



BIOGRAPHIC NOTE

The information in this format will be published on the web site of the International Telematic University UNINETTUNO

Degree course: Gestione d'impresa e tecnologie digitali

Teaching Subject/s: Marketing, e-business, e-commerce

First name: Antonella

Family name: Pescio

e-mail: antonella.pescio@uninettunouniversity.net



Curriculum

ESPERIENZE LAVORATIVE

- Nov. 10 – oggi** **ANTONELLA PESCIO CONSULTING S.a.s.: Consulenza Marketing e Temporary Management, Longare (VI): Titolare.** Principali incarichi:
- elaborato piano marketing on e off-line per linea occhiali premontati Doubleice nei canali farmacia e concept-store moda
 - sviluppata strategia di co-marketing con importanti marchi (illycaffè, Salewa, Barilla, MSC Crociere) finalizzata a generare traffico al portale e-commerce di **Manfrotto** (leader mondiale nelle apparecchiature professionali per fotografi)
 - seguito riposizionamento marchi **Cimbali** e **Faema** per Gruppo Cimbali (leader mondiale macchine professionali caffè espresso)
 - riorganizzato l'ufficio marketing di **Lea Ceramiche (PANARIA GROUP)** e seguito il lancio di Slimtech (gres laminato supersottile), quadruplicandone il fatturato in due anni
 - riposizionato il marchio cosmetico Vagheggi riallineando tutte le leve del marketing mix (gamma prodotti, packaging, espositori, comunicazione, ecc.) all'identità fitocosmetica della marca
 - Docente Marketing e Brand Development in vari corsi master (Ca' Foscari Challenge School, Fondazione Cuoia, Istud)
- Set. 08 – Ott. 10** **VALORANDO Consulenza Aziendale, Vicenza: Associate Partner,** con il compito di creare la practice di Marketing e Brand Development ed incrementare notorietà e reputazione di Valorando:
- condotta ricerca di mercato che ha coinvolto 50 imprenditori di riferimento del Nordest per elaborare il piano strategico 2009-11 di Valorando e sviluppare tutti gli strumenti di comunicazione, dalla brochure al sito
 - acquisiti 3 nuovi clienti
 - elaborato il piano marketing 2009-10 di Studioart (rivestimenti in pelle) coordinandone l'implementazione e determinando una crescita del fatturato del 150%. Costruita rete commerciale imperniata sulla promozione architetti in Italia e su distributori qualificati all'estero
- Giu. 04 – Lug. 08** **BISAZZA MOSAICO, Montecchio Maggiore (VI): Global Marketing Director,** con il compito di proporre un piano azioni strategiche per affermare Bisazza come marca di lusso nel mondo e coordinarne l'implementazione, con il supporto di 11 collaboratori:
- creata identità di marca ispirata al mondo dell'**alta moda**, allineandovi successivamente prodotto, pubblicità, sito internet, materiali di comunicazione, eventi e punto vendita



- sviluppata proposta di **corner/ shop-in-shop** già adottata da oltre 600 rivenditori, generando incrementi medi di fatturato per punto vendita del 33%. Organizzata convention per presentare progetto a forza vendita/ clienti selezionati
- istituita unità di Trade Marketing per gestire operativamente progetto shop-in-shop; seguita delocalizzazione produttiva dei campionari in India dimezzandone i costi
- costruito sistema di comunicazione architetti che impiega archistar come testimonial nei cataloghi, nel sito internet e negli eventi. Organizzato a Genova nel 2005 evento architetti che ha permesso di raddoppiare il fatturato della Liguria in 2 anni
- ideata e gestita l'operazione di co-marketing **MINI wears Bisazza** che ha generato un ritorno stampa di 300 articoli in 200 paesi, pari ad un controvalore medio di oltre € 2 milioni

Mag. 02 – Apr. 04 **ILLYCAFFE', Trieste: Marketing Manager Consumer/Modern Trade**, con il compito di elaborare piano strategico per accrescere i consumi domestici di tutte le categorie di prodotti *illy* (caffè, macchine espresso e tazzine *illycollections*) a livello mondiale, coordinandone l'implementazione:

