dopo la decisione della Germania di chiudere le centrali nucleari nel 2013, E.ON annunciò circa 11.000 licenziamenti globali. Nello stesso anno decise l'uscita dal mercato spagnolo cedendo la propria attività locale.



1.2 MANSIONI

Gestione social network & Web

- Pianificazione delle strategie di comunicazione su **Facebook e Twitter**.
- Engagement e sviluppo dell'immagine corporate del brand nei social network.
- Gestione e controllo dei **CRM** social (Facebook, Twitter, YouTube, Flickr).
- Analisi mensile dei report delle reti sociali e dei siti internet.
- Pianificazione e gestione di campagne tradizionali integrate con i social network.
- Gestione dei casi di crisi comunicativa e monitoraggio della reputazione digitale del brand.
- Ottimizzazione e standardizzazione del design corporate del sito aziendale.
- Analisi del posizionamento sui motori di ricerca (**SEO**) dei siti della compagnia e della concorrenza.
- Supervisione dell'assistenza clienti digitale (**social customer care**).
- Sviluppo e implementazione della strategia di comunicazione corporativa digitale e di marketing di prodotto

1.3 **RISULTATI CHIAVE**

Promozione digitale dell'offerta "Triple Energia", con campagne integrate su più canali.

Creazione dell'e-commerce online per la vendita diretta dei servizi energetici.

Sviluppo e gestione dell'area clienti online, migliorando l'esperienza utente e la fidelizzazione.

Integrazione dell'assistenza clienti digitale, con gestione social e supporto in tempo reale.

Ottimizzazione SEO globale: miglioramento del ranking aziendale dal **25° al 2° posto** grazie a una strategia di posizionamento avanzata.

Introduzione del canale Twitter corporate, trasformato in piattaforma di dialogo e reputazione del brand.

Aumento del traffico digitale e dell'engagement su tutti i canali social e web istituzionali.

Lancio di campagne digital omnicanale che hanno generato lead qualificati e conversioni.

Creazione di dashboard analitiche per il monitoraggio continuo di performance e metriche mensili.

Coordinamento della comunicazione globale, garantendo coerenza di immagine e messaggio in tutti i mercati.



3

MARKETING & COMMUNICATION DIRECTOR

Dal 2014 al 2021

FIRRIATO WINNERY &
LUXURY HOSPITALITY

Trapani, Sicilia



3.1 **FIRRIATO WINERY & LUXURY HOSPITALITY**

Firriato è una delle **più importanti aziende vinicole a conduzione familiare** in Sicilia e in Italia, rinomata per l'eccellenza nella **viticoltura sostenibile**, nella produzione di vini di pregio e nell'**ospitalità di lusso**.

Con un **fatturato di circa 28 milioni di euro** e oltre il **60% di esportazioni all'estero**, rappresenta oggi un punto di riferimento del vino italiano nel mondo.

L'azienda gestisce inoltre tre resort di lusso — **Cavanera Etnea Resort & Wine Experience** alle pendici dell'Etna, ospitato in un'antica masseria e palmento risalente al 1700 restaurato da Firriato (con ristorante "**La Riserva**")_ **Baglio Sorìa Resort & Wine Experience** a Trapani, all'interno di un baglio del XVII secolo (con ristorante "**Sant'Agostino**"), e **Calamoni di Favignana** nelle isole Egadi — tutte situate in contesti dove vino, cucina e accoglienza si combinano in esperienze d'eccellenza.

Dal **2014 al 2021** ho ricoperto il ruolo di **Direttore Comunicazione, Marketing ed Eventi**, occupandomi anche della **direzione creativa** e delle **campagne internazionali** del brand.



3.2 MANSIONI

Gestione strategica del marketing, Comunicazione e Direzione Creativa

- **Definizione e sviluppo della strategia marketing e comunicazione** integrata per tutti i canali on/offline, con posizionamento del brand Firriato nel segmento premium del vino italiano e internazionale.
- **Direzione e supervisione dell'intero dipartimento marketing e comunicazione**, con coordinamento di team interni, agenzie creative, PR, ADV e ufficio stampa.
- **Gestione e pianificazione strategica dei budget marketing (oltre 500.000 €/anno)** per campagne digitali (social, Google Ads, email marketing) e media tradizionali su riviste italiane e internazionali come Wine Spectator, Decanter, Civiltà del Bere.
- **Responsabile della direzione creativa e brand identity**, dal concept visivo alla realizzazione di campagne pubblicitarie e materiali corporate (ADV, shooting, video, storytelling, packaging).
- **Ideazione e supervisione di campagne di marketing territoriale e internazionale**, finalizzate a rafforzare il posizionamento del brand nei mercati esteri (Europa, USA, Asia).
- **Gestione della comunicazione per le strutture di lusso: Cavanera Etnea, Baglio Soria e Calamoni di Favignana**, con sviluppo di strategie di marketing esperienziale e hospitality.
- **Coordinamento delle attività digital e social media strategy**, definendo piani editoriali, SEO, DEM, influencer marketing e storytelling coerente con i valori del marchio.
- **Direzione di progetti di rebranding aziendale, repackaging e restyling** completo del sito web (tra i più visitati del settore vinicolo italiano) e digital transformation dell'immagine aziendale.
- **Project & Event Management**: ideazione, organizzazione e direzione artistica di eventi corporate, B2B e consumer su scala nazionale e internazionale (Vinitaly, Prowein, Villa Miani Roma, Giardini dell'Università Milano, Calici di Stelle, ecc.).
- Gestione e sviluppo del **CRM** e database clienti, con strategie di lead generation, fidelizzazione e campagne promozionali omnicanale.
- **Supervisione delle relazioni commerciali e partnership B2B**, con oltre 2.000 clienti in Italia, 1.000 negli Stati Uniti, 300 in Germania, 200 in Spagna e 200 in Cina.

3.3 **RISULTATI CHIAVE**

Crescita del fatturato aziendale da €17M a €25M in 6 anni (+47%).

+25% incremento delle vendite export, con rafforzamento dei mercati USA, Germania, Spagna e Cina.

Campagna “Charme Firriato”: da **40.000** a oltre **600.000 bottiglie prodotte e vendute in un anno**, divenendo il vino bianco più bevuto in Sicilia e un case study di successo nel marketing vinicolo.

“Calici di Stelle Firriato” (2014–2019): evento premiato da **Vinitaly come miglior evento del vino in Italia**, con oltre **3.700** partecipanti all’edizione 2018 e numerose edizioni sold-out.

+450% di crescita del traffico web in 12 mesi, posizionando il sito tra i più visitati del settore in Italia .

+100.000 follower su Facebook, +20.000 su Instagram, +3.000 su LinkedIn, con un engagement medio del 5,6%, tra i più alti del comparto vino.

Digital transformation del brand e creazione di una piattaforma di comunicazione coerente e multicanale.

Database CRM di oltre 15.000 contatti acquisiti grazie al concorso promosso al Vinitaly, con attività di lead generation e fidelizzazione clienti.

Espansione del portafoglio clienti B2B, con oltre **3.700 nuovi contatti commerciali attivi** in Italia e all’estero.

Riconoscimento di **Firriato come top brand del vino siciliano**, sinonimo di autenticità, eleganza e sostenibilità.

3.4 ADV HARMONIUM

Campagna di prodotto dedicata all'**Harmonium**, il Nero d'Avola più premiato di Firriato, con l'obiettivo di esaltarne **nobiltà e tradizione**.

La composizione visiva — con **mappamondo, libro antico e lente d'ingrandimento** — richiama la **storia millenaria del vitigno**, mentre la **palette calda e dorata** trasmette **armonia e contemplazione**.

Il **calice da vino da meditazione** e la headline "**His Majesty, the Nero d'Avola**" raccontano un vino regale, simbolo dell'eccellenza siciliana.

La campagna, diffusa **online e offline**, ha rafforzato il posizionamento del marchio nel segmento premium internazionale.

MEDIA

WEB + WINE SPECTATOR + ADV GOOGLE + SOCIAL NETWORKS



WWW.FIRRIATO.IT

HIS MAJESTY, THE NERO D'AVOLA

Three single vineyards Crus, three soils and three different climates, one single Nero d'Avola. A stunning elegance, a great, fascinating, strongly mediterranean personality that combines harmoniously power and exuberance with velvety tannins of rare nobility. Harmonium, an ardent tribute to Sicily's passion for wine making.

FIRRIATO
Sicily, authentic Terroir
ESTATES
TRAPANI HILLS | FAVIGNANA ISLAND | ETNA VOLCANO

Imported by SOILAIR Selection - www.soilairselection.com

GAMBERO ROSSO
HARMONIUM 2013
3 Glasses Award

3.5 ADV RIBECA



La campagna è dedicata al **Ribeca**, vino simbolo della **riscoperta del vitigno Perricone**, una varietà antica e poco conosciuta, quasi estinta e riportata alla luce da Firriato.

L'obiettivo era **promuovere la conoscenza e il valore identitario del Perricone**, posizionandolo come un'eccellenza siciliana dal fascino internazionale.

