

Gianluca Pesci

Tel: +39 335 6394277

e-mail:gianluca.pesci@tiscali.it Skype: gianluca.pesci2

PROFILO PROFESSIONALE

Sono un **Direttore Generale/Country Manager** del FMCGs. Provenendo dall'area **Marketing e Commerciale a livello Internazionale**, ho sviluppato una significativa esperienza in aziende alimentari di grandi dimensioni in Italia e all'estero, rivolgendomi a mercati B2C e B2B. Negli anni ho rivestito rilevanti posizioni nei Dipartimenti Vendita, Marketing e Corporate Strategy in Italia, USA, Argentina, Messico, Brasile e Venezuela, fino a ricoprire il ruolo di Amministratore Delegato della filiale Venezuelana e di Latin American Regional Manager (Nicaragua, Paraguay e Cuba), con riporto diretto ai CDA e i CEO della Casa madre. Ho ristrutturato, sviluppato e gestito con successo le reti vendita (dirette e indirette) anche in Paesi con grandi complessità ambientali. La vasta esperienza internazionale nel Marketing **Strategico e Operativo**, mi ha permesso di lanciare sul mercato nuovi prodotti e nuovi brands locali e internazionali, attraverso l'implementazione di grandi campagne pubblicitarie e operazioni promozionali sul consumatore, da me ideate. Ho implementato strategie di posizionamento, diversificazione e segmentazione di brands nuovi ed esistenti. Ho studiato e gestito un delicato turnaround industriale, finanziario e commerciale e presieduto all'acquisizione di due grandi aziende alimentari. Ho valutato per conto degli azionisti molteplici prospects acquisitivi industriali e commerciali in varie parti del mondo.

Specific Skills: visione sistemica dell'organizzazione a livello corporate e periferico; capacità di analisi e ristrutturazione dei processi aziendali; lettura e analisi approfondita di conto economico di prodotto e di bilanci civilistici; piani di cost reduction multi esercizio; analisi indicatori di performance aziendale; gestione finanziaria e ottimizzazione dei cash-flow; analisi, approntamento ed esecuzione di Business Plans multi-paese; public-relations e lobbying politica-istituzionale di alto livello; negoziazione con grandi Key Account internazionali; gestione di grandi Budget di Comunicazione e di Investimento tecnico.

Transferable & Soft Skills: abilità negoziali; rapidità e flessibilità decisionale/operativa; adattabilità tattico-operativa a situazioni di business molto differenti con alte complessità macro-ambientali; cultural fit a vari paesi e clusters di consumatori molto differenti; abilità diplomatiche; problem solving; spiccate capacità comunicative; leadership e autorevolezza nella gestione delle risorse umane; team building; change & crisis management; entusiasmo e passione contagiosi; curiosità intellettuale; creatività e pensiero laterale; visione imprenditoriale; amante delle sfide, operatività sul campo, ambizione ed energia; resilienza e perseveranza; forte orientamento agli obiettivi con alti livelli di efficienza e di performance.

ESPERIENZE PROFESSIONALI

09/2016 – ad oggi: Consulente Marketing e Strategia - C/o Soc. Out of the Box sas / The Brand Kitchen.

Società di servizi di consulenza per imprese medio/grandi.

Svolgo consulenze di Business & Marketing Strategies nel Food, FMCGs, Luxury per 5 aziende in Italia e 2 aziende in Sud America (Colombia e Brasile) con obiettivi di riposizionamento dei brands, ridefinizione portfolio prodotti e diversificazione.

10/2012 - 07/2016: Responsabile Attività Strategiche, Marketing e Sviluppo Internazionale - C/o Agricolor srl.

Società Alimentare di proprietà acquistata da un concordato creditor (categorie salse e sottoli).

Ho riattivato e rilanciato l'azienda con il suo brand storico e con nuovi brands diretti a nuovi canali e a clienti esteri.

Risultati Ottenuti: Incremento fatturato: da 0 (2012) a 6 milioni di euro (2016). Azienda rivenduta con ROI sul capitale: 18%.

10/2004 – 04/2012: Chief Executive Officer / Country Manager - C/o Parmalat Venezuela – Caracas.

Filiale Venezuelana del gruppo Parmalat operante nelle 4 divisioni prodotto: latte, bevande, freschi, bakery.