- elaborato piano strategico 2003-07, allocando € 9 Mio di risorse di marketing
- selezionata nuova agenzia pubblicitaria e individuato nuovo posizionamento globale della marca; messa a punto campagna pubblicitaria multimediale (TV e radio) che nel 2003 ha consentito di raggiungere per la prima volta una quota di mercato del 15% nel segmento caffè premium in Italia
- guidato team internazionale che ha messo a punto innovativo concetto retail per diffondere l'espresso ed affermare la marca *illy* nel mondo. Elaborato business plan

Nov. 99 – Mar. 02 **QUAKER BEVERAGES, Treviso: Gatorade Export & Marketing Manager Europe**, con il compito di sviluppare la marca **Gatorade**, rafforzandola e introducendola in nuovi mercati:

- condotte ricerche di mercato e analisi economico/finanziaria per determinare potenziale di Gatorade nei principali mercati europei; elaborata strategia d'ingresso in Spagna e Turchia
- messa a punto campagna pubblicitaria Nordeuropea 2001, incrementando del 20% la penetrazione in Svizzera e contribuendo a far fallire il lancio di Powerade *CocaCola* in Austria

Ott. 92 - Ott. 99 **BARILLA, Parma:**

Ott. 98 - Ott. 99 **European Marketing Coordinator**, con il compito di coordinare i progetti di marketing:

- contribuito alla realizzazione del sito internet Barilla, impostando la sezione internazionale
- implementato programma ricette integrato (comunicazione, web, packaging) per incrementare la frequenza di consumo della pasta in Europa
- sviluppata nuova procedura telematica per aggiornare i packaging internazionali in metà tempo e senza errori

Set. 97- Set. 98 **European Business Development Manager**, con il compito di gestire i progetti di innovazione/ internazionalizzazione dell'area primo piatto. Guidata squadra multifunzionale responsabile di sviluppare e lanciare in Europa gamma innovativa di piatti pronti a base pasta. Elaborato il piano di lancio dei **sughi Barilla** nel Regno Unito

Set. 96 - Ago. 97 **Senior Product Manager Bakery**, con il compito di sviluppare e lanciare/ rilanciare la linea di cereali Mulino Bianco/ Essere. Sviluppata linea di cereali bambini Cerealix e riposizionata linea di cereali salutistici

Set. 94 - Ago. 96 **Product Manager Merendine Mulino Bianco**, con il compito di gestire il marketing mix di un gruppo di prodotti con un fatturato di 250 miliardi di lire e 24 miliardi di risorse di marketing. Messa a punto strategia difensiva contro la concorrenza a basso prezzo: implementata a tempo di record promozione in-pack "Libromania" grazie a cui Mulino Bianco ha guadagnato 9 punti quota

Ott. 92 - Ago. 94 **Junior Product Manager Brioche Mulino Bianco**, con il compito di gestire il marketing mix delle brioche per la prima colazione. Ideata e gestita operativamente la promozione Fornetto Scaldabrioche che ha incrementato i consumi del 30%. Messa a punto procedura informatica per migliorare l'accuratezza delle previsioni di vendita, stimare l'efficacia delle diverse leve di marketing e automatizzare il processo di pianificazione e controllo

Mag. - Set. 92 **COLGATE-PALMOLIVE, Roma: Junior Product Manager Oral Care**, con il compito di gestire il marketing mix di **Plax** (collutorio igiene orale). Incrementati del 10% volumi di vendita in Area 4 grazie ad attività promozionale dedicata al canale farmacia

Mag. - Set. 91 **BOOZ-ALLEN & HAMILTON, Milano: Consulente (Summer Associate)**, con il compito di contribuire a ridisegnare portafoglio attività di multinazionale del settore energetico. Partecipato a programma internazionale di formazione

Gen. 89 - Ago. 90 **OLIVETTI SYSTEMS & NETWORKS, Torino: Sistemista di Forza Vendita**, con il compito di affiancare i venditori per proporre soluzioni informatiche tagliate sulle esigenze dei clienti. Condotte azioni pre/post-vendita presso primarie banche e assicurazioni