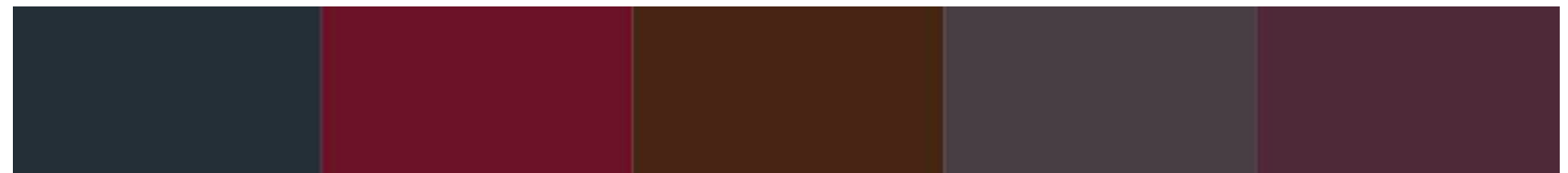
Il visual utilizza una **palette di colori scuri e caldi** per trasmettere **eleganza e profondità**, con un **calice da vino da meditazione** che esalta la nobiltà del prodotto.

La presenza del **passaporto** e del **mappamondo** evoca il **viaggio e la scoperta**, in linea con il claim “**Enjoy Sicily, Discover Perricone**”, che invita a esplorare l'anima autentica dell'isola attraverso un vitigno ritrovato.

La campagna, diffusa **online e offline**, ha unito **storytelling e valorizzazione territoriale**, trasformando Ribeca in un ambasciatore della rinascita del Perricone nel mondo.

MEDIA

WEB + WINE SPECTATOR + ADV GOOGLE + SOCIAL NETWORKS



3.6 EVENT DIRECTOR

In qualità di **Event Project Manager** per *Calici di Stelle Firriato* dal **2015 al 2019**, mi sono occupato dell'**organizzazione e della promozione** dell'evento, uno dei più rinomati del panorama vinicolo italiano.

Ho **coordinato eventi pubblici e privati in location di prestigio**, gestendo **un team di oltre 80 persone** e supervisionando **logistica, budget e direzione artistica**.

L'evento è diventato un simbolo dell'esperienza Firriato e nel **2017 è stato premiato al Vinitaly come “Miglior Evento del Vino in Italia”**

L'edizione del **2019** ha raggiunto i **4.000** partecipanti e il **SOLD OUT** anche al ristorante con 350 coperti ed un fatturato di **200.000€ in una sola notte**.



Calici di stelle, 2018



Calici di stelle, 2019

3.7 EVENT DIRECTOR - COMMENTI CALIC DI STELLE

 **Marilena Pellicane**
fantastica serata 
Mi piace Rispondi 4 a

 **Francesco Puma**
Complimenti agli organizzatori un evento meraviglioso 😊😊
Mi piace Rispondi 4 a

 **Micol Paperino Manuele**
Complimenti!! Bellissima serata, organizzazione perfetta! Musicisti bravissimi e vino ottimo!! Al prossimo anno, il quinto consecutivo 😊😊😊😊
Mi piace Rispondi 4 a

 **Sandro Riera**
Complimenti organizzazione impeccabile e location da favola
Mi piace Rispondi 4 a

 **Giulia Ayumi**
Complimenti ancora per l'evento, è stato bellissimo! 😊
Mi piace Rispondi 4 a

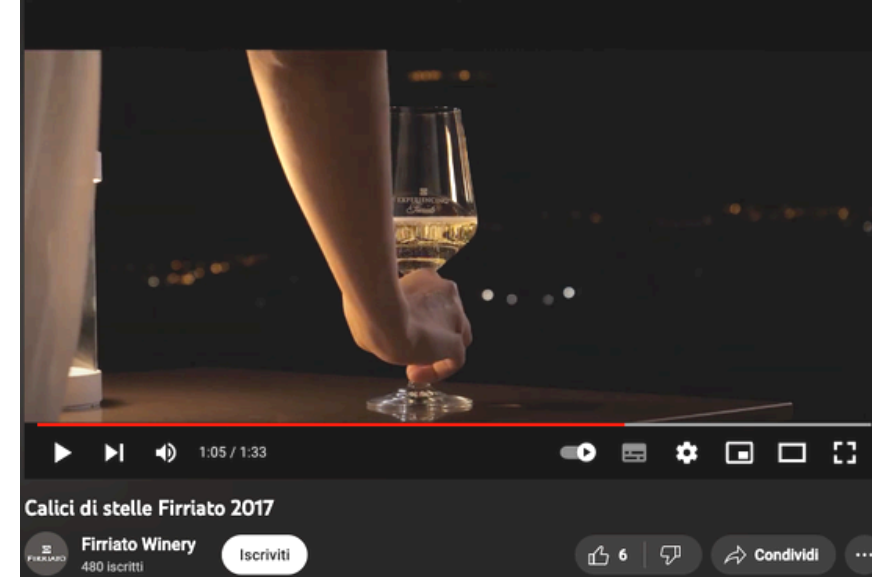
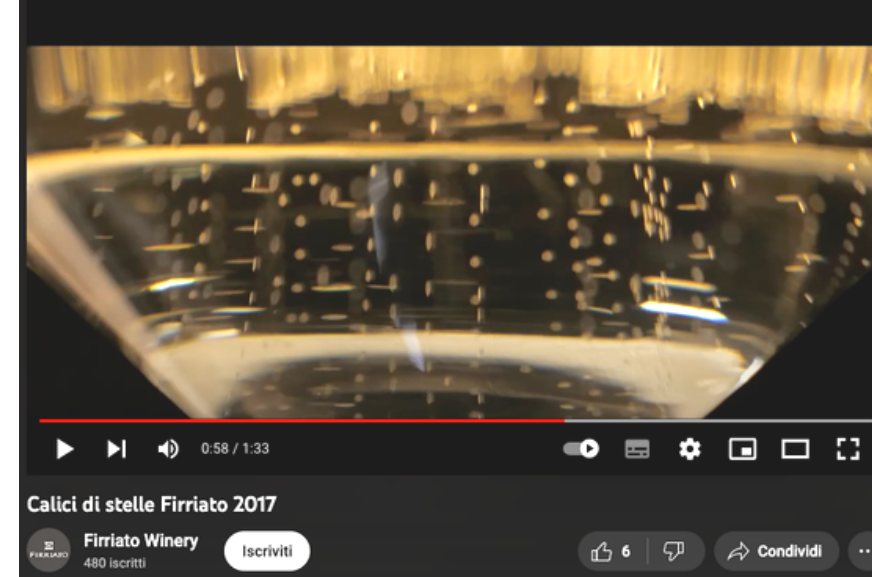
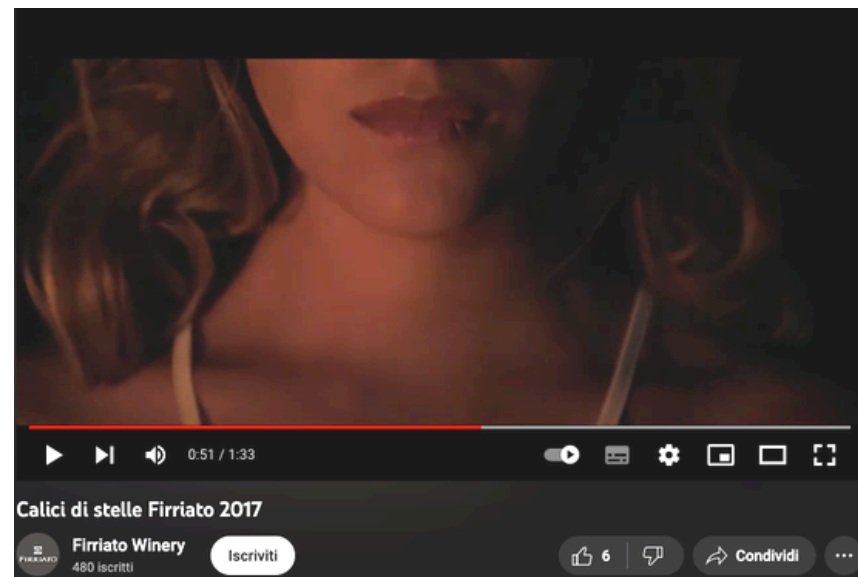
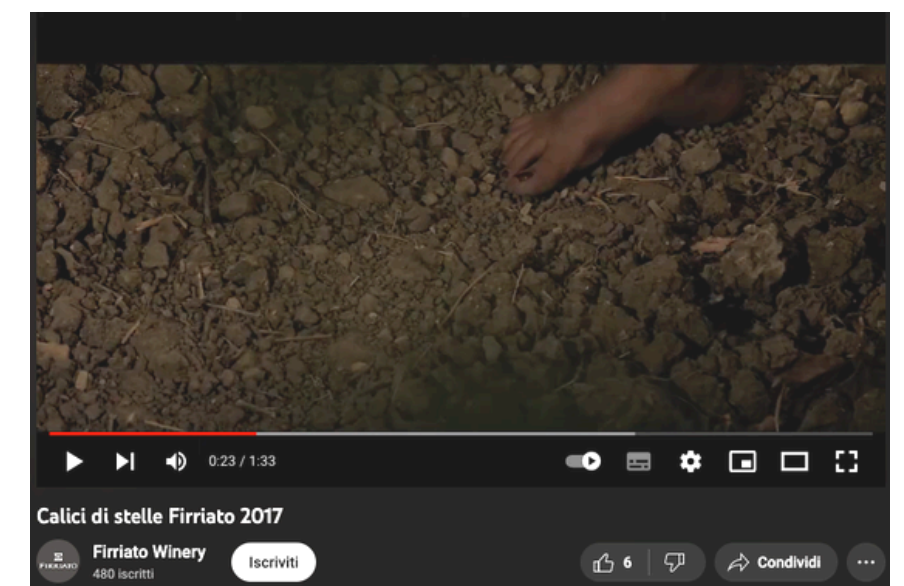
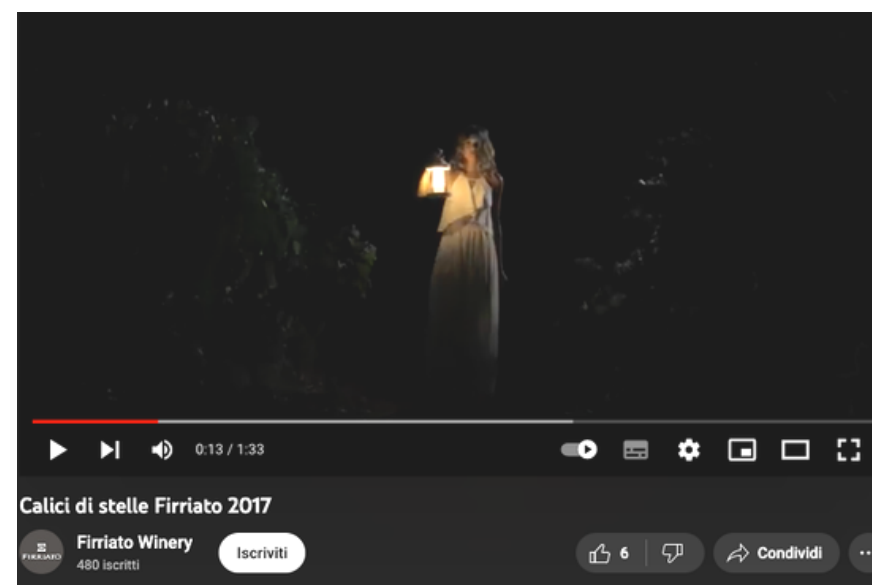
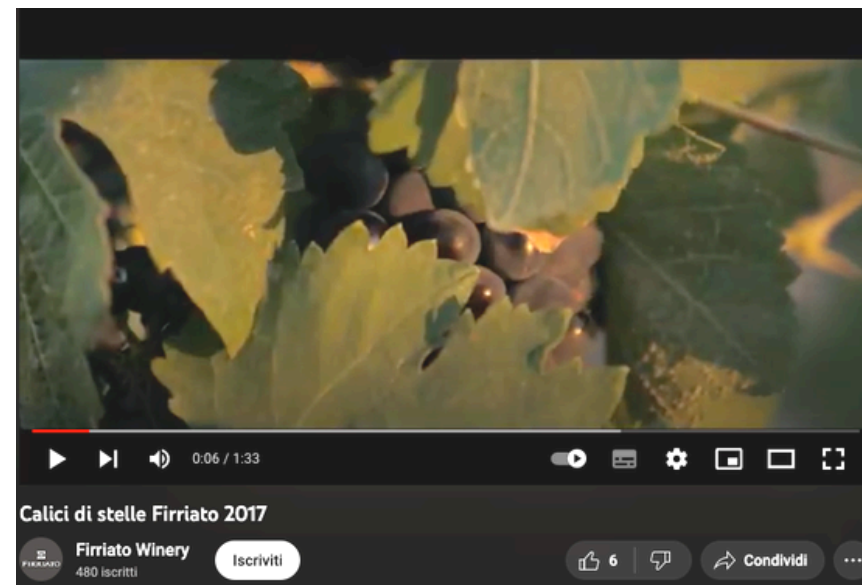
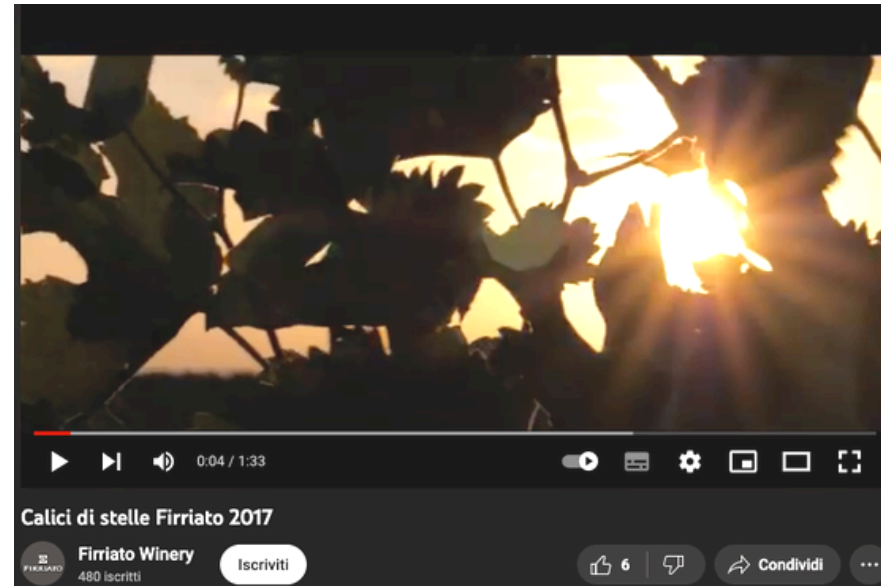
 **Monica BURGIO**
Complimenti per la bellissima serata.....posso sapere dove trovare le foto dell'evento

