

INFORMAZIONI PERSONALI

Nome **PAOLO CELLINI**

PROFILO

Paolo Cellini ha lavorato in Francia, UK, USA, Israele in multinazionali Americane come Microsoft e Disney con crescenti responsabilità globali e in Italia come Amministratore Delegato/ Direttore Generale e membro di Cda di aziende private e pubbliche nei settori Media/ High Tech e Retail Insegna Economia Digitale alla Luiss ed ha al suo attivo diverse pubblicazioni e libri sulla materia

INCARICHI IN CORSO

•01/2016 ad oggi

- Nome e indirizzo del datore di lavoro
- Tipo di azienda o settore
- Principali mansioni e responsabilità

OCTO TELEMATICS S.P.A - ROMA

Connected Car, azienda leader mondiali nel settore della mobilità telematica con 5 milioni di veicoli connessi, sedi negli USA, UK, Francia, Spagna; Russia, Cina, 250 milioni di euro di fatturato
Vice President Business Innovation/Technology Scouting

•09/20015 ad oggi

- Nome e indirizzo del datore di lavoro
- Tipo di azienda o settore
- Principali mansioni e responsabilità

INVITALIA VENTURES S.P.A ROMA

Fondo di Venture Capital dello Stato Italiano
Venture partner e membro del Comitato Tecnico della misura Invitalia SMART e START

•09/2008 ad oggi

- Nome e indirizzo del datore di lavoro
- Tipo di azienda o settore
- Principali mansioni e responsabilità

INNOGEST CAPITAL, FONDO DI VENTURE CAPITAL

Fondo di Venture Capital leader in Italia con venti società partecipate Deal flow anno : 500 proposte di investimento ;
Venture Partner , CdA in Start up di portafoglio

•08 /2017 ad oggi

- Nome e indirizzo del datore di lavoro
- Tipo di azienda o settore
- Principali mansioni e responsabilità

AGENZIA ROMA MOBILITA

Agenzia per le tecnologie della mobilità urbana del Comune di Roma
Membro del CdA

•2005 ad oggi

- Nome e indirizzo del datore di lavoro
- Tipo di azienda o settore
- Principali mansioni e responsabilità

INSEGNAMENTO UNIVERSITARIO

LUISS UNIVERSITA DI ROMA

FACOLTA DI ECONOMIA
PROFESSORE DI ECONOMIA DIGITALE

ESPERIENZE LAVORATIVE PRECEDENTI

•10/2005 – 09/2008

- Nome e indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore

GRUPPO SEAT PAGINE GIALLE

TORINO

Il più grande editore europeo di Pagine Gialle e Bianche e il 5° al mondo con 1,4 mld di euro di fatturato, più di 5.000 mila dipendenti, più di 600 ml di euro Ebitda, 2.000 agenti di vendita, 650.000 clienti (pmi) e il 95% la brand awareness. Operazioni nel Regno Unito (Thomson), Germania, Francia, Spagna (Telegate)

- Principali mansioni e responsabilità

Direttore della divisione Internet e Direttore della divisione vendite - A riporto dell'Amministratore Delegato

- Principali mansioni e responsabilità
Divisione Internet

Direttore della divisione internet - A riporto dell'Amministratore Delegato
Pianificazione strategica per Internet; Tecnologia, innovazione e sviluppo prodotto; P & L di divisione; Strategic Marketing; 100 dipendenti (divisi tra marketing, project marketing, tecnologie); 170 ml di euro di fatturato in forte crescita.

Obiettivi : Divisione Internet

Nuova procedura di sviluppo prodotto, tre lanci di prodotti innovativi; Riorganizzazione del gruppo tecnologico con metodologia stage & gate, rapida prototipazione (rap) ed introduzione dell'open innovation management; Introduzione del gruppo di marketing con una metodologia di gestione del prodotto; introduzione del gruppo di project management; Sviluppo dei prodotti, il lancio, monetizzazione:

- Visual (satellite e di prodotto web geofenced)
- Pagine Gialle navigatore satellitare (in vendita a Fiat Group)
- Pagine Gialle Prenota (sistema di prenotazione alberghiero)
- Pagine Gialle Annunci
- Pagine Gialle mobile
- Visual site e prodotti advertising services per le pmi

- Principali mansioni e responsabilità
Divisione Vendite

Direttore della divisione vendite a riporto dell'Amministratore Delegato
1 mld di euro di raccolta pubblicitaria; costi della divisione (150 ml di euro), Profitti e perdite; Organico; Vendite, strategia, tattica e attuazione.

