

LETTERA DI PRESENTAZIONE

Perché posso essere utile in Azienda affiancando l'Alta Direzione oppure il Management?
Semplice, sono un uomo di marketing flessibile che si aggiorna e si adatta ai tempi attuali:

Ho iniziato la mia carriera occuparmi di **consumer marketing** (posizionamento) sin dal decennio trascorso in Barilla (Mulino Bianco e Pavesi), ho poi domandato la job rotation al **trade marketing&sales** (direzione vendite), per approfondire negli ultimi 8 anni le tematiche di **digital marketing** curioso e desideroso di completarmi.

Nel corso delle mie esperienze ho gestito sia business **food** che **non food**; ho lavorato nel **B2C** e nel **B2B**, mi sono occupato prevalentemente di **prodotti** ma anche di **servizi**.

L'esperienza **come consulente di direzione e ricercatore** mi ha visto affiancare imprenditori, ceo e direttori generali, ma anche agenzie di comunicazione (ATL, BTL e 3 Web Agency) 1 software house ed 1 istituto di ricerca.

Il mio mestiere è in sintesi quello di affiancare il top management/owner nel definire e poi mantenere un **posizionamento condiviso** (nelle piccole attività quotidiane ed operative come nelle importanti scelte strategiche, per la parte di marketing come in quella commerciale).

Sono inevitabilmente attento a tutte le novità presenti **on line**, ho realizzato la **startup LinkMeEasy SRL**:

<https://www.linkmeeasy.com/mail/LME-it.html>

Ideatore del portale "SONO TIGRE" online dal 2011 come dirigente di Emmi Italia (tra gli altri brand il "formaggino Tigre"):

https://www.youtube.com/watch?v=W_Jz23Ovpfq

Mi propongo principalmente **nel medio-lungo periodo a fronte di una progettualità aziendale**; per progetti temporalmente più brevi come **temporary manager, consulente, intermediario, formatore**.

Di seguito una mia pubblicazione:

<https://www.capitale-intellettuale.it/2011/02/25/la-prova-del-direttore-marketing-nel-nuovo-millennio/>

Cordiali saluti,



Paolo Aghem

CURRICULUM VITAE DI PAOLO AGHEM

Dati anagrafici: Nato a Genova il 16/12/1962
Coniugato con prole (due figli di 19 e 15 anni)
Residente a Parma in V.le Duca Alessandro n° 4
tel. cell.: 329/2184840 – tel. casa: 0521/677048
email personale: megah@libero.it; - lavorativa: paolo@benchmarking.it

PRINCIPALI ESPERIENZE PROFESSIONALI:

attuale Partner per BenchMarketingSolution come Consulente Strategico di Direzione e Ricercatore di mercato (dal 2008)

Fatturato personale allineato alle ultime due esperienze lavorative come manager.

Consumer Marketing, Trade Marketing, ADV e Commercial Consultant, Trainer

Principali attività svolte:

- Dalla SWOT Analysis al Business Plan/Action Plan per il posizionamento vincente;
- Collaborazione con 2 agenzie di comunicazione (ATL e BTL) e 3 web agency e 1 software house;
- Attività di Trade Marketing e supporto alla Forza Vendita;
- Temporary Manager, Consulente, Formatore in aula/aziende;
- Startupper (LinkMeEasy SRL)

2010-2012 Emmi Holding Italia – Milano (temporary 2 anni)

Formaggini Tigre, derivati dal latte Trentina e Emmi. Fatt.: € 130 Mio

Direttore di Divisione Marketing e Trade Marketing (collaboratori diretti 5)

Principali risultati:

- Rilancio degli yogurt e formaggi freschi “Trentinalatte” sotto il marchio “Trentina” (ridefinizione sub-brand, forte spinta all’innovazione, nuova immagine grafica finalizzata al riposizionamento, evento PR, materiale POP, attività in store, incontri con i buyer);
- Rivisitazione dell’offerta della gamma Tigre (marketing project leader internazionale);
- Ideazione del portale “sonotigre.it” (progetto di co-marketing multiplo concorsuale senza precedenti nel mondo web);
- Rapporti con il management della casa madre svizzera (quinto gruppo alimentare europeo).