 **Sabrina Ferrari**
Bellissima serata! Vino, musica e compagnia buonissimi! Il tutto in una splendida location 😊

 **Vincenzo Di Dia**
Complimenti per la vostra comunicazione video. Ottima scelta della musica, ottima scelta della fotografia, ottima scelta della location.
Quando trovo colleghi che sanno fare bene il proprio lavoro non posso fare altro che ammettere il lavoro svolto.
[Mi piace](#) Rispondi 5 a  2

3.8 STORYBOARD VIDEO

Video promotion of Calici di Stelle Firriato, 2017 "Madre Natura"



In qualità di **Direttore della Comunicazione**, ho seguito personalmente la **realizzazione e produzione di spot pubblicitari** in collaborazione con la **società audio-video Melqart**, tra cui lo **spot ufficiale di “Calici di Stelle Firriato”**, curandone ogni fase creativa e produttiva.

FACEBOOK: **107.457** VIEWS | **353** LIKES | **CTR 8%**
LINK: <https://www.facebook.com/firriato/videos/1483346388416098/>

YOUTUBE: 900 VIEWS
LINK: <https://www.youtube.com/watch?v=qArfyyZ2eIU>



3.9 CAMPAGNA “CHARME”

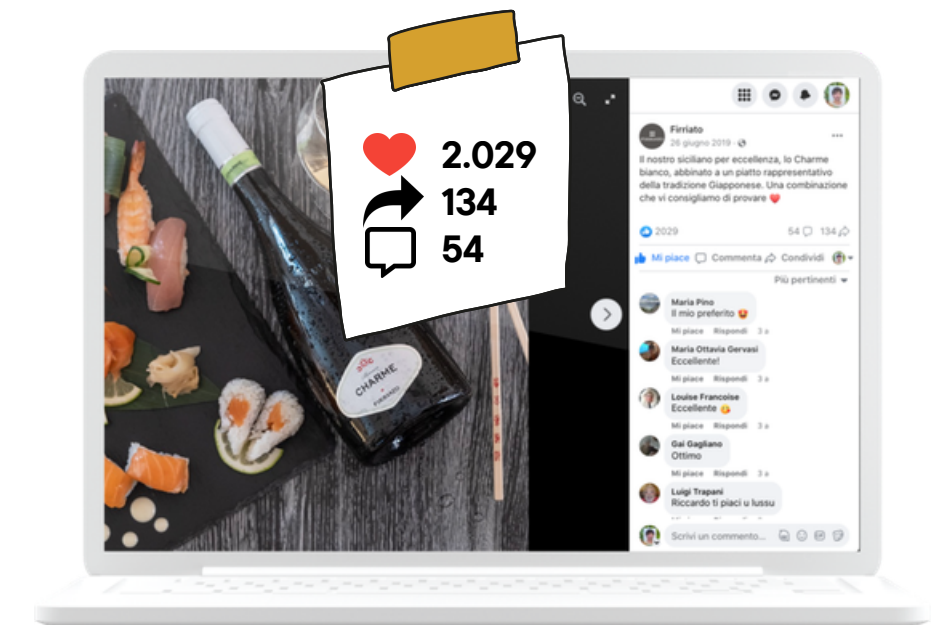
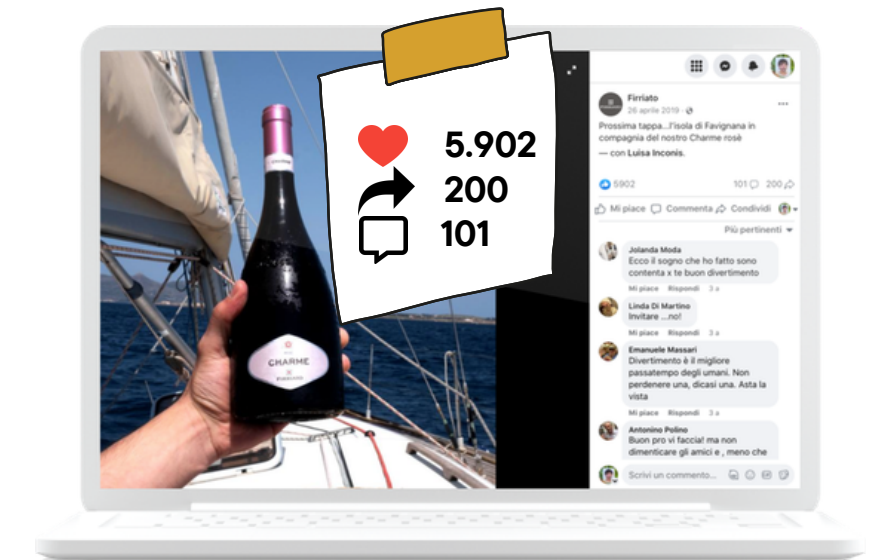
L'obiettivo era **posizionare Charme**, il vino bianco simbolo di Firriato, **non solo come un prodotto ma come un'espressione di lifestyle** — fresco, elegante e autenticamente siciliano.