Struttura di reporting:

- A diretto rapporto un organico di 10 dirigenti e 400 dipendenti in 20 Uffici regionali e circa 1.500 agenti

Obiettivi : Divisione Vendite

Ristrutturazione totale della forza vendita; Strumenti di automazione della forza vendita; Turnaround delle vendite (da - 7% a + 3%); Introduzione delle vendite internet su base sistematica; Nuova segmentazione orientata al cliente; Gestione del portafoglio clienti (600.000 piccole e medie aziende); Ristrutturazione provvigioni; Nuovo reclutamento agenti; Procedura di assegnazione di destinazione (geomarketing based).

•03/2003 – 10/2005

- Nome e indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore

BUFFETTI – GRUPPO TELECOM ITALIA MEDIA

ROMA

Il più grande rivenditore di prodotti per l'ufficio in franchising, in Italia (1000 punti di vendita); dati del 2004: 126 ME (ml di euro) di fatturato; 4 ME Ebit, Ebitda 10,5 ME, 8 ME Free Cash Flow; 190 dipendenti diretti, 120 agenti di vendita, 3000 dipendenti indiretti; 15.000 referenze di prodotti in 8 categorie (editoria, sw, etc, cartoleria), 270.000 per le spedizioni; 100.000 chiamate in entrata; 175 ml di vendita al dettaglio; 10 ml di visitatori ogni anno nei negozi; 1,5 ml di clienti finali (87% business) e 450 ME fatturato a valore di sell out

- Principali mansioni e responsabilità

Amministratore Delegato

Ristrutturazione e turnaround dell'azienda

Risultati ottenuti:

La società è stata venduta nel 2005 a 7,5 volte l'Ebitda del 2004; La riduzione del debito: - 57 ml di euro; Forte aumento della redditività (OM + 30% a/a); Personale e riduzione dei costi di esercizio: - 40 capi; - 5 ml di euro;

Perimetrale e di gruppo semplificazione: cessione di:

- CIPI (azienda di promozione commerciale) 200 persone, 20 ME di fatturato;
- YS prodotto (distribuzione cartucce), 70 persone, 150 ME di fatturato;
- 7 società incorporate;
- Marketing;
- Strategia di leadership di marca, l'esecuzione sulla base del marchio Buffetti, Buffetti ri-posizionamento del marchio e logo re-design; Tre nuove categorie di prodotti a marchio Buffetti, introduzione (cartucce per stampanti, prodotti scrittura, stampa servizi on demand); 162 ml di unità vendute a marchio Buffetti; Buffetti Club Customer Fidelity Program; Buffetti-merchandising; 8 cataloghi di prodotti specializzati per anno; 4.000.000 di volantini (trimestrale) in bundle con la campagna nazionale di giornale + media

•10/2002 – 04/2003

- Nome e indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore

- Principali mansioni e responsabilità

CONSODATA ITALIA, GRUPPO TELECOM ITALIA MEDIA

ROMA

Azienda del Gruppo Seat, è una delle più grandi agenzie di direct marketing in Italia, con circa 200 dipendenti, 35 ME (2002), redditizia con due società controllate: CMI, sw specializzato geomarketing e applicazioni; Pubblibaby specializzate in direct marketing per le giovani madri

Amministratore Delegato

Semplificazione della struttura societaria e delle partecipate:

- Vendita della partecipata DWI;
- Forza vendita ristrutturazione e di automazione;
- Riduzione dei costi;
- Sviluppo di nuovi prodotti.