Principali Responsabilità: Nell'ambito del controllo economico del Governo socialista del Venezuela su prezzi e disponibilità di valuta internazionale e in seguito al Default del Gruppo Parmalat, il commissario straordinario del Governo Italiano, Dott. Enrico Bondi, mi nomina Amministratore delegato della filiale. Ho implementato un forte e rigoroso piano di ristrutturazione della società: riduzione degli impianti produttivi da 7 a 5; riduzione del personale da 2500 a 1800 unità; outsourcing centri distributivi; accorpamenti rete vendita; viraggio completo mix dei prodotti con focus sulle categorie succhi, yogurt, bevande fermentate e formaggi. Ho ideato e creato una rete di protezione politica per salvaguardare la società dai numerosi tentativi di espropriazione del Governo Socialista.

Risultati Ottenuti: piano di ristrutturazione realizzato in soli 3 anni contro i 5 previsti, con risultati over-performing le attese. Crescita dei Volumi produttivi del 9%. Ebitda balza dal 8-9% al 12-14% con punte del 17% nel 2008. Filiale venezuelana premiata per il più alto Ebitda percentuale dell'intero gruppo Parmalat. Fatturato 400 USD MM.

09/1999 – 09/2004: Commercial Director (Marketing /Sales /Export) - C/o Parmalat Venezuela – Caracas.

Principali responsabilità: Riporto al CEO locale: integrazione delle funzioni Marketing con la gestione della rete di vendita: 12 Ce.Di. propri (ambiente e refrigerati) e 40 concessionari; 150 unità di personale. Diversificazione strategica del portafoglio prodotti. Riduzione della dipendenza dal latte (prodotto politico) con focus su altri prodotti. Lancio nuove linee: succhi Light, succhi Isotonici, Yogurt dietetici, Yogurt per bambini.

Risultati Ottenuti: aumento volumi del 20%: 20.000 tons mese. Incremento Fatturato a 350 MM di USD. Ebitda 8-9%.

09/1997 – 08/1999: Marketing Director - C/o Parmalat Venezuela – Caracas.

Principali responsabilità: Riporto al CEO locale. Direzione delle 4 divisioni prodotto: Latte, Bevande, Fresco, Forno. Gestione di 200 SKUs (tra sapori e formati) raggruppati in 14 brands: 2 globali, 2 regionali e 10 locali. Lancio promozioni in-pack sul latte in polvere e Fidelity promotion sugli altri prodotti. Ri-posizionamento dei principali brands locali. Budget pubblicità/promozioni di 20 USD MM.

Risultati Ottenuti: Awareness spontanea brand Parmalat al primo posto in Venezuela nelle categorie Food. Market shares dominanti (prima e seconda posizione) in tutte le categorie di prodotto. Lancio e sviluppo brands regionali per il Sud America per i segmenti donne e bambini. Incremento fatturato da 190 a 300 USD MM. Ebitda dal 4% al 9%.

11/1995 – 08/1997: International Sales & Marketing Coordinator - C/o Parmalat Corporate HQ – Collecchio - Italia.

Principali responsabilità: Nomina a dirigente con riporto diretto al Direttore Generale e Commerciale del Gruppo. Allineamento filiali estere alle Direttive Generali del gruppo in materia Marketing e Vendite. Supporto in materia di Budget e Business Plan per Country e per Macro Area geografica. Interventi ad hoc ri-organizzativi su filiali estere del gruppo con periodi prolungati di residenza nei paesi coinvolti: Spagna, Francia, Germania, Argentina, Messico, Brasile e Venezuela. Interfaccia con i CEO Locali. Ri-organizzazione completa delle reti commerciali periferiche. Implementazione Tentata Vendita e ri-organizzazione Pre-vendita nelle principali Aree Metropolitane dei paesi coinvolti. Specializzazione dei Centri Distributivi per tipologia di prodotto. Ri-definizione Brand Architecture delle Divisioni Prodotto dei paesi. Lancio e roll-out globale di nuove linee prodotti funzionali "nutraceuticals" e diretti a segmenti particolari. Analisi nuovi prospects di acquisizione in Canada, Nicaragua, Messico e Austria. Strategie Promo-Pubblicitarie per macro-area geografica. Interfaccia continuo con Controllo di Gestione e IT corporate. Organizzazioni di convegni mondiali delle filiali per la armonizzazione delle società recentemente acquisite.

Risultati Ottenuti: nelle aree coinvolte nella ri-organizzazione: incrementi sostanziali dei fatturati tra il 15% e il 35%; riduzione dei costi distributivi nell'ordine del 10-15%; incrementi della distribuzione numerica del 25-30%.