La **strategia di comunicazione** si è concentrata sull'associare Charme a esperienze raffinate ma rilassate: **abbinamenti cibo-vino come il sushi**, divenuti un punto di forza nel canale **Ho.Re.Ca**, fino a portare la sua presenza in **quasi tutti i sushi restaurant della Sicilia**.

La campagna ha inoltre celebrato **momenti aspirazionali** come **le uscite in barca a vela** e gli **aperitivi esclusivi a Favignana**, rafforzando l'immagine di Charme come **simbolo della sofisticazione mediterranea contemporanea**.

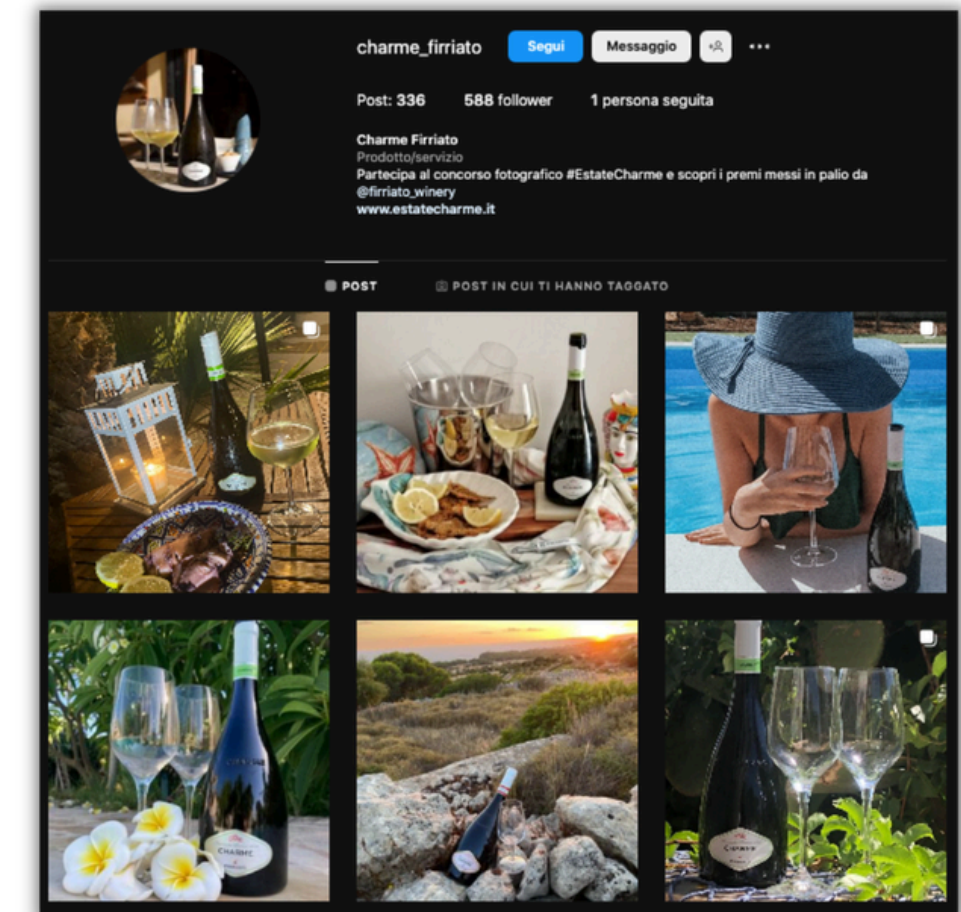
Azioni Chiave

- **Storytelling sui social media**, collegando il vino a un **lifestyle siciliano distintivo** e presentando Charme **non solo come un vino, ma come un modo di essere**.
- **Creazione di contenuti virali**, come post sugli **abbinamenti cibo-vino** e le **“Charme Moments”**, che hanno contribuito a costruire un'identità di brand riconoscibile e aspirazionale.
- Il **“Charme Tour”**, un **roadshow di degustazioni in tutta la Sicilia** con abbinamenti gastronomici, che ha rafforzato la **connessione emotiva con i consumatori** e la **presenza fisica del brand sul territorio**.



3.10 CAMPAGNA “CHARME” - PHOTO CONTEST

- Il concorso “Un’estate di Charme”, che ha coinvolto **oltre 300 partecipanti** e generato **più di 6.000 interazioni online**, ha contribuito in modo significativo ad **aumentare l’engagement e la brand awareness**.