Lug. - Dic. 88 **SYSTEM, Modena: Assistente Responsabile Comunicazione**, con il compito di impostare l'attività di relazioni esterne con riviste specializzate e organizzare la partecipazione alle fiere settoriali. Messo a punto sistema di controllo dei ritorni dell'attività di relazioni esterne



Curriculum

EXPERIENCE

- Nov. '10 – today **Marketing Consultant & Temporary Manager.** Developed and implemented marketing and sales projects for 15 BtoB and consumer clients, such as:
- Gen 2015-today Gruppo Cimballi: followed the repositioning of the **Cimballi** and **Faema** brands and trained the marketing team
Manfrotto: conducted co-marketing activities with top brands (illycaffè, Barilla, Salewa) designed to gain new commercial leads and generate traffic to the e-commerce site
- Apr. '13 – Sep. 2015 **PIEMME CERAMICHE, Modena, Sales & Marketing Consultant.** Reposition the Piemme Valentino brand and develop the international contract business
- June '13 – today **INNEXA (Digital Agency), Milan, Sales Consultant.** Conduct business development and lead generation activities
- Oct. '11 – Mar. '12 **NECSI ENGINEERING, Vicenza, Marketing Consultant.** Developed the 2012-13 marketing plan
- Oct. '10 – Mar. '13 **PANARIA GROUP, Modena, Temporary Marketing Director**
- Developed 2010-13 marketing plan to position Lea Ceramiche as a design brand
 - Designed new modular shop-in-shop system resulting in a 48% increase of point-of-sale turnover
 - Built e-learning platform to train retailers sales reps
 - Managed a team of 8 people, trained 3 new resources and introduced project management techniques that halved the average time-to-market of new collections
 - Strengthened the promoters network and developed all the promotional materials targeting architects
 - Carried out co-marketing initiatives with iconic design brands like Fritz Hansen and Poulsen
 - Developed and implemented the marketing plan that generated a 400% turnover increase of new Slimtech laminated gres in 2 years
- 2012-15 **Brand Strategy Teacher at Ca Foscari Challenge School, Fondazione Cuoia** full-time MBA and Istud Master in Marketing Management and Innovation
- Sep. '08 – Oct. '10 **VALORANDO, Vicenza, Associate Partner**
- Created the Valorando Marketing & Branding practice and developed the Valorando brand awareness and reputation in North-eastern Italy
 - Interviewed 50 entrepreneurs and opinion leaders to develop Valorando 2009-11 strategic plan. Created new institutional brochure and website leveraging on case histories
 - Acquired 3 new clients, including one listed on the Milan stock exchange
 - Successfully launched new luxury home decoration brand
- June '04 – Jul. '08 **BISAZZA MOSAICO, Vicenza, Global Marketing Director**
- Reporting to CEO set up the Marketing Department, developed strategic plan to turn Bisazza into a worldwide luxury brand and executed it
 - Created a unique brand identity inspired by the world of fashion and luxury, thus contributing to double Bisazza's turnover in 4 years
 - Developed innovative shop-in-shop concept that generated a 35% average turnover growth per point of sale
 - Staffed and organized the Marketing department, managed a team of 11 people
 - Reduced by 50% the cost of POP materials relocating their production to India
 - Designed and implemented the "MINI wears Bisazza" co-marketing activity, generating a press return of 300 articles in 20 countries, corresponding to an estimated media value of € 2 millions
 - Built interior designers communication system using top designers as testimonials in the website, in the project book and in architects events
- May '02 – Apr. '04 **ILLYCAFFÈ, Trieste, Global Marketing Manager, Home Consumption Strategic Business Area**
- Designed and executed multi-country research plan to determine most attractive global positioning
 - Developed 5-year strategic plan for all main product lines (espresso coffee, machines and coffee cups)
 - Led cross-functional team in charge of developing innovative retail concept where coffee gourmets can find everything they need to prepare an authentic espresso at home
 - Designed and implemented 2003 multimedia advertising campaign that allowed illy to reach for the first time a 15% market share in Italy's premium coffee segment
 - Created new back-pack communication system to spread the espresso culture among European consumers and effectively explain illy espresso's product pluses
 - Introduced a new work approach based on cross-functional innovation teams
- Nov. '99 – Mar. '02 **QUAKER BEVERAGES EUROPE, Treviso, European Marketing Manager**
- Designed and conducted full market research plan to assess and validate Gatorade potential in main European markets. Developed 10 year cash flow projections to prioritize most promising ones based on NPV
 - Finalized full launch plans in Spain and Turkey, defining positioning, product range, pricing, advertising, PR, sports marketing plans and promotional plan by channel



