

Antonella Di Donato

FORMAZIONE

1978 - 1982	Università L.U.I.S.S. Roma, Italia Laurea in Economia e Commercio (110/110 e lode) Master in Marketing.
1973 - 1978	Diploma di Liceo Classico.

CAREER SUMMARY

Febbraio 2012 - Oggi	EvenBetter - Consulting Founder e Partner
2009 - Gennaio 2012	Unilever, Europa Vice President Savoury Innovation Europe
2007 - 2009	Unilever, Global Vice President Globale Bertolli
2000 -2006	Unilever Italia (Div. Sagit S.p.A.) Direttore Marketing e Sviluppo Surgelati (Findus)
1997 - 2000	Unilever Italia (Div. Sagit S.p.A.) National Account Director Canale Grocery (Gelati/ Surgelati)
1995 - 1997	Unilever Italy (Div. Sagit S.p.A.) Category and Trade Marketing Manager (Canali Retail /Pubblici Esercizi)
1987 - 1995	Unilever Italy (Div. Sagit S.p.A.) Varie posizioni in crescita da Brand Assistant a Marketing Manager (Settore beni di largo Consumo)
1986	Walter Thompson S.p.A. (Agenzia di Pubblicità) Account Manager e Strategic Planner per Brands internazionali (Pepsi, Ford)
1985 - 1986	Colgate Palmolive S.p.A. Junior Brand Manager nell' area dei prodotti per la casa
1982 -1984	Johnson & Johnson S.p.A. Assistant Brand Manager Prodotti cura della persona

POSIZIONE ATTUALE

Febbraio 2012 – oggi **EvenBetter – Consulting Company**
Socio Fondatore

Sono uno dei soci fondatori di EvenBetter, una società di consulenza che ha come obiettivo di aiutare organizzazioni pubbliche e private a migliorare la posizione nel mercato nei confronti di utenti e consumatori e ad aumentarne il potenziale di efficienza e competitivo.

Ciò è realizzato attraverso un forte coordinamento tra attività di planning/strategia e implementazione innovativa e distintiva.

La mia attività e principale area di competenza è inquadrare e identificare opportunità di sviluppo e miglioramento nel medio/lungo periodo e sviluppare insieme ai team interni delle aziende per cui lavoriamo soluzioni innovative, uniche e distintive dal punto di vista dei prodotti, dei sistemi e delle organizzazioni, per un miglioramento della posizione di mercato, dell'immagine della marca o dell'azienda e una crescita delle performance e della cultura interna.

La mia professionalità si basa sulla effettiva esperienza di lavoro in aziende multinazionali orientate al risultato e alle best practices individuate ed implementate nel corso degli anni con le aziende clienti con cui abbiamo lavorato. Ogni lavoro è assolutamente tailor made e tarato sull'azienda, il momento storico contingente e il panorama competitivo specifico.

POSIZIONI PRECEDENTI RECENTI

2009 a Gennaio 2012 **Unilever**
Vice President Savoury Innovation Europe

Responsabile dello sviluppo delle innovazioni dell'Unilever per il principale Brand Food, coordinando gruppi di Sviluppo, Ricerche di Mercato, , Tecnologia, Logistica e Finanza.

Gestione di gruppi multidisciplinare di professionisti, per lo sviluppo di numerosi progetti di razionalizzazione della Supply Chain Europea che hanno consentito di realizzare importanti saving nelle aree produttive.

Responsabile del training di un gruppo di 60 manager allo scopo di generare processi e prodotti innovativi ad alto impatto.

2007 – 2009 **Unilever**
Vice President Global Bertolli Brand Savoury and Olive Oil

Responsabile dello sviluppo, dell'innovazione e dei risultati economici del Brand Bertolli nel mondo. Responsabile delle strategie delle Categorie in tutti i paesi in cui il Brand è presente (Europa, Stati Uniti, Australia), del Business Plan Globale, della definizione delle priorità di Business mix nei paesi, della crescita della quota di Mercato e della Brand Equity a livello globale.

Gestione di team situati in Europa, negli Stati Uniti e in Australia, e risorse di reparti Accounting e Finance, Ricerca e Sviluppo, nonché risorse dedicate a ricerche di mercato.

2000 – 2006 **Unilever Italia (Div. Sagit S.p.A.)**
Marketing and Development Director Frozen Food Business

Responsabile della definizione e della implementazione dei piani di business e della strategia di innovazione per i surgelati in Italia, gestendo le seguenti aree di responsabilità:

- Definizione dei piani operativi annuali, obiettivi di crescita e profitto, target setting.
- Strategia di sviluppo del Brand nel lungo e breve periodo, incluso il programma di stretching del Brand in nuove categorie.
- Definizione dei programmi di innovazione prodotto e leading brands
- Sviluppo della comunicazione, definizione e allocazione delle risorse (budget pubblicitari e promozionali)
- Gestione del portfolio Prodotti
- Coordinamento degli altri reparti aziendali per il raggiungimento degli obiettivi

Nello stesso periodo membro del Board Europeo che coordinava le attività del business Surgelati in Europa.

1998- 2000

Unilever Italia (Div. Sagit S.p.A.)

National Account Director Grocery

Gestione del National Key Account Department , responsabile di tutti i clienti contrattualizzati del canale Retail (circa il 90% del fatturato Grocery dei Gelati e Surgelati dell' azienda).

ALTRE INFORMAZIONI

LINGUE

Inglese parlato e scritto: eccellente

Francese parlato e scritto: scolastico

Roma 12//1/2024