

## **Roberto Basso**

Dopo la laurea in Scienze Politiche all'Università di Torino, mi sono occupato di comunicazione d'impresa sia all'interno delle aziende (gestendo campagne di comunicazione di successo come la quotazione in borsa del gruppo Finmatica alla borsa di Milano, che registrò +700% al primo giorno di negoziazione) sia in qualità di consulente strategico. Nel corso degli anni ho ricoperto diversi incarichi manageriali, occupandomi di crisis management e di turn-around, anche in Francia.

Ho diretto diverse società demoscopiche (tra cui la GPF di Giampaolo Fabris, maggiore sociologo dei consumi italiano) e di consulenza politico-istituzionale, occupandomi in prima persona di marketing politico-elettorale, maturando esperienze specifiche nel campo della creazione del consenso (tra l'altro, come campaign manager per il candidato vincente alle elezioni comunali di Milano nel 2011).

In ambito istituzionale ho ricoperto l'incarico di Consigliere per la comunicazione istituzionale del Ministro per la Coesione territoriale, per il quale ho seguito progetti innovativi nel campo della democrazia partecipativa come la realizzazione di [OpenCoesione.gov.it](http://OpenCoesione.gov.it). Da maggio 2013 sono stato portavoce del Ministro dell'Economia e delle Finanze e attualmente sono Direttore della comunicazione istituzionale del dicastero.

Alcuni miei saggi sono stati pubblicati in rassegne scientifiche di sociologia e di diritto e in volumi collettanei, e nel 2009 ho pubblicato per i tipi di Rubbettino l'esito di una ricerca sull'incrocio delle competenze tra settore privato e pubblico ("Sindaci imprenditori. Viaggio tra le storie di 300 italiani che guidano Comune e impresa").

Da luglio 2017 sono Presidente di Consip SpA e nello stesso anno sono stato designato per il Comitato per la programmazione e il coordinamento attività di educazione finanziaria con l'obiettivo di apportarvi competenza ed esperienza nel campo del coinvolgimento dell'opinione pubblica. È infatti evidente che nonostante l'impegno di istituzioni pubbliche e operatori privati le numerose iniziative intraprese nel campo dell'educazione finanziaria hanno registrato un impatto insufficiente perché non si sono orientate in modo adeguato alla maggioranza dell'opinione pubblica. Questa è la sfida più importante che il Comitato ha deciso fin dall'inizio di affrontare con determinazione: diffondere presso tutta la popolazione le conoscenze minime necessarie a fare scelte consapevoli in campo finanziario.