2006-2008 Composad/Gruppo Mauro Saviola – Viadana (MN)

Leader di mercato mobili in kit. Fatt.: €100 Mio (GMS €1.000 Mio)

Direttore Marketing (collaboratori diretti 12)

Principali risultati:

- Creazione funzione MKTG e TMKTG: elaborazione piano strategico a 3 anni, action plan, BDG, razionalizzazione item a catalogo e ideazione nuovi brand, listini, materiale B2C e B2B, P.O.P. per canale GD (food, specializzato e brico), ADV, fiere internazionali, sito istituzionale e due di e-commerce, coordinamento Emporio pilota, convention forza vendita, gestione ed affiancamento personale di vendita (area manager ed agenti), relazioni con Clienti direzionali ...;
- Sviluppo di nuovi prodotti coordinando le richieste dei grossi Clienti con la R&D;
- Progetto “Abitando” (nuovo canale) vendita di pacchetti di arredo pre-definiti tramite il canale dei mediatori immobiliari e intermediari finanziari.

2004-2006 Gruppo Onama/Compass Italy - Milano

Leader di mercato ristorazione collettiva, vending, buoni pasto. Fatt.: € 500 Mio

Direttore Marketing di Gruppo sotto la Direzione Comm.le (collaboratori diretti 4)

Principali risultati:

- Nuovi servizi complementari finalizzati a produrre fatturato incrementale (tovagliette dei vassoi come new media, take away serale, avancasse, minimarket aziendali);

- Sviluppo di nuovi concept di ristorazione commerciale (ad es: “Idea Vino”, “Ristorante alla Scala”, “buonappetito!”, “buoncaffè!” ...);
- Coordinamento con la casa madre, i brand director/marketing di paese (ruolo di “Brand Guardian” per SSP);
- Partecipazione attiva alla strategia del Gruppo, supporto alle vendite ed agli operativi.

2002–2003 Martini SpA – Parma (temporary 18 mesi)

Leader nel segmento spugne persona; poi pulizia casa, bricolage. Fatt.: € 25 Mio

Direttore Marketing e Key Account (collaboratori diretti 3)

Principali risultati:

- Premio mondiale sull’innovazione “Design-Plus Award 2003-Francoforte” per il prodotto “P Greco” della nuova linea casa a marchio “Obladi” oggetto di rilancio;
- Introduzione della cultura di marketing strategico; razionalizzazione brand (da 9 a 5);
- Lancio due linee di cosmesi senza tensioattivi irritanti (“Martini Massage” e “Oceania”);
- Cross-promotion con SSL e co-MKTG con BIC.

2000-2002 Del Campo Soc. Coop arl – Forlì (Gruppo Amadori)

Secondo gruppo italiano nel settore avicolo dopo AIA. Fatt.: € 145 Mio

Direttore Marketing e Trade Marketing (collaboratori diretti 2)

Principali risultati:

- Coordinatore progetto piatti pronti coinvolgendo le aziende Cafar e Chirichì;
- Formazione e assegnazioni alla forza vendita.

1998-2000 Vicenzi Biscotti SpA - Verona

Realtà storica nella pasticceria industriale. Fatt.: € 39 Mio

Responsabile Marketing e Trade Marketing Italia (collaboratori diretti 2)

Principali risultati:

- Incremento della market share dal 5,2% al 6,4% (fonte Nielsen Scantrack);
- Lancio dei biscotti assortiti “Dolci Pasticci”, rilancio della pasticceria “MiniVoglie”.

