

VALENTINA MANFREDI

COUNTRY MANAGER GOOGLE ITALIA

NON-EXECUTIVE BOARD DIRECTOR



CONTATTI



Milano, IT

QUALIFICHE ACCADEMICHE

Executive Master in Cyber Security e Data Protection
Sole 24 Ore Business School
Milano | 2023

In the Boardroom
Valore D
Milano | 2022

Board Academy
Luiss Business School
Roma | 2021

MBA
SDA Bocconi Business School
Milano | 2010

Laurea in Relazioni Pubbliche e Sociologia dei Consumi
IULM
Milano | 2002

PROFILO

C-level con oltre 20 anni di esperienza internazionale e **consolidato track record nel mondo digital e tech.**

Nel mio percorso ho maturato competenze di strategia, business planning, business transformation, design e gestione di processi di riorganizzazione.

Appassionata di tecnologia ricopro il ruolo di **consigliere non esecutivo in società quotate** con delega su temi legati a **innovazione, trasformazione digitale, cyber security e sostenibilità.**

Ho svolto un'**attività executive come Country Manager in Google** dove ho collaborato all'accelerazione digitale delle più grandi aziende italiane.

Con l'obiettivo di creare un ecosistema favorevole all'innovazione e agevolare un migliore equilibrio di genere sono impegnata come **business angel e mentore per start up innovative a gestione femminile** attraverso il network Angels for Women.

BOARD EXPERIENCE

ISTITUTO VOLTA, NON EXECUTIVE DIRECTOR

Istituto Volta | 2024 - presente

Istituto Volta è uno dei principali player nel mercato italiano della formazione professionale con un fatturato di €15 mln. Il gruppo offre un'ampia gamma di corsi, prevalentemente nel mondo IT ed Healthcare.

KYIP Capital, attraverso il suo fondo dedicato alla trasformazione digitale, ne ha acquisito il controllo nel marzo 2024.

FLORENCE GROUP, NON EXECUTIVE DIRECTOR

Florence Group | 2023 - presente

Fondato nel 2020, Gruppo Florence è stato ideato con l'obiettivo di consolidare la frammentata filiera produttiva dell'industria del lusso attraverso l'aggregazione dei principali player italiani.

Oggi è la principale piattaforma industriale italiana dedicata alla moda di lusso.

Il Gruppo Florence ha registrato un fatturato di 660M€ nel 2022.

COMPETENZE

// TECNICHE

Trasformazione digitale
Machine learning (ML)
Intelligenza artificiale (AI)
Cyber Security

Online advertising
E-commerce, M-commerce, S-commerce
Social Media

// PROFESSIONALI

Strategia
Corporate Governance
Financial reporting, P&L
Risk management/mitigation
Critical thinking
Negoziazione
Leadership

// LINGUISTICHE

Italiano (nativo)
Inglese (nativo)
Francese (Fluente)
Spagnolo (Fluente)

SOFT SKILLS

Problem-solving
Approccio collaborativo
Gestione dei conflitti
Velocità di apprendimento

RICONOSCIMENTI

1.000 Curricula Eccellenti

Fondazione Bellisario | Roma, IT
2015

Il PE globale Permira ne ha acquisito la quota di maggioranza nell'ottobre 2023.

CAIRO COMMUNICATION NON EXECUTIVE DIRECTOR

Cairo Communication | 2023 - presente

Cairo Communication S.p.A. è capofila di un gruppo di aziende (La7, RCS, Cairo Editore, Cairo Publishing, Il Trovatore, Editoriale Giorgio Mondadori) che operano nel settore editoriale. La società, che nel 2022 ha fatturato 1.17M€, è quotata negli indici FTSE STAR della Borsa Italiana.

- [Non Executive Board Member](#)
- [Membro del Comitato Remunerazioni e nomine](#)

PIQUADRO NON EXECUTIVE DIRECTOR

Piquadro Group | 2022 - presente

Piquadro è un'azienda leader nella produzione di accessori business e da viaggio premium. Il fatturato 2022, pari a 171 milioni di euro, registra una crescita del 21% YoY.