02/1997 – 08/1997: Sales & Distribution Strategy Manager-Mktg Consultant - C/o Parmalat Brasil – Sao Paulo.

Prima filiale mondiale del gruppo Parmalat con un fatturato annuale circa 1.100 MM USD. 4 divisioni prodotto.

09/1996 – 01/1997: Sales & Distribution Strategy Manager- Mktg Consultant - C/o Parmalat Mexico – CdM. DF.

Filiale Messicana del gruppo derivante da acquisizione. Fatturato annuale circa 90 MM USD. 3 divisioni Prodotto.

02/1996 – 08/1996: Sales & Distribution Strategy Manager - C/o Parmalat Argentina – Buenos Aires.

Filiale Messicana del gruppo derivante da acquisizione. Fatturato annuale circa 70 MM USD. 4 divisioni Prodotto.

07/1994 – 10/1995: Distribution Strategy Manager - C/o Parmalat USA Corporation – Moonachie NJ - USA.

Filiale USA del gruppo Parmalat che inizia la produzione locale. Fatturato di 75 USD MM. 3 divisioni Prodotto.

Principali responsabilità: Implementazione Rete Distribuzione e Vendita sulla costa Est degli USA per la distribuzione del latte UHT. Creazione dei centri Distributivi: Boston, New York City/New Jersey, Long Island, Brooklyn/Queens, Philadelphia, Washington, Atlanta, Orlando, Tampa, Miami. Implementazione di 120 DSD routes (tentata vendita) su Supermarkets Chains, Independents Supermarkets and Small Retail. Coordinamento attraverso Ispettori vendite. Key account management con le principali catene di supermercati.

Risultati Ottenuti: copertura numerica completa del prodotto latte uht nei pv di tutte le aree metropolitane della East Coast USA. Fatturato annuale sviluppato di USD 45MM. Gettate le basi per la introduzione del brand negli USA.

12/1993 – 05/1994: Distribution Center (Ce.Di.) Manager - C/o Parmalat Italia spa – Torino - Italia.

Filiale commerciale prodotti freschi del gruppo. Fatturato di 10 MM euro. Yogurt, Dessert, Formaggi, Spremute.

Principali responsabilità: Gestione Filiale di Distribuzione e Vendita di prodotti freschi (yogurt, dessert, spremute, formaggi). Gestione di una struttura composta da 15 unità. Fatturato: 10 milioni di euro annuali.

Risultati Ottenuti: incremento del fatturato di un 9% nel periodo considerato.

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

1993- Master Marketing Internazionale - IFOA - Reggio Emilia – Italia.

1992-Laurea in Economia e Commercio – Università degli studi di Parma – Parma – Italia.

1993 – 2016: frequenza di programmi di formazione in Marketing, Strategia, Finanza, Business Planning, Corp. Mgmt e Negoziazione.

ADEN Business School - Venezuela “CEO Management Program – 2009 e 2010 Edition” - IMD - Switzerland. “Breakthrough Program for Senior Executive” - IESA - Venezuela: “Plan de Negocio con Balanced Score Card y EVA”; “Programa Gerencia Comunicacion e Imagen Corporativa” – “Programa de Gerencia Financiera”; “Programa de Planificación Estratégica”; SDA Luigi Bocconi - Italy. “Programma di Marketing Strategico”; “Marketing Management Mercati di Largo Consumo”

ULTERIORI INFORMAZIONI

Lingue Conosciute:

Italiano: lingua madre; **Inglese e Spagnolo:** Ottima conoscenza Livello Professionale;

Portoghese: Discreta Conoscenza (comprensione, parlato e scritto).

Disponibilità ad Espatrio anche Permanente:

USA – Spagna – Colombia – America Latina e Caraibi – Medio Oriente.

Ulteriori Interessi professionali:

Oltre al FMCGs nutro interesse per le categorie Luxury e Fashion. Letture e workshop specializzati nel 2016 – 2017.

Referenze:

Carlo Prevedini - Galbani - Parmalat - Amadori – IPAM - Amministratore Delegato +39.335.745552

Carlo Frau - DeA Capital - Managing Director +39.348.4105033

Dati personali:

Domicilio: Viale G. Mariotti, 1 – 43121 Parma (Pr) - Italia **Data di nascita:** 19/08/1966

Profilo LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/gianluca-pesci-99729239/>

In fede

Autorizzo il trattamento dei dati personali ai sensi del D.L. 196/2003