



Brève biographie de Luca Poma

(CV mis à jour en juillet 2013)

Début des activités professionnelles : 1990)

Luca Poma est un journaliste et un conseiller en « ingénierie de la réputation », basée sur des projets de communication non conventionnelle on-line et off-line, la stratégie des médias numériques, la responsabilité sociale d'entreprise et la prévention en amont des scénarios de crise.

Membre professionnel de la FERPI - Fédération des Relations Publiques et Institutionnelles -, il est membre de la direction du « Club Communication d'entreprises » de l'Union industrielle de Turin.

Il enseigne la communication au niveau du Master 1 « Systèmes sanitaires » de l'Université de Milano Bicocca et la stratégie de communication numérique au Masters « Communication d'entreprise et relations institutionnelles » (Rome) et « Communication et médias numériques » (Milan) de la Business School du Sole 24 Ore.

Il a participé en tant que professeur et conférencier à cent trente-deux conférences et séminaires en Italie.

Auteur du groupe *Il Sole 24 Ore*, il a publié pour différents éditeurs huit livres et plus de cent cinquante articles et essais, dont « Réseaux neuronaux complexes » et « Gestion de crise : comment communiquer les crises ».

Il a accordé deux cent cinquante interviews aux médias de la télévision et de la presse écrite, le blogueur Biagio Oppi le signale parmi « les 50 visages italiens de communication ».

Pour ses projets de communication multilatérale il a reçu en 2007, le prix *Targa d'argento* du Président de la République italienne et en 2011 le Prix des affaires publiques pour « l'excellence en communication », décerné dans la salle capitulaire du Sénat de la République.

Il a contribué à la planification des stratégies de communication de la Marche Mondiale pour la Paix (www.marciamondiale.org), une initiative sociale de sensibilisation à la violence qui s'est déroulée - avec plus de 300 événements - sur 190 000 km, dans 98 pays à travers le monde.

Il a travaillé sur des projets développés au Bénin, en Jordanie, Inde, Suisse, France, Allemagne, Grande-Bretagne, au Luxembourg, à Monaco, au Kenya, Brésil, Maroc, en Tanzanie, Malaisie, Uruguay, Argentine, Russie, Roumanie, Hongrie, Chine, à Taiwan, aux Émirats Arabes Unis et en Colombie.

Son travail a fait l'objet d'études à l'Université Bocconi de Milan et dans quatre autres universités italiennes où des mémoires de Master ont été soutenus sur son activité et sur ses stratégies d'affaires publiques et de communication.

Dans le gouvernement Monti (XVI^{ème} législature) il a été conseiller du Ministre des affaires étrangères de la République italienne, pour lequel il a rédigé le plan stratégique de communication MAECOM 2013 et il a coordonné les activités de présence sur le web 2.0 du Ministère ainsi que les opportunités les plus innovantes pour la promotion et la visibilité publique.

Depuis avril 2013, il est membre du groupe de travail pour la politique de communication stratégique du Ministère de la Défense.

Il est conseiller en relations publiques et internationales pour l'agence de photos et de journalisme Magnum Photos.

« Comme nous le rappelle Jan Jukes, un banc de sardines est constitué de dizaines de milliers de poissons et forme un ensemble plus grand qu'une baleine. En dépit des apparences, la conduite du banc n'est cependant jamais complètement homogène : à un moment donné, une petite minorité nage à contre-courant pour changer de direction et modifier la tendance établie. Cette attitude de désordre crée un malaise dans le banc, mais un nombre croissant de sardines prêteront attention à la nouvelle tendance. Dès que 20 % à peine d'entre elles seront convaincues que la nouvelle direction est meilleure que l'ancienne, un mécanisme automatique se déclenchera faisant que tout le banc changera en même temps de direction et prendra étonnamment la nouvelle route ... ».