- Led project team working on Gatorade Energy Bar European roll-out, developed launch plans and executed them in 3 countries
 - Developed 2001 Northern European advertising campaign, increasing penetration by 20% in Switzerland and preempting Coca Cola Powerade launch in Austria
- Oct. '92 – Oct. '99**
Oct. '98 – Oct. '99
- BARILLA, Parma**
European Marketing Coordinator
- Reporting to Barilla Europe General Manager, headed a team of 3 project managers coordinating all marketing projects
 - Created integrated (internet/below-the-line/packaging/etc.) recipe program to increase Barilla pasta frequency of use and Barilla sauces penetration across Europe
 - Developed the European section of Barilla's Internet site and a 30% quicker faultless EDI procedure to update international packaging
- Sep. '97- Sep. '98**
- European Business Development Manager, Innovation/Internationalization Projects**
- Carried out market and competitive analysis to evaluate new business and foreign market attractiveness and understand market segmentation
 - Designed new pasta ready meal range to better meet Northern European consumer needs, defining entry strategy, marketing mix, communication strategy and allocating budget resources to support launches
 - Developed 3 year strategic and economic plan for new business
 - Coordinated international marketing team responsible for developing new strategic communication programs
- Sep. '94 – Aug. '97**
- Product Manager, Children Minicakes**
- Designed and implemented advertising, promotion, product and pricing strategy
 - Led creative and implementation team of new in-pack promotion that allowed Mulino Bianco minicakes to gain 9 market share points in '95
- Oct. '92 – Aug. '94**
- Junior Product Manager, Breakfast Minicakes**
- Designed and implemented the "Fornetto Scaldabrioche" promotion that resulted in a 30% increase of consumer loyalty and thus of minicakes' volumes
 - Developed software system to measure consumer promotions' results
 - Participated in Edward De Bono creative thinking training
- May – Sep. '92**
- COLGATE PALMOLIVE, Roma, Junior Product Manager, Oral Care.** Managed the **Plax** brand, coordinating all international functions involved in dental rinse value chain
- May – Sep. '91**
- BOOZ-ALLEN & HAMILTON ITALIA, Milano, Summer Associate.** Redesigned business portfolio of Italian conglomerate. Developed Italian version of model for optimizing sales force management in financial service companies. Participated in international training program
- Gen. '89 - Ago. '90**
- OLIVETTI SYSTEMS & NETWORKS, Torino, Information Systems Consultant, Sales Department.** Conducted pre-sales activities for banking and insurance clients. Carried out support activities on communications and networks. Gained exposure to information system change strategy and to Electronic Funds Transfer
- Lug. - Dic. '88**
- SYSTEM, Modena: Marketing Director's Assistant,** responsible of preparing the press releases, managing the relationships with the technical press and organizing trade fairs

According to the D. L.gvo of 30 June 2003, n. 196 (Code on the protection of the personal data), informed about the aims of the treatment of these personal data and their recording on informatics supports, and also about the people responsible of the treatment of these data,

I AUTHORIZE

By the transmission of this Format, the international Telematic University UNINETTUNO in the person of its Rector prof. Maria Amata Garito to the treatment of the personal data in this format exclusively for didactical and research aims in order to allow the carrying out of the teaching and the administrative issues related to it.