

09/09/2025 15:13



Mercato

# Debutta Humans&Data, la nuova agenzia di marketing e comunicazione basata sul concetto di "sensemaking" guidata dal CEO Michael Berger

La nuova agenzia combina Big Data, AI e innovazione tecnologica con la sensibilità e l'intuizione umane. Con un focus su impatto ambientale e trasformazioni sociali, l'agenzia si posiziona come partner strategico per PMI, società e aziende B2B che intendono mettere al centro le comunità.

Nasce **Humans&Data**, la nuova agenzia di marketing e comunicazione che mette al centro le persone e i dati. Humans&Data si propone di combinare Big Data e innovazione tecnologica con la sensibilità e l'intuizione umane, per posizionarsi come **partner per PMI, grandi società e aziende del settore B2B protagoniste del bene comune**, che vogliono migliorare la qualità di vita delle persone - anche attraverso azioni di sostenibilità sociale - e valorizzare la loro mission attraverso **una strategia di comunicazione** unica.

Al centro della strategia c'è il concetto di **"sensemaking"**, ovvero la volontà di costruire un nuovo tipo di comunicazione, capace di mettere le persone al centro, per aiutarle a **ritrovare significato e valore nei brand**.

**Humans&Data** offre **insight strategici** per anticipare tendenze e affrontare le trasformazioni sociali. L'offerta di Humans&Data si fonda infatti su un'alleanza strategica con il cliente, basata su tre pilastri: **dati, strategia e immaginazione**. Il percorso inizia con un'analisi +, dove i dati proprietari dell'agenzia vengono incrociati con quelli del cliente per estrarre insight, fondamentali per riorganizzare e valorizzare un brand. Con un approccio che serve già **settori** chiave del PIL italiano come **il finanziario, l'energetico, l'edilizio, l'automotive e la grande distribuzione**, Humans&Data si distingue per la sua anima ibrida: un know-how internazionale, ereditato da esperienze in contesti globali, messo al servizio del **tessuto imprenditoriale italiano**, con un focus sulle PMI.

Il nome dell'agenzia, *Humans&Data*, riflette **la sua essenza e l'approccio multidisciplinare**. Se la componente **Humans** lavora per migliorare la qualità di vita delle persone con strategie di comunicazione inclusive, quella **Data** esprime la capacità di leggere e interpretare i dati, per costruire strategie capaci di cogliere le sfide globali, anche attraverso l'uso di tecnologie avanzate, come l'intelligenza artificiale, la realtà aumentata e la realtà virtuale.

A guidare l'agenzia è **Michael Berger** (in foto) in qualità di **CEO**. Imprenditore con oltre 30 anni di esperienza internazionale nella comunicazione omnicanale e nella trasformazione digitale, in Ogilvy Berger ha collaborato a progetti per realtà globali come Ferrero, IBM e American Express e fondato startup di successo. La sua formazione di alto profilo, con specializzazioni in marketing e comunicazione a Oxford con Ogilvy e in AI e innovazione alla London Business School, permette a Humans&Data di emergere nel mercato con un approccio che combina Big Data, innovazione tecnologica e una profonda sensibilità etica e umanistica.

**Michael Berger, CEO di Humans&Data**, spiega: *"Per le imprese che vogliono innovare e avere un impatto positivo su società e ambiente, la chiave è adottare una prospettiva umano-centrica. Per questo, con Humans&Data nasce un nuovo modo di comunicare, che **fonde l'anima delle agenzie di una volta con la potenza dell'innovazione**. Usiamo dati e intelligenza artificiale non come fine, ma come strumento per potenziare l'empatia e la connessione umana. È il nostro 'sensemaking', che rimette le persone al centro della narrazione, ne ascolta i bisogni e li trasforma in strategie che migliorano la vita. Vogliamo essere il partner strategico per quelle realtà che scelgono di lasciare un'impronta positiva e autentica per le comunità e per il pianeta, ad esempio contribuendo a rigenerare società e quartieri"*.

**Come nasce ed evolve Humans&Data** - Humans&Data si è formata grazie alla collaborazione di business e intenti con **Harley&Dickinson**, impegnato da oltre 20 anni nella riqualificazione degli edifici e nella valorizzazione del patrimonio immobiliare, che ha supportato nelle sue iniziative di marketing e comunicazione e con cui condivide la **visione di migliorare la qualità della vita delle persone**. La forte sinergia ha permesso di integrare l'expertise di Harley&Dickinson nella riqualificazione sostenibile con le competenze avanzate di Humans&Data in analisi dei dati, intelligenza artificiale e tecnologie immersive.

Oggi Humans&Data è composta **da 20 specialisti**, organizzati in due dipartimenti principali: "Humans" e "Data". Il team **"Humans"** – guidato da **Roberta Rossi** (ex direttore creativo di Ogilvy) e **Emanuela Taverna** (copy strategist proveniente da Lifegate) – include professionisti dedicati al planning, alla creatività omnichannel e alla gestione dei media, responsabili dello sviluppo di strategie creative e della realizzazione di campagne di comunicazione efficaci. Il team **"Data"** è invece costituito da esperti in strategia, AI e data science capaci di trasformare dati complessi in insight strategici, come **Annalisa Ferrazzi, Strategic Planner e responsabile della divisione ricerche e dati**, autrice di diverse ricerche sul patrimonio edilizio condominiale italiano.

**Dai Big Data alle campagne sul territorio: i servizi di Humans&Data** - La strategia dell'agenzia si traduce in campagne di comunicazione pensate per consolidare l'identità e la presenza dei brand sul mercato e che non privilegiano un solo canale, ma scelgono il mix più efficace: se il digital è fondamentale, l'agenzia crede nella **comunicazione sul territorio**, spingendosi a creare un impatto reale nelle piazze italiane, anche con strumenti tradizionali come l'OOH. Questo perché l'obiettivo finale è andare verso la gente per "ricreare il senso delle cose", con **un approccio che riconosce e valorizza le specificità locali**.

**Strategia e partnership** - Con il lancio ufficiale, **Humans&Data si avvia ora verso una nuova tappa** del suo sviluppo, con l'intento di integrare più profondamente i principi di sostenibilità e responsabilità sociale nelle strategie di marketing e stringere **nuove partnership**. Previsti inoltre investimenti mirati nello sviluppo di nuove tecnologie e l'ampliamento dell'**organico** attirando nuovi talenti.

L'agenzia rafforzerà le collaborazioni già avviate come quelle con **The Fool e The Magician**, società impegnata nel campo della Digital Intelligence, **Press Play**, agenzia di pubbliche relazioni specializzata in attività di media relations, public relations e Inbound PR per la costruzione del branding aziendale e **Datapizza**, partner in data science e intelligenza artificiale con cui sviluppare strumenti e competenze nel campo della data analysis e AI.