

## **ESPERIENZA PROFESSIONALE**

### **NOMAD FOODS EUROPE**

***Da Marzo 2018***

#### ***Nomad Foods Southern Europe Marketing Director***

- Responsabile delle Attività di Marketing per il cluster Southern Europe con diretta responsabilità per l'Italia e con compiti di coordinamento delle attività ed individuazione delle sinergie con Spagna e Portogallo; i Direttori Marketing dei due paesi sono a riporto con una "dotted line"
- Membro dello European Marketing Leadership Team con il compito di creare l'agenda di Marketing per il Gruppo individuando le priorità strategiche; all'interno del Team ha piena rappresentatività per il cluster Southern Europe

***Giu 14 – Feb 18***

#### ***Marketing Director Findus Italy***

- Membro del Board di Findus Italia (350 mio. di fatturato netto) con riporto al Managing Director
- Membro dei Category Accelerated Teams responsabili della gestione dell'innovazione e della definizione delle priorità di business per le categorie europee
- Responsabile di tutte le attività di Marketing di Findus Italia incluse Innovazione, Media e Digital
- Gestisce uno staff di 15 persone con il riporto diretto di 3 Mktg Manager
- Ha guidato e gestito con successo il riposizionamento del marchio Sofficini con un piano di rilancio a 360° che ha condotto ad una crescita delle vendite a doppia cifra
- Ha guidato e gestito nel 2016 il riposizionamento dei marchi storici di Findus (Capitan Findus e il business dei prodotti "Naturali" vale a dire Minestrone, Piselli e Filetti) riportando alla crescita le vendite di base

***Nov13 – Mag 14***

#### ***Category General Manager Full Meals & Local Assets***

- Responsabile della definizione della strategia Europea per la categoria Full Meals e Local Assets (fatturato 200 mio. Euro)
- Responsabile dello sviluppo di nuove piattaforme di prodotto da lanciare in Europa per trasformare la visione e la percezione della categoria
- Responsabile della gestione e sviluppo dei Local Assets con il compito di individuare quelli maggiormente potenziali pianificandone il roll-out in altri paesi europei
- Gestisce team cross-funzionali e di paesi diversi con la collaborazione diretta di un Marketing Manager, un Senior Brand Manager ed un Brand Manager

***Apr 12 – Ott 13***

#### ***General Manager Meals & Snacking Category***

- Riporta direttamente al Group Exec
- E' responsabile della strategia europea della categoria meals (200 mio. Euro di fatturato)
- Coordina team inter-funzionali e un network di team locali di Marketing
- E' responsabile dello sviluppo di nuove piattaforme di prodotto europee e del roll-out di piattaforme locali
- E' responsabile dello sviluppo di una nuova proposta per Iglo group nell'area dello Snacking

***Ott 10-Mar 12***

#### ***European Group Category Director Meals***

- Dopo l'acquisizione del business da parte di Iglo Group e Permira Capital, è nominato European Group Category Director Meals riportando al Core Categories & Strategy Director
- E' responsabile della rivitalizzazione della Categoria Meals in Italia con l'elaborazione di un piano strategico per il brand 4 Salti in Padella; ha la responsabilità diretta del P&L del brand gestendo un team di tre persone. Il piano è stato sviluppato ed è attualmente in esecuzione

- E' responsabile dell'elaborazione di un piano strategico per la categoria Meals in Europa coordinando un network di Marketing Team locali e con l'ausilio delle funzioni centrali di Finance e Supply Chain
- E' anche responsabile del roll-out in Europa dei brand italiani della categoria Meals (in primo luogo 4 Salti in Padella e Sofficini); ricerche di mercato sono in corso in diversi paesi europei

## **UNILEVER ITALIA SRL**

***Gen 10 – Set 10***

### ***Frozen Food Marketing Director***

- Fa parte del Leadership Team della Business Unit Frozen Food riportando al Frozen Food Vice President
- E' responsabile delle attività di Innovazione e Marketing per il business Frozen Food Italia (marchi principali Findus, 4 Salti in Padella, That's Amore, Capitan Findus, Sofficini per un fatturato totale di 800 milioni di Euro) con budget Advertising e Promotions di circa 40 milioni di Euro e dello sviluppo del Business Frozen Food in nuovi mercati e canali commerciali
- Responsabile delle attività di Ricerche di Mercato e Media
- Gestisce uno staff di 18 persone con 7 managers a suo riporto diretto
- Ha contribuito alla stabilizzazione del business dopo tre anni di declino con un recupero di market share in tutti i principali segmenti e alla creazione della Newco Csi (Compagnia Surgelati Italiana)
- Ha iniziato un lavoro di riposizionamento dei marchi 4 Salti in Padella, Sofficini e That's Amore con una contemporanea profonda revisione della gamma
- Ha contribuito alla vendita, in luglio, del business a Birds Eye Iglo Group per un prezzo di 805 milioni di Euro gestendo la parte marketing con i cinque fondi di private equity coinvolti