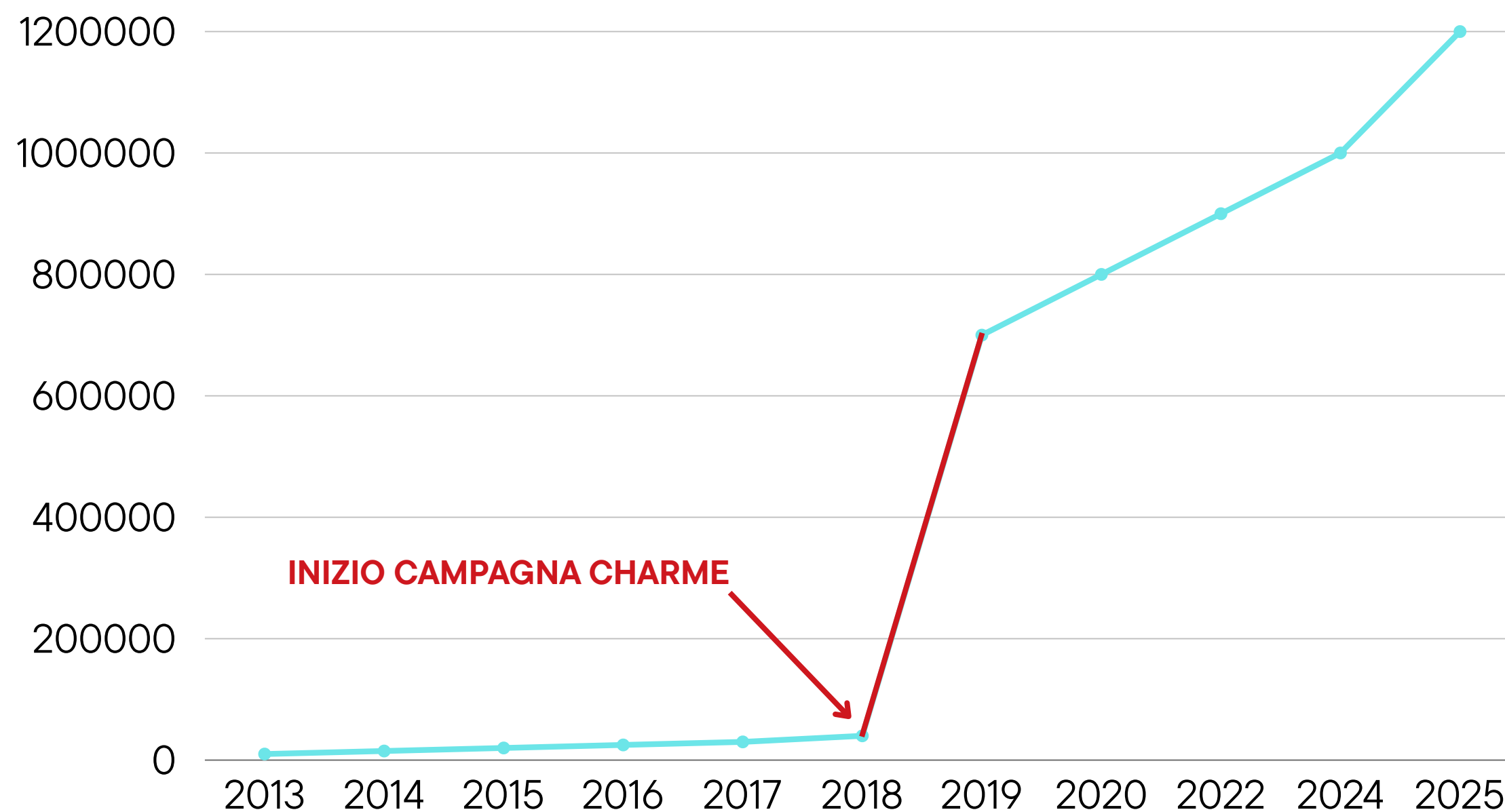
LINK PAGE: www.estatecharme.it

LINK INSTAGRAM:
https://www.instagram.com/charme_firriato/

3.11 CAMPAGNA “CHARME” - RISULTATI

Produzione Charme Firriato

Dal 2013 al 2025



Risultati

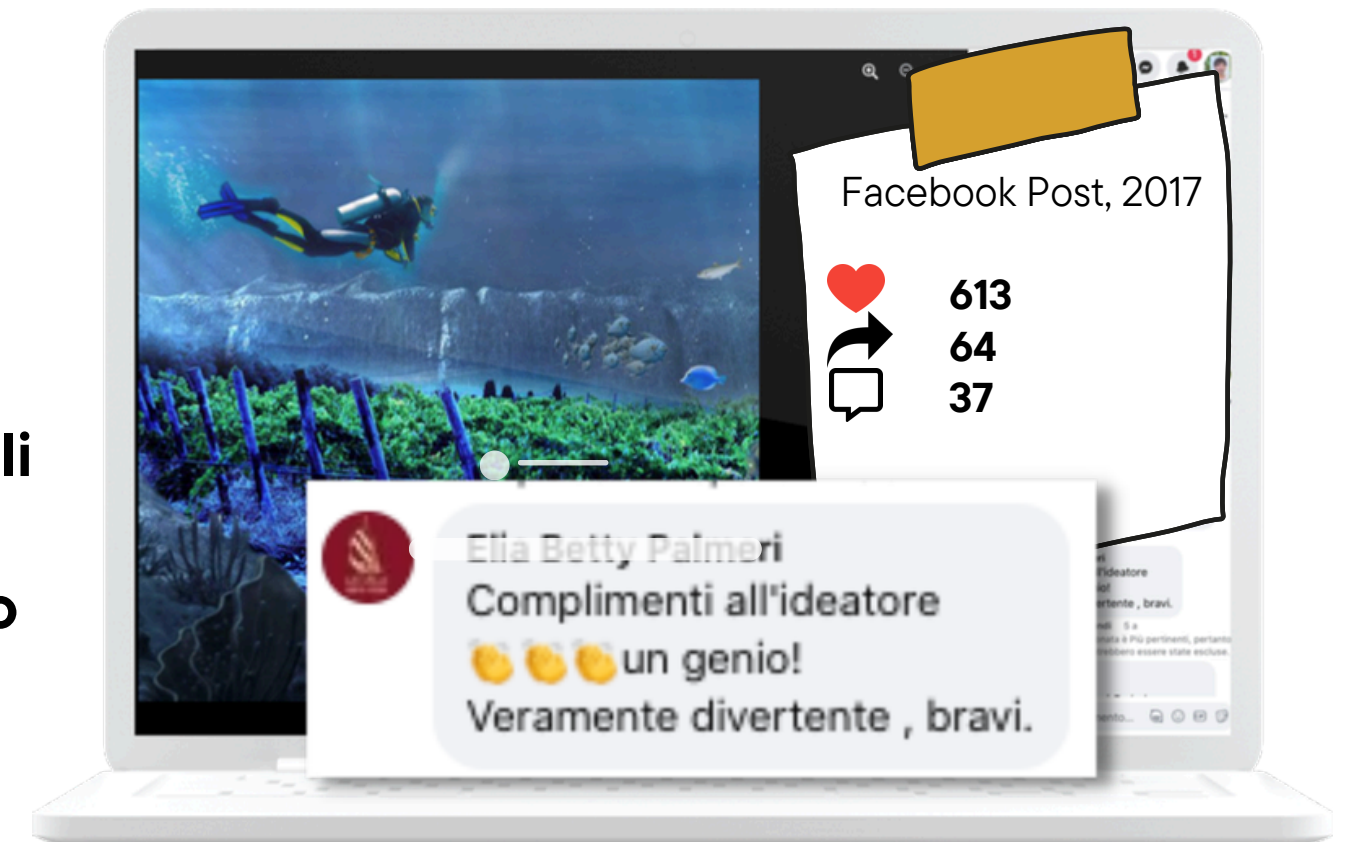
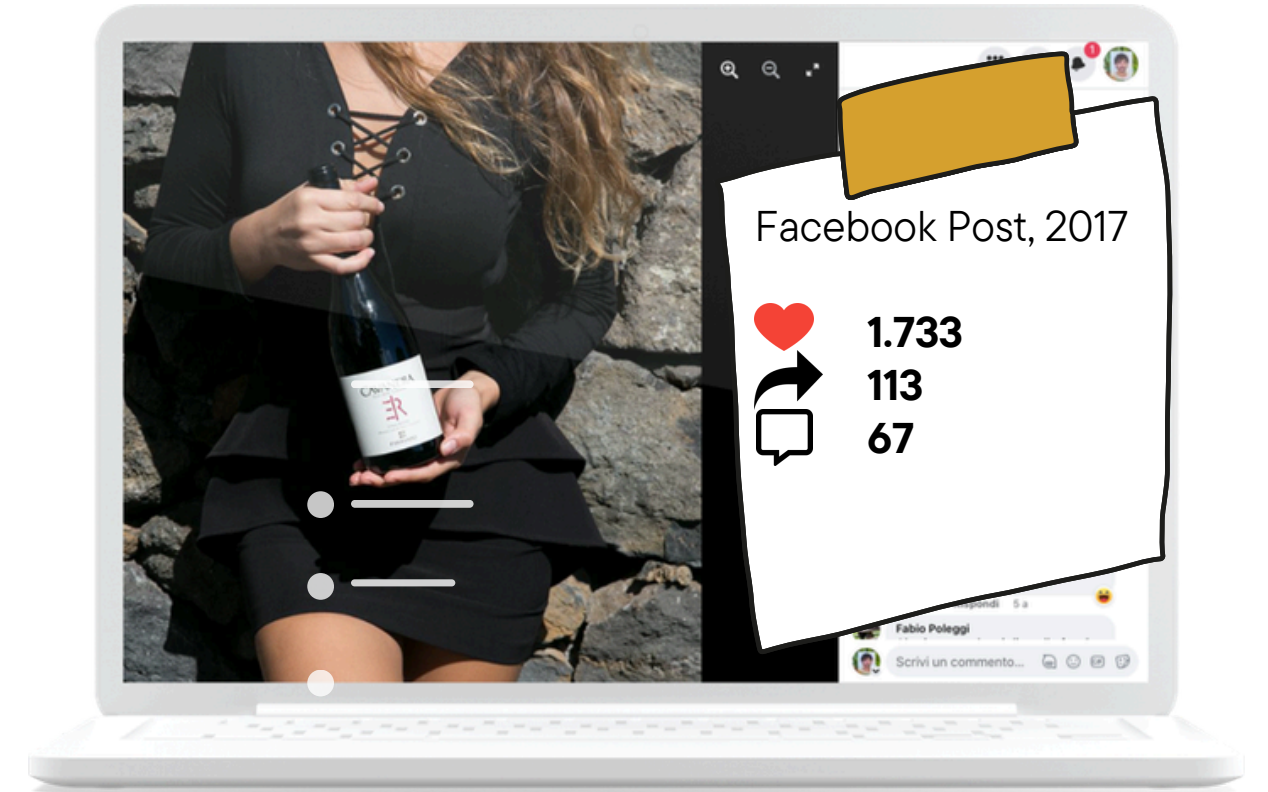
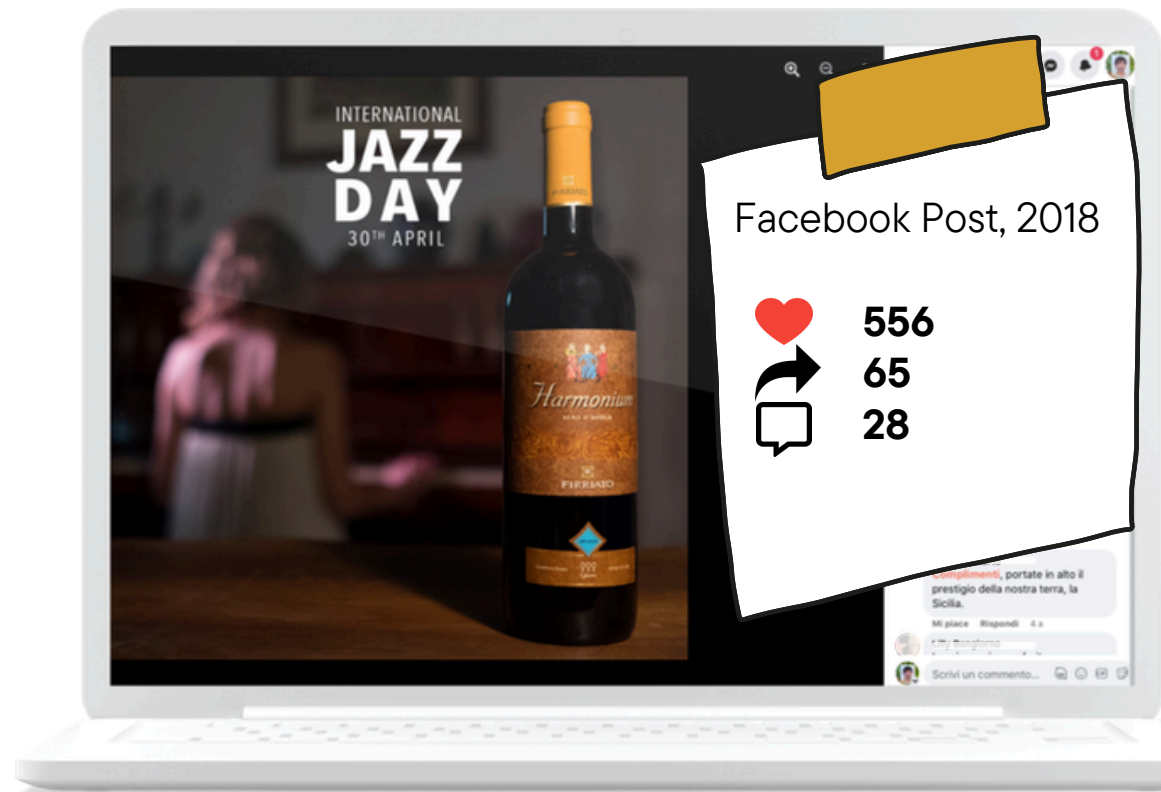
La **campagna “Charme”**, avviata nel **2018** e protratta fino al **2019**, ha generato risultati straordinari: dopo le prime attività di comunicazione, le **vendite sono passate da 40.000 a oltre 700.000 bottiglie in un solo anno**, rendendo Charme **il vino bianco più venduto in Sicilia**.