•10/2001 – 10/2003

- Nome e indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore

- Principali mansioni e responsabilità

BENETTON GROUP – 21 Nextwork

MILANO

21 Nextwork è la società di venture capital del gruppo Benetton nella tecnologia delle telecomunicazioni e dei media. Controllata da 21 Investimenti, Benetton Group

Vice President

Sviluppo Internazionale; gli investimenti in mezzi di informazione e del settore delle telecomunicazioni, la strategia e lo sviluppo del business, flusso di generazioni dei potenziali investimenti (dealflow), gli investimenti di follow-up.

- Obiettivi :

Gestione di :

Valis, Tel Aviv

Ceo ad interim

Comunità Internet Mobile, start up, partecipato da Piango (maggior Venture Capital Fund in Israele e AOL)

H3G, Londra

Consulente Senior UMTS strategie di contenuti per le strategie di contenuti e media in UMTS

Digibrands, Roma

Start up partecipata da Procter & Gamble nel settore internet advertgame, analisi degli investimenti e la negoziazione, società costituita

•04/1997 – 10/2001

- Nome e indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore

- Principali mansioni e responsabilità

DISNEY INTERNET GROUP

LONDRA

Disney Internet Group è la divisione internet di Walt Disney Company e una delle sue cinque divisioni principali che gestisce proprietà quali ESPN, ABC, Disney.

Vice President, Business Development and Strategy Europe, Middle East and Africa (EMEA)

E-commerce Business: Disney ONline Shop (EMEA)

Pagare I contenuti (Disney Blast prodotto)

Portal (Go)

Partenariati / New Business

Pianificazione strategica

Multi-piattaforma di sviluppo contenuto (wireless / televisione interattiva/ a banda larga)

Strategie:

Strategie e impostazione di scenari, mercato, previsione tecnologica e di analisi, proposta di partenariato strategico, modellazione del business.

Sviluppo commerciale:

Nuove opportunità di identificazione delle imprese, processo di approvazione con gli USA, concetto operativo, test sul prodotto e perfezionamento, potenzialità, cliente, selezione dei partner, trattative pre-contrattuali, negoziati affare, espansione globale divisionale.

Operazioni:

Key account management, customer satisfaction, creazione di valore per la clientela, co-marketing, co-branding. Operazioni di co-promozione con il partner, operazione day by day.

Sviluppo del prodotto:

Banda larga, SMS, loghi e suonerie di produzione, di pianificare e di bilancio, giochi per cellulare.

Marketing:

Marketing e branding, programmi di co-branding in 11 paesi, ricerche di marketing.

P & L (profitti e perdite):

Responsabilità totale P & L per la linea di business gestiti, sugli investimenti, redditività, controllo dei costi per l'operazione, responsabilità di bilancio.

Riporto al Senior VP e MD International della divisione (tutti i paesi esclusi gli USA)

Responsabilità geografica:

EMEA (portale, e-commerce, pagare i contenuti, iniziative strategiche) America Latina, contenuti a pagamento.

Team di gestione:

Membro del Cda

Infoseek Germania: Joint Venture Disney/Togline (DT)/ Axel Springer

- Obiettivi :
 - Start up della divisione internazionale: da 2 a 100 dipendenti in sei mesi:
 - 400% di crescita anno entrate/anno
 - Business plan target centrati
 - Responsabile per il 95% dei ricavi International
 - Area più redditizia del Disney Internet Group
 - 15 contratti pluriennali per circa 100 milioni di dollari
 - Negoziato con successo (personalmente) con aziende blue chip in tutto il mondo, negoziato tenuto in lingua locale: inglese, francese, italiano e spagnolo
 - Nuove relazioni stabilite con i principali partner, quali: Telefonica, Telecom Italia, Grolier Hachette, Cable and Wireless, Kpn, Tele2, Multimedia Portogallo, Betel Interl, Nokia, BT.
 - Key account Manager in 10 paesi
 - Due nuove aree di business individuate e lanciato in tutto il mondo, e altre due iniziative in fase di approvazione finale aziendale
 - Presenza (distribuzione dei prodotti) in 29 paesi e nove lingue attraverso partnership
 - Pubblicità e di sponsorizzazione affare pan-europea con due grandi società di vendita pubblicitaria
 - Europeo piani operativi per la pronta e-commerce, piano portale di lancio per Europa
 - Digital Interactive televisione piano del contenuto, contenuti a banda larga
 - Mobile game
 - Promosso due volte in due anni.