***Giu 09-Gen 10***

### ***Frozen Food New Opportunities Director***

- Fa parte del Leadership Team della Business Unit Frozen Food riportando al Frozen Food Vice President
- E' responsabile dello sviluppo del Business Frozen Food in nuovi mercati e canali commerciali e dei contatti commerciali con potenziali esportatori in mercati europei ed extra-europei e con clienti della ristorazione collettiva in Italia
- Coordina un team di progetto che include risorse di Marketing, Development, Finance e Manufacturing

***Gen 07 - Mag 09***

### ***Ice Cream Brand Building & Category Director***

- Fa parte del Leadership Team della Business Unit Ice Cream riportando al Business Unit Director
- Responsabile delle attività di Marketing per il business Ice Cream Italia (marchi principali: Algida, Cornetto, Magnum, Carte d'Or per un fatturato totale di 785 milioni di Euro) con budget Advertising e Promotions di 55 milioni di Euro.
- Responsabile delle attività di Trade Marketing e Category Management per il Canale Out of Home
- Responsabile del business Foodservice (prodotti da prima colazione, snack e primi piatti surgelati) nel canale Out of Home per un fatturato totale di 71 milioni di Euro
- Gestisce uno staff di 13 persone originariamente diviso in tre diversi team assicurandone piena integrazione e collaborazione
- Ha contribuito, con un forte piano di innovazione e comunicazione, al turnaround del business Ice Cream nel canale Out of Home (crescita di fatturato di 28 milioni di Euro dopo tre anni di declino) e a un significativo guadagno di quota di mercato nel canale In Home (+1,4 punti in due anni).
- Ha partecipato alla creazione delle strategie europee di innovazione e comunicazione come key stakeholder all'interno del Brand Development Centre
- Ha lanciato con successo nel mercato italiano Cafè Zero creando una nuova ed esclusiva platform di business nel canale Out of Home
- Ha guidato il business Foodservice ad una crescita a doppia cifra (circa il 20% all'anno)

***Set 05 – Dic. 06***

### ***Ice Cream Brand Building Director***

- Board Member della Divisione Sagit con riporto al Chairman

- Responsabile delle attività di Marketing per il business Ice Cream e del reparto Media & Marketing Services per l'intera divisione (Ice Cream+Frozen Food)
- Gestisce uno staff di dieci persone
- Ha guidato un piano per il guadagno di quota nel segmento Vaschette con il marchio Carte d'Or nel canale In Home ottenendo una crescita di più di due punti percentuali con il lancio della gamma Passioni

***Lug 00 – Ago05 Marketing Manager Impulse Ice Cream***

- Responsabile dello sviluppo nuovi prodotti, delle attività di lancio e di quelle di comunicazione, attivazione e promozione per i marchi Cornetto, Magnum, Solero e Cucciolone
- Ha lanciato con successo le edizioni limitate I Sette Peccati ed I Cinque Sensi di Magnum e il brand stretching di Magnum Chocolate .
- Ha gestito con successo il riposizionamento del marchio Cucciolone ottenendo la leadership del segmento Snack ai danni di Maxibon Nestlè e Ringo Sanson
- Ha creato e gestito con successo Il progetto Cornetto Free Music Festival ringiovanendo il marchio icona del mercato del gelato in Italia

***Gen 96 – Giu 00 Out of Home Regional Sales Manager***

- Responsabile commerciale per il canale Out of Home dell'Italia Settentrionale e Centrale (Aree Nielsen 1 e 2 più Toscana ed Umbria)
- Gestisce una struttura di vendita basata su uno staff diretto (37 persone) e un network di concessionari esclusivi (62 operatori)
- Ha guidato con successo un piano di acquisizione nuovi clienti e di guadagno di quota di mercato
- Ha sviluppato il Business Foodservice creando una nuova fonte di fatturato per l'azienda ed i concessionari
- Ha gestito proficuamente complesse operazioni di ristrutturazione in alcune aree geografiche ed introdotto nuovi metodi di gestione dei budget commerciali

***Mar – Dic 95 Category Development Manager In Home***

- Responsabile del progetto di Category Management sia per l'Ice Cream che per il Frozen Food in cooperazione con le maggiori catene della Grande Distribuzione
- Ha implementato con successo il progetto nella maggior parte delle catene coinvolte

***Gen 93 – Feb 95 Brand Manager Take Home Ice Cream***

- Responsabile dei marchi Carte d'Or e Viennetta
- Ha lanciato con successo il gelato allo yogurt con il marchio Carte d'Or ed il primo gelato low fat in Italia (Troppo Buono per Essere Vero); ha gestito con successo il rilancio del marchio Viennetta

***Mag 91 – Dic 92 Assistant Brand Manager Sorbetteria di Ranieri***

- Ha contribuito al progetto di rilancio e riposizionamento del marchio

**ISTRUZIONE**

LIBERA UNIVERSITA' STUDI SOCIALI (LUISS) - ROMA

Laurea con lode in Economia e Commercio nel Dicembre 1989. Laureato con una sessione di anticipo. Ottiene borsa di studio Luiss in ogni anno accademico. Media voto 29.5/30.0.