Oggi, con **oltre 1,2 milioni di bottiglie prodotte ogni anno**, Charme continua a rappresentare **la perfetta sintesi tra territorio, stile di vita e gusto**, affermandosi come **il vino bianco più consumato dell'isola** e un **punto di riferimento per il marketing esperienziale nel settore vinicolo italiano**.

3.12 SOCIAL MEDIA STRATEGY

In qualità di **Direttore Marketing e Comunicazione di Firriato**, mi sono occupato di **delineare e sviluppare la strategia integrata di comunicazione e marketing** per il brand e per le sue **strutture ricettive di eccellenza**, tra cui **Cavanera Etnea** sull'Etna e **Baglio Soria** a Trapani, curando anche il posizionamento e la promozione del relativo **servizio di hotellerie e ristorazione**.

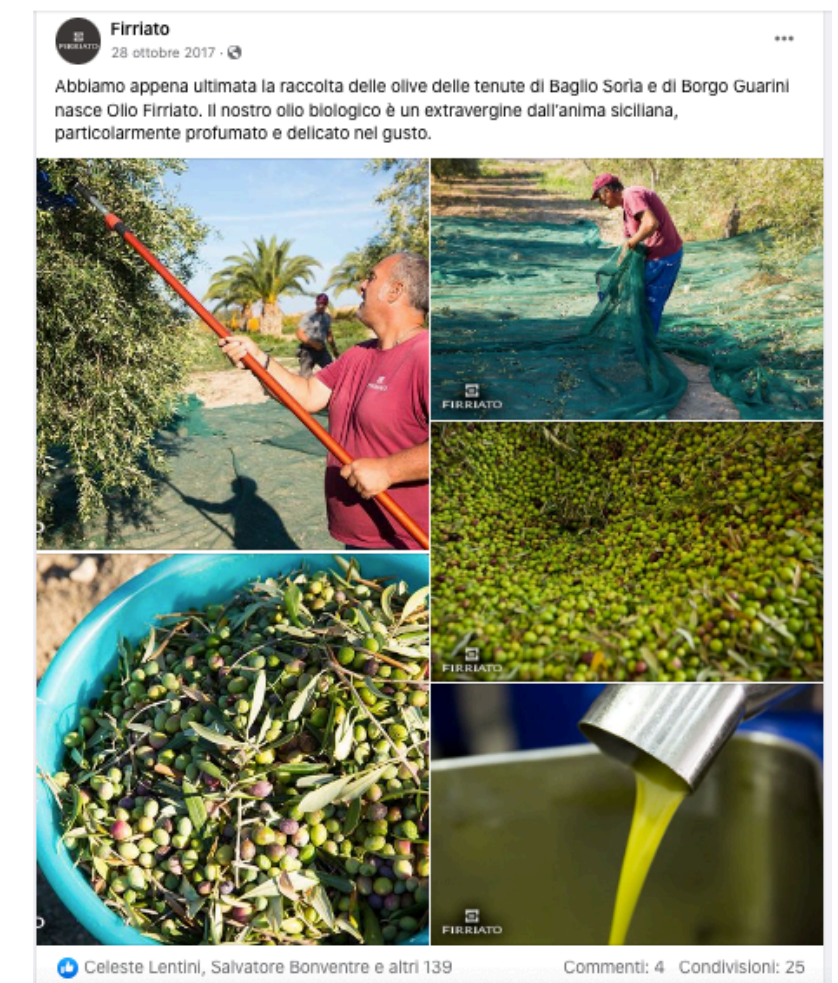
Ho lavorato in stretta sinergia con **agenzie pubblicitarie, fotografi e società di produzione audio-video**, coordinando ogni fase creativa — dalla **concezione dei concept visivi** alla **realizzazione di campagne promozionali e contenuti multimediali** — per garantire una **comunicazione coerente, emozionale e di alto profilo** in linea con i valori e l'identità del brand Firriato.



3.13 BLOG, STORYTELLING, COMUNICATI STAMPA e TRADE MARKETING

Ho curato la **redazione dei testi corporate, del blog e dei comunicati stampa**, coordinando l'**ufficio stampa** e una risorsa dedicata.

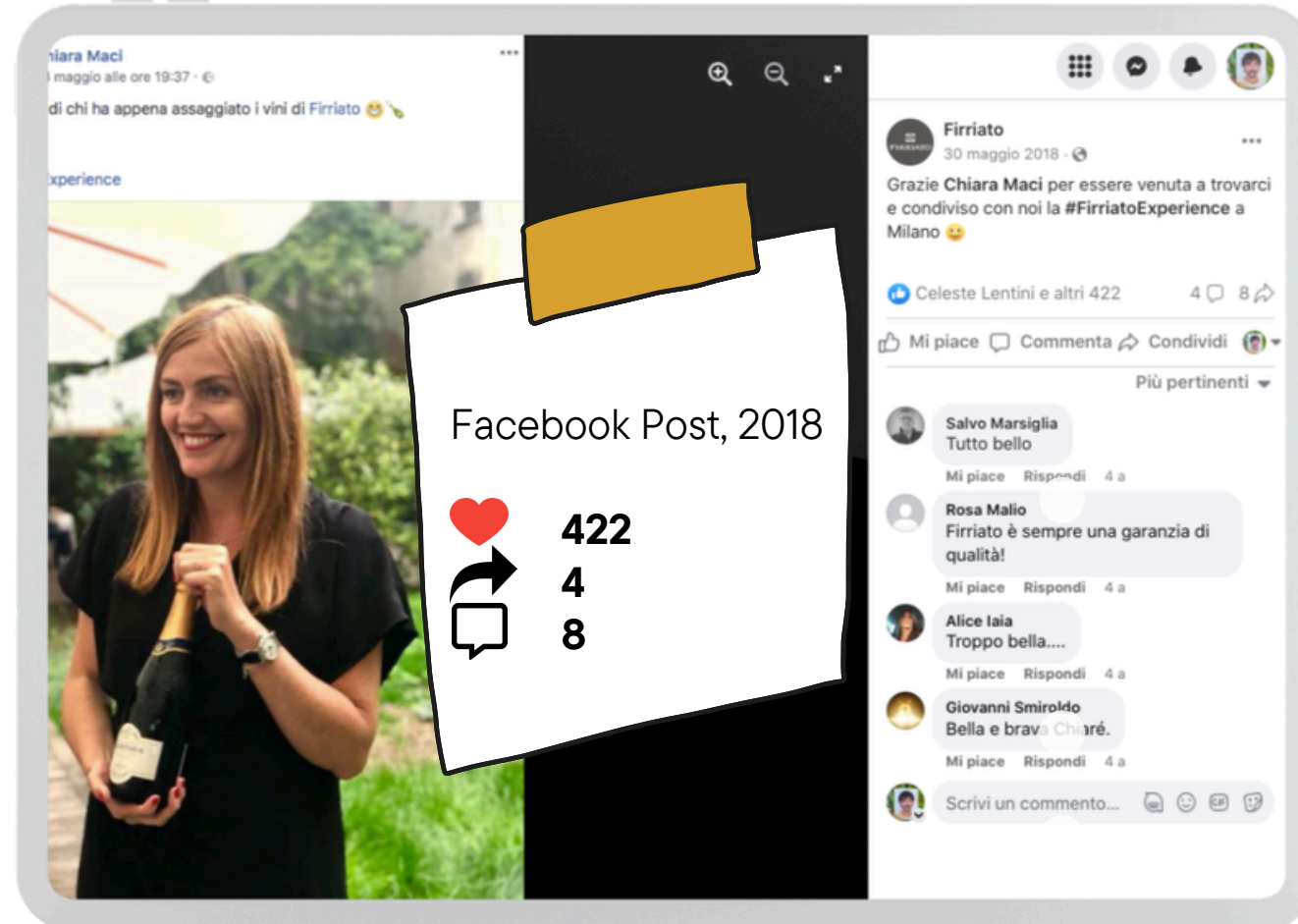
Mi sono occupato inoltre delle **attività di trade marketing**, sviluppando contenuti e materiali di supporto per la rete commerciale e gli eventi.



3.14 INFLUENCER AND STRATEGY MANAGMENT

Ho gestito la **rete di influencer e ambassador** di Firriato, coordinando collaborazioni con **Chiara Maci, Sara Priolo** e numerosi **micro-influencer** del settore food & wine.

