

Cecilia Brizzi

Giornalista, imprenditrice e consulente strategica della comunicazione

Da quasi quarant'anni lavora nel mondo della comunicazione, degli uffici stampa e delle media relations, accompagnando **aziende, istituzioni, associazioni e organizzazioni** nella costruzione di strategie fondate sulla qualità dei contenuti, delle relazioni e delle parole.

La comunicazione fa la differenza. Quando lascia tracce, non rumore.



Dalle Parole alle Radici: Un Mestiere Nato per Caso

Un mestiere nato dalle parole

Il rapporto con la scrittura nasce molto prima dell'attività professionale. Figlia di uno scrittore, Cecilia cresce in un ambiente nel quale le parole hanno peso, memoria e conseguenze. Il legame con **Anghiari**, in Toscana, appartiene profondamente alla sua storia familiare e personale: qui affondano le radici della sua famiglia, qui si è sposata e qui, nel **1988**, prende forma il suo primo vero incontro con il lavoro dell'ufficio stampa.

In quell'anno viene pubblicato il primo romanzo del padre e Cecilia decide di seguirne la comunicazione. Da quell'esperienza nasce quasi per caso la scelta di trasformare l'ufficio stampa nella propria professione. Un passaggio decisivo è l'incontro a Roma con **Ruggero Orlando**, figura storica del giornalismo italiano, dal quale resta un principio destinato ad accompagnare tutto il suo percorso: *la comunicazione deve lasciare tracce, non produrre rumore.*

Dall'esperienza professionale a Brizzi Comunicazione

Cecilia Brizzi inizia la propria attività professionale nel **1988** ed è iscritta all'Ordine dei Giornalisti dal **1995**. È laureata in Scienze Politiche presso l'Università degli Studi di Roma "La Sapienza". Negli anni successivi matura esperienze in realtà consolidate della comunicazione romana, tra cui **Comarca** e **Censis**, dove l'ufficio stampa aveva un ruolo centrale e strategico.

Nel **2002** fonda insieme alla sorella Monica **Brizzi Comunicazione S.r.l.**, dando forma imprenditoriale strutturata all'attività iniziata quattordici anni prima. Il principio guida rimane costante: ogni progetto deve essere costruito sulle caratteristiche reali del cliente. Cecilia definisce questo approccio **comunicazione sartoriale**: nulla di standardizzato, ma strategie, contenuti e relazioni costruiti su misura, nel rispetto del cliente, dei giornalisti e del pubblico.

1988

Inizio attività

Primo ufficio stampa professionale

2002

Fondazione S.r.l.

Brizzi Comunicazione con la sorella Monica

500+

Progetti seguiti

Nel corso di quasi quarant'anni di attività

Comunicare Temi Complessi e Formare i Professionisti

Comunicare temi complessi

Una parte rilevante del percorso professionale di Cecilia Brizzi riguarda ambiti nei quali la comunicazione richiede particolare attenzione alla precisione, alla sensibilità e al linguaggio. Nel mondo cattolico e del non profit ha maturato un'esperienza **ultratrentennale**, lavorando su campagne nazionali e territoriali legate alla solidarietà, alla trasparenza e alla valorizzazione di storie e progetti sociali.

Tra le collaborazioni più significative rientrano quelle legate al sostegno economico alla Chiesa cattolica, comprese le attività di comunicazione delle campagne **8xmille** e **Uniti nel dono**. L'esperienza si estende alla comunicazione medico-scientifica e sanitaria, alle associazioni di categoria, all'economia, alle istituzioni, alla cultura e al turismo. Tra le realtà seguite nel tempo figurano, tra le altre, **Operation Smile** e **SIMLA**.

Ufficio stampa &
media relations

Comunicazione
istituzionale

Sanità & medico-
scientifico

Terzo Settore & mondo
cattolico

Economia &
associazioni

Cultura & turismo

L'esperienza trasformata in metodo

Per molti anni Cecilia Brizzi ha affiancato all'attività professionale un'intensa esperienza di docenza e formazione. Ha insegnato comunicazione d'impresa, tecniche di ufficio stampa, digital media relations e organizzazione presso realtà formative e istituzioni tra cui **24ORE Business School, Luiss Management, IED Comunicazione, Gema Business School, Formez, Cisel Maggioli, CEI e AIOP**.

La formazione ha rappresentato una naturale estensione del lavoro d'agenzia: non teoria separata dalla pratica, ma trasferimento di un metodo costruito sul campo.

La notizia non si fabbrica. Va riconosciuta nei fatti, verificata, costruita con rigore e proposta ai giornalisti rispettandone tempi, competenze e autonomia.

Le Parole come Responsabilità: Dall'Esperienza all'Innovazione

Il metodo: la comunicazione come atto di rispetto

Il metodo professionale di Cecilia Brizzi parte da un'idea precisa: **la comunicazione è un atto di rispetto**. Rispetto per il **cliente**, perché affida all'agenzia la propria reputazione e merita strategie costruite sui fatti, non promesse artificiali. Rispetto per i **giornalisti**, non destinatari anonimi di mailing list, ma interlocutori professionali con tempi, competenze e responsabilità proprie. Rispetto per il **pubblico**, perché chi riceve un messaggio merita contenuti autentici, comprensibili e mai costruiti artificialmente. Rispetto per le **storie**, soprattutto quando riguardano salute, fragilità, disagio sociale e solidarietà, dove efficacia ed etica non possono essere separate.



Rispetto per il Cliente

Strategie costruite sui fatti, non promesse artificiali. La reputazione del cliente è un bene da custodire con cura.



Rispetto per il Pubblico

Contenuti autentici, comprensibili e mai costruiti artificialmente per chi riceve il messaggio.

Oggi: dall'esperienza all'innovazione

Il percorso professionale di Cecilia non è rimasto fermo ai modelli tradizionali dell'ufficio stampa. Nel tempo **Brizzi Comunicazione** ha progressivamente affiancato alle media relations attività editoriali, web advertising, social media, contenuti digitali e storytelling.

Nel **2024**, insieme a Walter de Georgio, nasce **Brizzi Comunicazione Lab**, progetto dedicato allo studio e all'applicazione dell'intelligenza artificiale e delle nuove tecnologie nei processi della comunicazione. Per Cecilia esperienza e innovazione non sono alternative: la tecnologia può velocizzare attività e ridurre il lavoro ripetitivo, ma non sostituisce il giudizio, la sensibilità e la responsabilità del professionista.

❑ Dal telex al tweet, fino all'intelligenza artificiale: cambiano gli strumenti, ma resta centrale l'occhio del comunicatore.



Rispetto per i Giornalisti

Interlocutori professionali con tempi, competenze e responsabilità proprie, non destinatari anonimi di mailing list.



Innovazione Responsabile

Brizzi Comunicazione Lab, 2024: AI e nuove tecnologie al servizio della comunicazione, senza sostituire il giudizio umano.