La società è quotata alla Borsa di Milano dal 2007 e controlla tre marchi: Piquadro, The Bridge, Lancel.

- [Non Executive Board Member](#)
- [Membro del Comitato Controllo e Rischio](#)
- [Membro del Comitato Nomine e Remunerazioni](#)

GROUPON ITALY EXECUTIVE DIRECTOR

GROUPON | 2018 - 2021

Groupon è una multinazionale di matrice nord americana quotata al NASDAQ che, con una top line EMEA di 1.6M\$ e oltre 18 milioni di clienti, ha ridefinito il modello con cui le piccole/medie aziende operano online proponendo i propri prodotti sui canali digitali e attraendo nuovi clienti.

- Managing Director Italia
- [Executive Board Member](#) Nel ruolo di Managing Director ho partecipato regolarmente ai CdA presentando e discutendo il piano strategico, validato la strategia in ottica di creazione di shareholders value, disegnato un piano di successione, condiviso e valutato i piani di risk management, discusso e validato le principali operazioni di turnaround post Covid (licenziamento collettivo in accordo con le principali sigle sindacali e piano di rilancio).

EXECUTIVE EXPERIENCE

COUNTRY MANAGER ITALY

Google | 2021 - Aprile 2023

Nel mio ruolo, assimilabile alla figura del [COO](#), ho guidato la business unit italiana all'interno dell'[headquarter EMEA di Dublino](#).

Sono stata responsabile del [P&L da 1.65 miliardi di \\$ \(+14% YoY\)](#), e il [mio obiettivo principale è stato di accelerare la digital maturity delle aziende](#) nei settori Retail, FMCG, Fashion, Luxury, Telecomunicazioni,

PUBBLICAZIONI

“Obiettivo sostenibilità. Nuove traiettorie di sviluppo per il turismo italiano.”

In partnership con Aiceo e Deloitte, 2022

“Il bello e il buono dell’Italia, il turismo in 5 mosse”

In partnership con Aiceo e Deloitte, 2020

ORGANIZZAZIONI

Nedcommunity

Membro
2021 - presente

Valore D

Membro
2021 - presente

Angels for Women A4W

Membro, investitore, mentore
2020 - presente

Luiss Alumni

Membro
2020 - presente

Bocconi Alumni

Membro
2010 - presente

INTERESSI

Viaggi

Arte & Design

Digital & Technology

Sport: Vela, Sci, Corsa

Utilities, Tecnologia, Finanza, Automotive, Turismo ed Enti Governativi.

La mia posizione è stata strategica per guidare il team in una struttura matriciale (team ingegneristici e di prodotto, vendita, operation e sales operations, regolatorio, compliance, marketing e comunicazione), garantire rigore operativo, eccellenza di prodotto e possibilità di operare su larga scala.

- Definizione del Business Plan annuale in ottica di massimizzazione della shareholders value con forte attenzione alla centralità del cliente. Direzione degli sforzi di Customer Centricity a livello EMEA coinvolgendo l’85% dei clienti nella definizione di un piano annuale congiunto e ottenendo un tasso di soddisfazione dell’89%.
- Sviluppo dei prodotti Search (+12% YoY sui prodotti core responsabili per il 70% del fatturato) attraverso un approccio trasformativo incentrato su machine learning (ML) e automazione.
- Accelerazione della diffusione (+25% YoY) delle properties video come Youtube e Connected TV attraverso strumenti di intelligenza artificiale (AI) che hanno permesso di massimizzare la reach e la monetizzazione sui target Millennials, Gen Z e Gen Alpha.
- Definizione di nuovi standard di leadership e collaborazione attraverso la selezione, formazione, creazione di piani di crescita e retention del team. Questo processo ha portato l’Italia ad essere leader in EMEA sull’indice ‘People Managers’ e su Google Geist (survey di soddisfazione dei team interni) con indici di favourability superiori al 95%.
- Role modeling su temi ESG di diversity, equity e inclusion attraverso l’iniziativa #I’m remarkable volta a sostenere gruppi sottorappresentati (per genere ed etnia) nel loro percorso di crescita professionale.