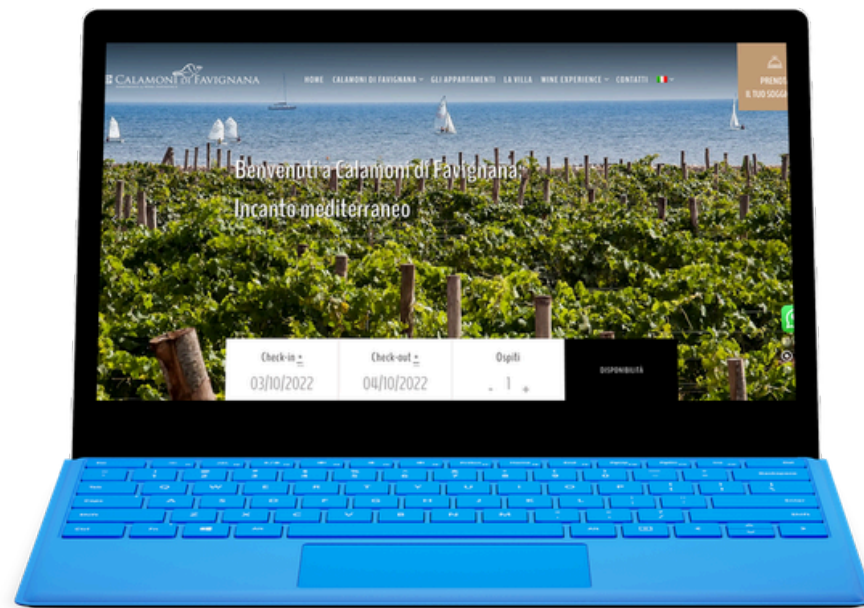
Mi sono occupato di **negoziare le partnership**, pianificare le **azioni di comunicazione** e mantenere **relazioni continuative**, costruendo una rete sempre aggiornata e strategica per la **visibilità e il posizionamento digitale del brand**.



3.15 SEO, SEM, WEB USABILITY & ARCHITECTURE

Ho **gestito lo sviluppo dei siti web dell'azienda Firriato** e delle strutture ricettive **Cavanera Etnea, Baglio Soria e Calamoni di Favignana**, curandone **SEO, architettura e strategia dei contenuti**.

Ho condotto una **ricerca avanzata di keyword** (short e long tail) per l'indicizzazione, coordinato la **creazione di contenuti settimanali per il blog** e supervisionato l'intero processo editoriale e tecnico.



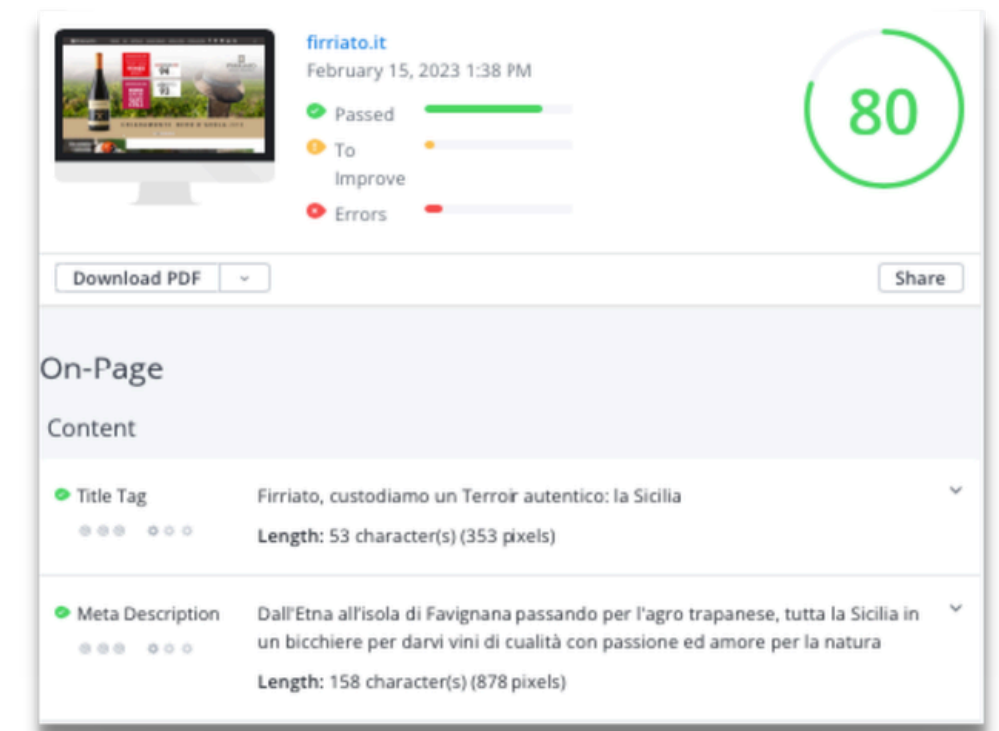
[FIRRIATO.IT](http://firriato.it)



[CALAMONI.IT](http://calamoni.it)

[BAGLIOSORIA.IT](http://bagliosoria.it)

[CAVANERA.IT](http://cavanera.it)



3.16 APP & TRADE MARKETING

Ho **realizzato media kit** che evidenziavano le principali **analisi e metriche di marketing**, sviluppato **etichette basate su tecniche di neuromarketing** e creato **cataloghi prodotto e applicazioni digitali** a supporto della **rete vendita nazionale**.

Il mio lavoro ha contribuito a **rafforzare gli strumenti commerciali** e a migliorare l'efficacia delle attività di promozione e comunicazione tra marketing e forza vendita.



3.17 SOCIAL NETWORKS COMUNITY

facebook

LinkedIn YouTube



FIRRIATO	100K	20K	2K	500	3K
BAGLIO SORIA	21K	2K			
CAVANERA	5K	2K			
CALAMONI	N/B	N/B	N/B	N/B	
CHARME		500			

3.18 **CALICI DI STELLE 2019 - 2018**



Calici di Stelle Soria, 2019

SOLDOUT

People who responded to the event: **7.249**

LINK:

<https://www.facebook.com/events/2325736517683456/>



Calici di Stelle Etna, 2019

People who responded to the event: **5.023**

LINK:

<https://www.facebook.com/events/2319556738130383/>



Calici di Stelle, 2018

SOLD OUT

People who responded to the event: **5.027**

LINK:

<https://www.facebook.com/events/155807758524422/>

3.19 **CALICI DI STELLE 2017 - 2015**



Calici di Stelle, 2017

People who responded to the event: **1.786**

LINK:

<https://www.facebook.com/events/206578836537715/>



Calici di Stelle, 2016

People who responded to the event: **3.106**

LINK:

<https://www.facebook.com/events/1633300633663299/>



Calici di Stelle, 2015

People who responded to the event: **1.028**

LINK:

<https://www.facebook.com/events/433104053544519/>

3.20 BACKSTAGE





MARKETING & COMMUNICATION DIRECTOR

Dal 2022 al 2023

GRUPPO MANCUSO

- Mancuso 1958
- Sicily Food
- Le gelaterie Mancuso 1920

Aragona, Sicilia

4.1 GRUPPO MANCUSO

Il **Gruppo Mancuso** è una realtà leader nel settore **agroalimentare e GDO**, con un fatturato complessivo di circa **80 milioni di euro** e una presenza consolidata nei canali **GDO, GD e Ho.Re.Ca.**

L'azienda si articola in diverse divisioni specializzate:

- **Sicily Food** – dedicata alla **produzione e distribuzione di prodotti ittici freschi e surgelati** (salmone, tonno, spada), partner di riferimento per i principali marchi della grande distribuzione italiana ed europea.
- **Mancuso 1958** – brand premium del gruppo, focalizzato sulla **gastronomia di alta gamma** e i prodotti selezionati del territorio siciliano, presenti in 32 supermercati in Italia e all'estero
- **Mancuso Gelaterie 1920** – catena storica di **gelaterie artigianali di tradizione siciliana**, oggi in espansione sul territorio nazionale, 3 gelaterie a Roma, 2 a Milano, 1 a Firenze
- **Mancuso Gelato / Fish & Fine** – linee di **prodotti retail e horeca** che uniscono innovazione e artigianalità, ambasciatrici del gusto siciliano contemporaneo.



4.2 MANSIONI

- Definizione e implementazione della **strategia di marketing e comunicazione** per tutti i brand del Gruppo Mancuso.
- **Pianificazione e gestione del budget marketing e ADV** su tutti i canali on/offline.
- **Analisi di mercato e benchmark** per il posizionamento competitivo nei canali GDO e Ho.Re.Ca.
- **Supervisione del rebranding** e della nuova identità visiva del Gruppo Mancuso.
- **Direzione creativa e sviluppo del packaging design** per linee proprie e private label (Sicily Food).
- **Gestione del social media manager e delle attività digital e social media** (SEO, SEM, DEM, Google & Meta Ads).
- **Ideazione di campagne AI-based** e strategie innovative di comunicazione.
- **Coordinamento di agenzie, Grafica, PR e media buying** per campagne nazionali e internazionali.
- **Organizzazione di eventi, fiere e attività promozionali**, in sinergia con i partner commerciali.
- **Integrazione di strumenti di Intelligenza Artificiale** nei processi creativi e di marketing del team.

4.3 **RISULTATI CHIAVE**

Lancio di nuovi prodotti come *Dessert di Sicilia* e *Gelato Zero*, con forte impatto mediatico e commerciale.

Rebranding del packaging delle linee ittiche (*Salmone, Tonno, Pesce Spada*) di **Sicily Food** e sviluppo di packaging per **private label**.

Aumento del traffico organico e posizionamento SEO del sito aziendale, con miglioramento della visibilità e ranking.

Crescita della community social: da **20.000 a 40.000 follower** per *Mancuso Gelaterie 1920*, con **engagement mensile** aumentato da **1.500 a 4.000 interazioni**.

