

ANTONELLA PESCIO

e-mail: antonella.pescio@unimore.it
Website: www.antonellapescio.it
Skype: antonella.pescio1
Linkedin: <https://www.linkedin.com/in/antonellapescio/>



ESPERIENZE e COMPETENZE DIDATTICHE

- 2020 – 2021** **UNIMORE:** docente di **Marketing and Digital Communication** presso il Dipartimento di Lingue
- 2019 – 2020** **UNIVERSITA' DI BRESCIA:** docente di **Comunicazione d'Impresa**, 60 ore di insegnamento
- 2013 – 2015** **CA' FOSCARI CHALLENGE SCHOOL:** docente del modulo **"Come elaborare un Piano Marketing Strategico per costruire un brand di successo"**, **Master in Cultura del Cibo e del Vino**, 16 ore di insegnamento
- 2012 – 2013** **FONDAZIONE CUOA:** docente del modulo **"Come elaborare un Piano Marketing Strategico per costruire un brand di successo"**, **MBA full time**, 16 ore di insegnamento
ISTUD: Docente del modulo **"Piano Marketing e Business Plan"**, **Master in Marketing Management and Innovation, Istud**, 16 ore di insegnamento
- 2015 – oggi** **GRUPPO CIMBALI:** formazione on-the-job dei senior brand manager trasferendo loro competenze di marketing e di project management e formandoli sull'utilizzo delle metodologie gantt e visual planning. Seguiti tutti i principali progetti di marketing, ed in particolare l'organizzazione della fiera Host e convention clienti, la mostra multimediale Human Mind Technology Heart, lancio E71 Faema, lo sviluppo linea merchandising museo e l'avviamento ecc.
Formazione executive in Marketing Strategico e Digitale, sia in presenza che a distanza ed in e-learning per **Forèma-UNIS&F**, **Confindustria Vicenza**, **Unindustria Reggio Emilia**, **Cerform** ed in azienda (**IVG Colbachini**, **Manifattura Italiana Cucirini SPA**, **Fedon**, **MTA** sistemi di refrigerazione industriale, **Newmed-Midmark** sterilizzatori, **ABK Ceramiche**, ecc.). Messo a punto in collaborazione con Forèma corso di marketing strategico e digitale interamente basato su workshop, esercitazioni pratiche e case history, che, nell'edizione e-learning del 2020, è stato seguito da 28 manager ed imprenditori

ESPERIENZE LAVORATIVE

- Apr.13 – oggi** **ANTONELLA PESCIO CONSULTING: Consulenza Marketing e Temporary Management, Longare (VI): Titolare.** Principali incarichi:
- elaborato piano marketing contract internazionale per **Pianca**, **Fortuny** (tessuti arredo lusso), **Foglizzo** (pelle interior) e gruppo **Inda-Samo** (arredo bagno e cabine doccia)
 - organizzato evento Fuorisalone di inaugurazione del nuovo flagship Automobili **Lamborghini** di Milano in occasione del Salone del Mobile 2017
 - elaborato e realizzato per **Manfrotto** piano attività di co-marketing con importanti marchi (illycaffè, Salewa, MSC Crociere, Barilla) per generare traffico al portale e-commerce e visibilità social
 - seguito il rilancio e riposizionamento dello storico marchio **Piemme Ceramiche**, supportando l'AD nella costruzione della rete internazionale di promozione architetti, nella realizzazione di un nuovo sito internet a misura di progettista, nell'avvio dell'attività di **in-bound marketing** e nella contestuale **introduzione e inizializzazione del nuovo CRM**
 - seguito il rilancio di **Grappa Nardini**
- Nov. 10 – Mar. 13** **LEA CERAMICHE (Panaria Group), Fiorano Modenese: Direttore Marketing**, con il compito di affermare Lea come marchio di Design, lanciare Slimtech (gres laminato ultrasottile) e riorganizzare l'ufficio marketing, composto da 6 addetti, migliorandone efficacia ed efficienza:
- adottata una nuova organizzazione per progetti e nuove metodologie di project management (gantt) che hanno consentito di dimezzare il time-to-market di lancio delle nuove collezioni
 - formate 4 nuove risorse
 - potenziata la rete di promozione architetti
 - progettati i materiali di comunicazione, espositivi e tecnici e gli eventi architetti che hanno consentito di quadruplicare in 2 anni il fatturato di Slimtech
 - messa a punto piattaforma di formazione e-learning per rivenditori che ha permesso di incrementarne del 5% l'incidenza di Slimtech sul fatturato
- Set.08 – Ott.10** **VALORANDO Consulenza Aziendale, Vicenza: Associate Partner**, con il compito di creare la practice di Marketing e Brand Development ed acquisire nuovi clienti:
- condotta ricerca di mercato su 50 imprenditori di riferimento del Nordest per elaborare piano strategico 2009-11 e sviluppare tutti gli strumenti di comunicazione, dalla brochure al sito
 - acquisiti 3 nuovi clienti, tra cui Studioart, rivestimenti lusso in pelle, creandone l'identità di marca e la struttura commerciale internazionale che hanno consentito di triplicare il fatturato in 2 anni
- 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 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** adottata da oltre 600 rivenditori nrl mondo, 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 campionario in India dimezzandone i costi

