

Name **Antonio Gherardelli**
Nato – 2 marzo 1967 - Napoli
Indirizzo c/o **Quintessentially Italia**
02/89659550
Via A. de Togni, 23
Tel: +39-02-89659550; +39-335-5294146
e-Mail: tony@quintessentially.com

Nazionalità - Italiana
Via Schievano, 12
20146 Milano
Tel: +39-335-5294146

Stato Civile – Divorziato



ESPERIENZE LAVORATIVE

Oct 2020 – now

Intesa Sanpaolo Group- Group Head of Lifestyle Services

Responsabile di una nuova area, definita sulle mie precedenti esperienze; impegnato a costruire un ecosistema di lifestyle services dedicato a una clientela interdivisionale in bundle con prodotti core come carta di credito Premium, Club degli azionisti, piattaforma per il tempo libero, ecc.

Nov 2015 – Sep 2020

Intesa Sanpaolo Group- Head of Innovation promotion of Innovation Center

Responsabile della comunicazione interna ed esterna dell'innovazione (Intranet, Social media, Media relations, eventi, pubblicità)
Risultati raggiunti: 60.000 dipendenti raggiunti attraverso l'Intranet dell'Innovazione, centinaia di eventi all'estero, in Italia e nel mondo, costruzione e consolidamento della reputazione dell'Innovation Center

Dec 2010 – Nov 2015

Intesa Sanpaolo Group – Innovation & Communication Manager

Innovation & Marketing Area – Corporate & Investment Banking Division

Responsabile comunicazione e progetti speciali

Risultati: editing di libri di Start Up Initiative, collaborazione con Singularity University

Dal luglio 2007 – Novembre 2010

Aministratore Delegato di Quintessentially Italia

Branch italiana della multinazionale leader al mondo nei servizi di lusso di personal concierge e lifestyle management

Start up dalla progettazione del business plan al roll out

Membro a Londra dell'Executive Committee internazionale sulle strategie di branding

Obiettivi raggiunti: introdurre la cultura dei servizi di concierge in Italia e posizionarsi come leader in termini di market share.

Dal marzo 2003 a luglio 2007

Managing Director GasCommunication – Agenzia di comunicazione integrata focalizzata sull'attività di media relations e l'organizzazione di eventi.

Responsabilità diretta di progetto per i clienti **American Express** (strategia di lancio carta Centurion, riposizionamento carta Gold, partnership Fiera Milano, Natale a Milano – budget range da 300.00 a 1 mil €) **Sony Playstation** (lancio e attività virale nuova PSP)

Mc Donald's (rilancio nuovi ristoranti, 20° anniversario), **British American Tobacco** (progetto Ambassador per Dunhill).

Obiettivi raggiunti: aprire la sede a Milano, ampliare la customer base, vendere progetti di strategia e non solo di eventi

Dal novembre 2001 al marzo 2003

BURSON MARSTELLER ITALIA – Direttore Marketing con responsabilità di Senior Advisor su progetti speciali delle varie practices.

Dall'aprile 2002 ideatore e direttore della nuova divisione **MINDSTYLE**, prima in Europa per il network BM, dedicata alle attività di consulenza in comunicazione e media relations nella comunicazione di beni e servizi lifestyle.

Responsabile generale di progetto per i clienti **Banca Intesa** lancio (Banca Primavera), **Unicredit** (comunicazione interna), **Yoox** (moda)

Obiettivi raggiunti: start up e roll out della nuova divisione

Dal settembre 2000 al novembre 2001

GRUPPO INFERENTIA – **Direttore Marketing e Comunicazione** con responsabilità di divisione su tutte le attività inerenti la Marketing Communication ed in particolare lo sviluppo delle media relations e delle relazioni istituzionali, il knowledge management (gestione Intranet) interno e di supporto al front end commerciale. Condivisione delle relazioni con la Consob e le istituzioni finanziarie in quanto società quotata.

Responsabilità subbudget annuale di 300.000€.

