



Stefano Rolando

Professore universitario, manager in istituzioni e imprese, saggista.

Dirige l'*Osservatorio sulla comunicazione pubblica, il public branding e la trasformazione digitale* all'Università IULM di Milano, presso cui insegna *Teoria e tecniche della comunicazione pubblica e Public Branding*.

È stato presidente di *Comitato Brand Milano* (2012-2016) poi trasformato in *Associazione Brand Milano*.

Nel quadro di precedenti esperienze, è stato direttore generale e capo *Dipartimento Informazione ed Editoria* alla Presidenza del Consiglio dei Ministri e direttore generale del Consiglio regionale della Lombardia.

È stato dirigente della Rai e dell'Olivetti e direttore generale dell'Istituto Luce.

È presidente del *Club of Venice*, network dei responsabili della comunicazione dei governi e delle istituzioni europee.

È membro del cd nazionale di *Più Europa*.

Tra le pubblicazioni recenti:

Il dilemma del re dell'Epiro. Vinta o persa la guerra per la comunicazione pubblica in Italia?

(con S. Sepe, Editoriale Scientifica, 2018), *Atlante Brand Milano* (Mimesis, 2017)

Comunicazione poteri e cittadini – Tra propaganda e partecipazione (EGEA, 2015)

Citytelling- Raccontare identità urbane, il caso Milano (EGEA 2014).