• **1993 - 1997**

- Nome e indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore
- Principali mansioni e responsabilità

DISNEY INTERACTIVE EUROPE

PARIGI

Direttore, Editoria e Business Development and Alliances direttore EMEA e Paese per Italia
Strategia editoriale e di pianificazione, analisi di prodotti e categorie; pianificazione prodotti; acquisizione dei contenuti; trattative contrattuali. Partnership per la distribuzione dei giochi nei segmenti Pc e stampanti, gestione progetti, pianificazione di marketing e operazioni.

Principali risultati raggiunti:

Partnership pan europea con Apple, partnership/marketing/in bundle con:

Apple (2 accordi) con la creazione di "Raccolta Apple Magic"; pacchetto, incluso in ogni confezione computer Apple in 17 paesi;

Lexmark, Hp, (segmento stampante) e Packard Bell (segmento Pc) personaggi Disney pubblicizzati sulla confezione della stampante esterno e CD incluso nella confezione.

• **1993 - 1994**

- Nome e indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore
- Principali mansioni e responsabilità

Principali risultati raggiunti:

DISNEY INTERACTIVE

MILANO

Country Manager

Paese profitto e la responsabilità di perdita, la pianificazione di prodotti e di servizi; pubbliche relazioni; pubblicità delle attività; localizzazione del prodotto; la distribuzione di gestione; pricing. Distributivi innovative/strategia di prodotto re-packaging attraverso le edicole: più di 100.000 copie di cd-rom venduti in una settimana e 600.000 in un anno in bundle con Topolino, Disney rivista settimanale di fumetti, così da raggiungere in numero 1 paese europeo per le vendite. Disney cd-gioco e il programma di bundle Topolino sono ancora oggi in vendita Marketing innovativo in TV: in un programma televisivo due squadre di ragazzi sono in concorrenza a giocare con la stessa Disney CD Rom: il team più veloce vince un premio

• **1989 - 1993**

- Nome e indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore
- Principali mansioni e responsabilità

MATRA-HACHETTE GROUP (INTECS)

ROMA E TOLOSA

Software Development

Marketing e Planning Director Corporate – Multimedia Divisione Vice President

Pianificazione strategica, Corporate controllo di gestione, marketing key account; Profitti e perdite responsabilità; consultazione; progetti di R & S con la Commissione Europea.

• **1985 - 1989**

- Nome e indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore
- Principali mansioni e responsabilità

MICROSOFT

ROMA e SEATTLE

Software House Americana

Program Manager

COMMISSIONE EUROPEA

NEW MEDIA

Strategia/Analisi di mercato

- Philips Europa Interactive Media (Pime), Londra, 1990. Assegnazione: Mercato CDI analisi e di strategia.
- DG XIII (CEE) Lussemburgo, 1991. Assegnazione: disco ottico finanziamento di progetti di valutazione, Impatto azione.
- DG XIII (CEE) Lussemburgo 1991. Assegnazione: Multimedia tendenze del mercato.
- DG XIII (CEE) Lussemburgo 1991. Assegnazione: CDI / revisione ROM progetti, l'azione d'impatto.

FONDO DI VENTURE CAPITAL

- CLUB D INVESTISSMENT MEDIA (fondi di investimento più importanti produttori europei: le nuove tecnologie nei settori audiovisivo) Parigi 90/94. Assegnazione: valutazione delle potenzialità del mercato; digitale progetto mediatico-ritorno per l'analisi degli investimenti.

TELEVISIONE

Alta definizione televisiva

- , Parigi 1990-1992. Assegnazione: analisi di mercato e di progetto selezione

Interactive Television

- azione televisione interattiva, Parigi 1994: il quadro tecnologico e dell'economia, studio di fattibilità.

Broadcasting

• **DGX / RAI** (televisione di Stato Italiana) Roma 1994. Assegnazione: TV interattiva multimediale e RAOM CEMEI, consorzio RAI/STET/Philips, Roma 1992; Assegnazione: i mercati dei nuovi media.