	- costruito sistema di comunicazione architetti utilizzando archistar come testimonial nei cataloghi, nel sito internet e negli eventi - ideata e gestita l'operazione di co-marketing MINI wears Bisazza che ha generato un ritorno stampa di 300 articoli in 20 paesi, pari ad un controvalore media di oltre € 2 Mio
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 illicollections) 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 Ott. 98 - Ott.99	BARILLA, Parma: European Marketing Coordinator , con il compito di coordinare i progetti di marketing: contribuito alla realizzazione del sito internet Barilla, impostando la sezione internazionale ed implementato programma ricette integrato (comunicazione, web, packaging) per incrementare la frequenza di consumo della pasta in Europa
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 di quota di mercato
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 Fonetto Scaldabrioche che ha incrementato i consumi del 30%
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

FORMAZIONE 1990-1992

Master in Business and Administration, Columbia Business School, New York
(borsa di studio "Enrico Mattei", erogata da ENI)

1988 **Laurea in Economia e Commercio, Università di Modena.** Punteggio: 110 e lode

PUBBLICAZIONI

"Design Thinking e Customer Journey per un nuovo approccio commerciale", Blog IlCuboRosso, dedicato alla trasformazione digitale, 2 Febbraio 2021 (<https://www.ilcuborosso.it/design-thinking-e-customer-journey-per-un-nuovo-approccio-commerciale/>)

"Il coraggio di rischiare: intervista ad Elio Marioni di Askoll", L'Impresa del Sole 24h, Marzo 2018

"Le politiche di adattamento ed i processi di concentrazione nell'industria delle piastrelle di ceramica", Tiziano Bursi e Antonella Pescio, Ceramica Acta n. 2, 1989

LINGUE STRANIERE

Perfetta padronanza di **inglese, spagnolo e francese**, sia parlati che scritti. Tedesco discreto

CORSI DI SPECIALIZZAZIONE

2007 Financial Times Business of Luxury Summit

2003 Corso SDA Bocconi di 3 giorni su negoziazione e gestione del conflitto

1999 Corso di una settimana su posizionamento e pubblicità tenuto da Dan Adams

1993 Corso di due settimane su pensiero creativo tenuto da Edward de Bono

1991 Viaggio studio di due settimane in Giappone, organizzato da Columbia Business School e sponsorizzato da imprese giapponesi e MITI

1989 Corso di informatica di sei mesi Olivetti Elea per neoassunti su sistemi operativi Unix e MS-Dos, programmazione in C Language, networking, monetica, database relazionali