Implementazione di AI e data analytics nei flussi di marketing e nella produzione creativa.

Creazione del logo e dell'identità corporate del Gruppo Mancuso, separando la **comunicazione istituzionale** da quella di prodotto.

Studio di mercato e analisi strategica del settore ittico, a supporto dello sviluppo commerciale e export.

Campagne pubblicitarie internazionali per brand e prodotto, rafforzando la percezione premium del Gruppo sui mercati esteri.

Consolidamento del Gruppo come **uno dei principali player del settore food e gelato artigianale in Sicilia** e nel Sud Italia.

4.4 NUOVO PRODOTTO “DESSERT DI SICILIA”

In collaborazione con il team Ricerca & Sviluppo, dopo un'analisi e studio di mercato, ho supervisionato la **creazione, il packaging ed il lancio dei nuovi “Dessert di Sicilia”** destinati al mercato USA.

Il prodotto è stato inserito nella **catena n.1 Costco del settore alimentare negli USA**, con un **fatturato aggiuntivo di oltre 3 milioni di euro annui**.

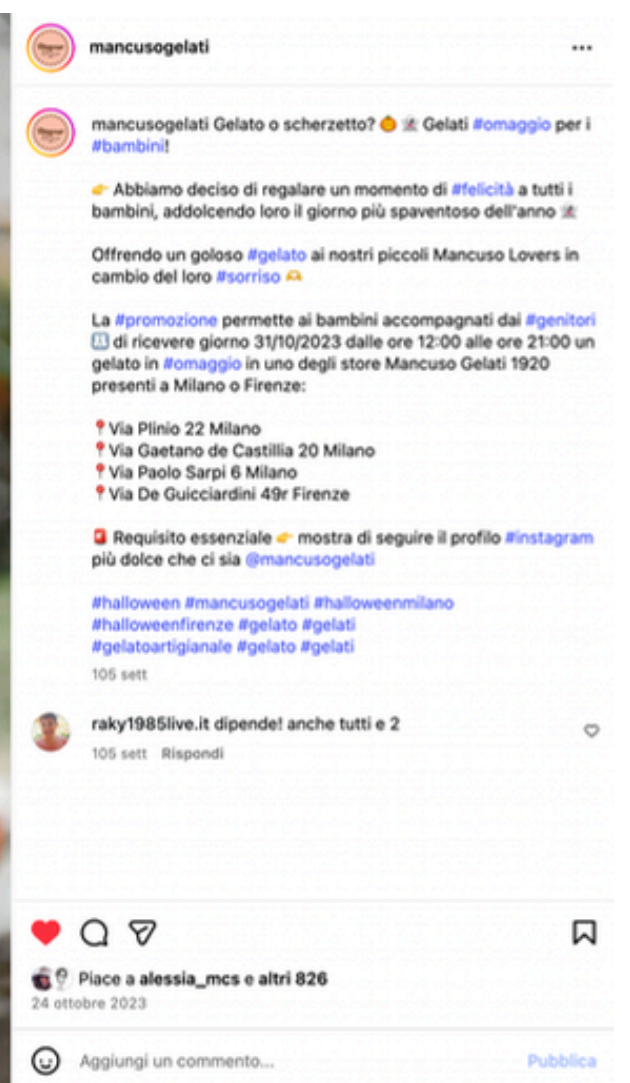
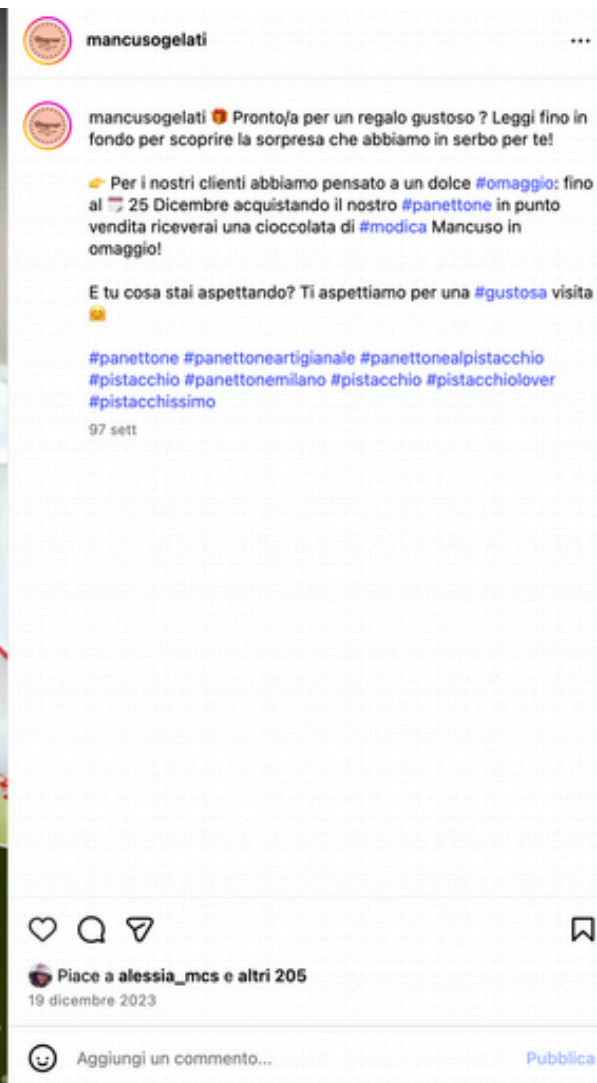


COPPA DA SCATTARE

4.5 SOCIAL MEDIA STRATEGY

Dopo un'attenta analisi del mercato, ho **ridefinito la strategia di comunicazione** introducendo il format *"Il gelato del mese"* e campagne mensili di engagement.

L'integrazione tra comunicazione **digitale e in-store** ha portato risultati eccellenti: **+200% di engagement**, **+15% di fatturato** nei punti vendita e **community Instagram raddoppiata**.

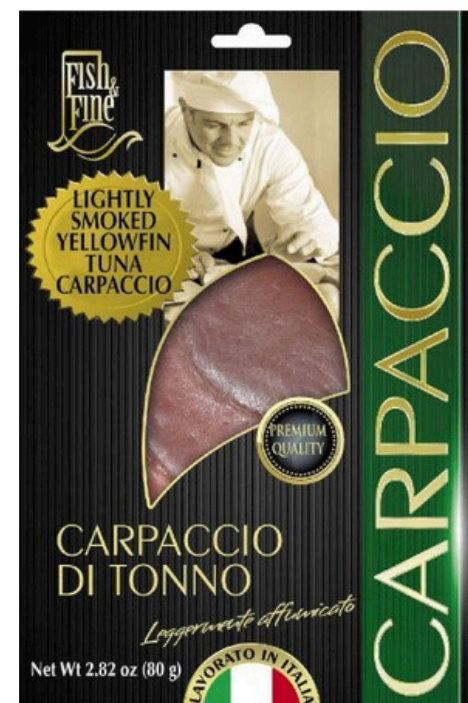


4.6 REBRANDING E REPACKAGING “Fish & Fine”

Linea di punta a marchio proprio di **Sicily Food**, “Fish & Fine” necessitava di un restyling del logo e del packaging.

Dopo un’approfondita analisi di mercato, ho guidato la creazione di un **nuovo design premium e contemporaneo**, in linea con i macchinari produttivi e con il posizionamento **lusso nel mondo ittico**.

PRIMA



DOPO



4.7 CAMPAGNA “I SIGNORI DEL PESCE”

In collaborazione con il team creativo e l’AI, abbiamo sviluppato una **campagna dirompente** che rompeva gli schemi della comunicazione tradizionale del settore ittico.

Volti umani con tratti “da pesce”, ispirati a personaggi di Scozia, Norvegia e Irlanda, hanno reso il messaggio ironico e memorabile.

La campagna, diffusa su **cartellonistica e canali digitali**, ha incluso **video virali in dark posting** che hanno generato grande curiosità e condivisione.



4.8 CAMPAGNA “GELATO ZERO”

Ho coordinato una **campagna nazionale di affissione** per il lancio di *Gelato Zero*, con un investimento di **circa 140.000 €** nelle principali città italiane, in prossimità dei supermercati.

L'operazione ha generato un **incremento di 1 milione di euro di fatturato**, consolidando la presenza del prodotto nel segmento “healthy indulgence”.



4.9 STAND E FIERE

Ho curato **l'iscrizione, la progettazione e l'allestimento degli stand espositivi** in collaborazione con il team tecnico e gli ingegneri, rappresentando il **Gruppo Mancuso e Sicily Food** alle principali **fiere italiane dell'alimentare** — tra cui **Marca Bologna, Cibus Parma e TuttoFood Milano** — contribuendo al rafforzamento della rete commerciale nazionale.

A livello internazionale ho **coordinato e gestito la presenza aziendale** a eventi di rilievo come il **Seafood Expo Global (Bruxelles/Barcellona)**, la **fiera agroalimentare Anuga (Germania)** e la **Foodex Japan (Tokyo)**, promuovendo i prodotti del gruppo presso **buyer, distributori e partner strategici**.





MARKETING & COMMUNICATION DIRECTOR

Dal 2024 al 2025

DULAC FARMACEUTICI

Torino, Piemonte

Linkedin

<https://www.linkedin.com/in/pietrovalenti/>

E-mail

pietrovalenti.cv@gmail.com

Telefono

+39 327 1864751