TELECOMUNICAZIONI

Multimedia

DG XIII (CEE), Lussemburgo 1994. Assegnazione: Advanced. Multimedia telecomunicazioni R & D di valutazione dei progetti, l'azione ACTS

Applicazioni telematiche

La DGXIII (CEE) Lussemburgo 1994. Assegnazione: valutazione delle domande nuove telecomunicazioni in media del settore. Informazioni azione di ingegneria.

MULTIMEDIA SOFTWARE TECHNOLOGIES

Computer Animation

• DGX (CEE) Parigi 1993; Assegnazione: la tecnologia, lo stato dell'arte delle misure Computer Cartoon.

Software avanzate tecnologie

• DG III (CEE) Bruxelles 1994. Assegnazione: impatto dei nuovi strumenti di authoring per l'industria multimediale.

INSEGNAMENTO UNIVERSITARIO

• 2005

Luiss, Facoltà di Economia e Commercio, Roma, Italia

Docente di Marketing Strategico e Brand Management; Marketing dei Servizi; Internet Economics. Economia Digitale

• 1995 - 1996

Multimedia Master, Ecole Nazionale, Telecom Sup NSBA E, Parigi

• 1996 - 1997

Multimedia Master, Sup Ecole Nazionale, Telecom ENSBA, Parigi

ALCUNE PUBBLICAZIONI

- *Relazione per l'industria dell'informazione in Italia*, Pres. del Consiglio dei Ministri, Italia, 1987.
- *Nuove frontiere della Information Industry*, Pres. del Consiglio dei Ministri, Italia, 1988/1993;
- *Tecnologie Didattiche*, Formez, Italia, 1988;
- *Electronic Publishing*, Media 2000, Italia, 1988;
- *CD ROM In Italia*, Interactive Media Internationa, Inghilterra, 1988
- *Relazione per l'industria dell'informazione in Italia*, Pres. del Consiglio dei Ministri, Italia, 1989;
- *Un approccio di marketing al Business CD-ROM in Italia*, CD di dati del report, USA, 1990,
- *Facilitare l'editoria elettronica*, Van Nostrand Reinhold, New York, 1992 (ISBN 0-442-00523-7)
- *Internet Economics*, Luiss University Press, Roma, 2013.

Blog sul Sole 24 ore Nova

CONFERENZE INTERNAZIONALI (Speaker)

- *Festival Europeo del software*, Ustica, 1987
- *Europei di CD-ROM*, Conferenza, Roma, 1989
- *Conferenza Microsoft*, S. Francisco (USA), 1990
- *Europei di CD-ROM*, Conferenza, Londra, 1990
- *INSYS*, Barcellona, 1990
- *INFOPTIC*, Parigi, 1990
- *Microsoft CD-ROM*, Conferenza, Wiesbaden, 1990
- *CDI*, Conferenza Mondiale, Londra, 1992
- *CDI*, Conferenza Mondiale, Londra, 1993
- *MELIA*, Nizza, 1994

- *Imagina*, Montecarlo, 1994
- *Digimedia*, Ginevra, 1992
- *MELIA*, Nizza, 1995
- EAPD, Conferenza, Lisbona, 2005
- *Pagine Gialle Oggi*, Wien, 2005
- *Kelsey Group*, Conferenza, Los Angeles, 2006

ISTRUZIONE

Laurea in Scienze Politiche, Università "La Sapienza", Roma, Italia

CAPACITÀ E COMPETENZE**PERSONALI**

Acquisite nel corso della vita e della carriera ma non necessariamente riconosciute da certificati e diplomi ufficiali.

MADRELINGUA Italiana

ALTRE LINGUE

- | | |
|---------------------------------|------------|
| | INGLESE |
| • Capacità di lettura | eccellente |
| • Capacità di scrittura | eccellente |
| • Capacità di espressione orale | eccellente |

ALTRE LINGUE

- | | |
|---------------------------------|------------|
| | FRANCESE |
| • Capacità di lettura | eccellente |
| • Capacità di scrittura | buona |
| • Capacità di espressione orale | buona |