Gestione di un team di 4 persone. Membro del CDA

Obiettivi raggiunti: strutturare la comunicazione finanziaria relativa alla quotazione ed alle operazioni di M&A, posizionare il Gruppo sul mercato dei servizi di consulenza web

novembre 1999 - agosto 2000

KATAWEB - **Direttore Marketing e Comunicazione** della Internet Company del gruppo La Repubblica-L'Espresso

Gestione del budget di marketing communications (*budget gestito 12 mil. €*), con particolare riguardo all'advertising di prodotto,

pianificazione e organizzazione di eventi, di attività below the line, alla partecipazione aziendale a mostre e fiere, ai programmi di fidelizzazione della clientela ed gli accordi di co marketing. Gestione di team. Partecipazione dallo start-up (50 dipendenti) alla soglia della quotazione (poi fallita).

Obiettivi raggiunti: acquisire la leadership di mercato come portale web, diversificare la comunicazione corporate da quella di prodotto.

novembre 1997 - dicembre 1999

I.NET - Responsabile Comunicazione e Marketing

Responsabile di divisione - Pianificazione di campagne pubblicitarie, attività di media buying, rapporti con la stampa e con le istituzioni, partecipazione mostre e fiere, supporto alle attività di comunicazione sul territorio, gestione del Web e della comunicazione interna. Gestione Budget 200 milioni di Lire. Gestione di team.

Obiettivi raggiunti: comunicare leadership di qualità contro il colosso Telecom Italia, rafforzare attraverso gli eventi, il senso d'identità dei franchisee locali sul territorio

1995 - 1997

SARITEL - (Gruppo Telecom) - Servizi telematici - Assistente Direttore Marketing. Marketing management dell'offerta di sistemi e servizi per il mondo Internet, definizione dei piani commerciali e di marketing, supporto al marketing strategico, formazione agli agenti, supporto marketing su progetti internazionali.

1994-95

HILL & KNOWLTON - Relazioni Pubbliche - Account aree Marketing e Healthcare

Definizione dei piani di comunicazione e di marketing, sviluppo dei piani di crisis management, organizzazione delle sedute di media training.

Collaboratore nel 1993 delle pagine economiche del "Tempo"-Napoli e della rivista mensile "Nord e Sud"

ATTIVITA' DI DOCENZA

Professore a contratto della Cattedra di **Strategie di Marketing Innovativo** presso la Facoltà di Scienze della Comunicazione dell'università "La Sapienza" di Roma

Coautore del libro "**Marketing management**" FrancoAngeli Editore 2006

Autore della dispensa del Master24 sul marketing non convenzionale (55 mila copie vendute)

Docente e coordinatore scientifico dei corsi e del Master del "Sole24ore" nell'area Marketing e comunicazione

Autore del primo corso di e-learning del Sole 24ore (1999)

Autore del primo seminario in ambito universitario in Italia sul Marketing non Convenzionale

Co-fondatore della rivista di economia digitale "Web Marketing Tools"

STUDI

1986 Diploma di maturità scientifica

1988 Corso di formazione imprenditoriale presso l'Isfid di Napoli con tesina in relazioni esterne

1993 Laurea in Scienze Politiche presso l'Università di Napoli "Federico II" con tesi in Sociologia della Comunicazione

1993 Master MBA presso la Scuola di Management STOA' di Ercolano (Na).

1994-95 Scuola di Specializzazione in **Giornalismo e Comunicazione d'Impresa** presso la **Luiss**.

1996 Corso Media e New Media Marketing presso SDA-Bocconi

Dal **1995 giornalista pubblicista** iscritto all'Albo

ATTIVITA' ASSOCIATIVE Vicepresidente nazionale della FERPI (Federazione Italiana Relazioni Pubbliche) dal 2000 al 2003

Consigliere direttivo Assorel con delega alla formazione dal 2005 al 2007

LINGUE STRANIERE INGLESE: scritto e parlato corretto. Esame Toefl: 590 SPAGNOLO: scritto e parlato corretto Russo: in studio

Forma Contrattuale auspicata: Contratto a tempo determinato o indeterminato, contratto a progetto