1988–1998 Gruppo Barilla - Parma

- 1988-1991: training di 6 mesi come **funzionario di vendita** con responsabilità di zona
Assistant product manager Fette Biscottate e Pani Morbidi (Mulino Bianco)
 - Sulle “Fette Biscottate” superato il muro del 50% di market share N.R.I.
Junior product manager Cracker, Grissini e Panetti Croccanti (Mulino Bianco)
 - Gestione della promozione “Paniere”, lancio dei “Michetti”, rilancio dei “Granetti”.
- 1992: **Coordinatore di marketing europeo** per Francia, U.K., Svezia, Belgio, Svizzera
 - Elaborazione dei primi piani strategici per singolo paese.
- 1993-1994: **Product manager** Pasta Fresca Ripiena, Uovo, Gnocchi (Barilla)
 - Dalla quarta alla seconda posizione di mercato dopo il leader Rana.
- 1995 - 1996 **Senior product manager** Pasticceria “Tenerezze” e Biscotti (Mulino Bianco)
 - Miglior risultato storico di pre-tax profit sulle “Tenerezze”;
 - Membro del progetto di “Reengineering d’Azienda” con consulenti BCG;
- 1996-1997: **Marketing manager** Snack (Baiocchi, Ringo, Cialdy, Yogowafer, Perù, Strudel)
 - Lancio di “Fuori Orario”;
 - Rilancio globale di “Ringo” Pavesi – nuova ricetta, nuovo logo 3D, nuovi pack, 2 nuovi spot, ideazione pay-off “a merenda vince Ringo” - con incremento dei volumi a due cifre sull’omologo a 30 anni dal lancio.
- 1997-1998: **Trade marketing manager** category merende e category pani (Mulino Bianco e Pavesi)
 - Condivisione con il consumer marketing dell’implementazione delle attività in store;
 - Assegnazione delle risorse per il trade (GDO) alla line di vendita di sede e di periferia;

Paolo Aghem (segue)

- Studi:**
- Laurea in **Economia e Commercio**, Facoltà degli Studi di Parma, votazione 104/110, tesi: "Dal Consumer Marketing al Trade Marketing" – Prof. G. Lugli
 - **I.T.C.** (Ragioneria), votazione 54/60
- (mi sono mantenuto gli ultimi 3 anni all'università lavorando presso uno Studio professionale come fotografo e cameramen, l'attività si concentrava sempre nei w.e.)*
- Formazione principale:**
- **Product Management** (Management Centre Europe- Bruxelles)
 - **Corso di inglese – Full Immersion** (Berlitz, Londra)
 - **Programma di Marketing Strategico** (SDA Bocconi – Milano)
 - **Motivazione e Leadership:** Il rapporto con i collaboratori (Studio M. Silvano)
 - **Redefining Marketing Management** (IMD – Losanna)
 - **Project Management** (O.D.I.)
- Formazione permanente:**
- **Il Merchandising** (I.S.D.I.)
 - **Rapporti Industria-Distribuzione** (Lugli, Fornari, Ravazzoni)
 - **Le Ricerche di Mercato** (Research International)
 - **Formazione sui Media** (Campanini)
 - **Evoluzione Trade europeo** (Gonzalez)
 - **Seminari sulla Comunicazione** (Porcellati)
 - **Seminari di Trade Marketing** (Gonzalez)
 - **Trade Satisfaction** (Demoskopea)
 - **Indagine Hard Discount** (Databank)
 - **Marche Private e Primi Prezzi** (U.B.)
 - **Category Management** (Cristini - Cermes)
 - **Scenari Futuri** (Sasson, Mannheimer, Finzi)
 - **La gestione di un Ufficio Stampa** (Centromarca)
 - **Digital Branding** (Centromarca/Google)
 - **SMM & Marketing** (Microsoft Accademy)
- Lingue straniere:** **Francese ed inglese:** conoscenza eccellente.
- Informatica:** Utilizzo avanzato pacchetto **Office** in ambiente Windows (Word, Excel, Powerpoint, Project), **Lotus, Internet** e delle transazioni aziendali relative al collegamento in rete.

Paolo Mario Aghem