MANAGING DIRECTOR ITALY

GROUPON | 2018 - 2021

Groupon è il marketplace globale che ha ridefinito le modalità di interazione fra piccole/medie imprese e consumatori.

In qualità di Managing Director Italia, responsabile per un P&L di 100M€, il mio obiettivo principale è stato di guidare il rilancio della business unit ridisegnando il business model, introducendo elementi di innovazione di prodotto e tecnologica, ridefinendo le politiche di gestione del personale.

- Membro del leadership team EMEA (ILT) per la definizione del piano strategico internazionale.
- Design ed esecuzione di un turnaround che ha incluso la ridefinizione del business model, dei processi operativi e le dimensioni e qualifiche del team.
- Ridefinizione delle sales operation e delle politiche di revenue management basate su sistemi di data analytics e potenziate da algoritmi di machine learning (ML) che hanno generato un miglioramento del 25% delle capacità di forecasting e

- revenues incrementali per un valore di 1.5M\$.
- Rilancio delle attività di vendita con un incremento della produttività dell'89% grazie all'introduzione di strumenti di analisi predittiva dei dati e intelligenza artificiale (AI).
- Implementazione dei processi di automazione robotica per la riduzione dei costi e il miglioramento dei livelli di servizio.
- Lancio di una campagna di marketing online e offline volta al completo rebranding e riposizionamento che ha portato ad un aumento della brand awareness del 94% e della brand preference del 65%.
- **Dal 2019 Booking Tool Digital Transformation Officer EMEA e APAC** con il mandato di definire strategia, innovazione di prodotto e piano di roll out per il nuovo tool di interfaccia con gli utenti (UX experience) per 13 paesi (IT, UK, DE, FR, ES, PL, BE, NE, IE, UAE, AU, NZ, JP). Il lancio di questa tool ha generato un aumento della customer satisfaction del 20% e un incremento delle revenues pari all'11%.
- Guida di un team di 250 persone in 13 paesi. Design e supervisione dei processi di attrazione, formazione e retention dei talenti. Gestione del processo di ristrutturazione e licenziamento collettivo post Covid in accordo con le principali sigle sindacali.

CHIEF MARKETING OFFICER

Casa.it | 2016 - 2018

Casa.it è il leader italiano dei portali immobiliari (digital classified) e ha funzioni di capogruppo per analoghe società in Francia, Germania e Lussemburgo.

- Membro del leadership Team che ha guidato il turnaround con il supporto del fondo di Private Equity Oakley Capital.
- Completo turnaround e raddoppio dell'EBITDA nel primo anno di operatività.
- Sviluppo e delivery del piano di rilancio con responsabilità diretta sulle aree customer e consumer marketing, advertising, social media, PR, marketing intelligence, go to market, sales training e CRM.
- Progettazione e implementazione del piano di marketing, branding e comunicazione per Italia, Francia, Germania e Lussemburgo con iniziative sia internazionali che locali che hanno aumentato la brand awareness (+5%), le visite al sito (+49%) e il tempo speso sul sito (+13%).
- Generazione di revenues incrementali per 2M€ grazie allo sviluppo di servizi innovativi basati sulla gestione dei dati proprietari.
- Selezione, formazione, upskilling di un team di 21 persone, gestione di un budget di 9.5M€.

DIGITAL TRANSFORMATION OFFICER

OPI | 2014 - 2016

- Guida di un progetto di digital transformation per OPI, marca leader nei prodotti di lusso per la cura di mani e unghie.

- Definizione di una strategia omnicanale online (sito consumer e professionale, social media...) e offline (distribuzione in catene di profumerie e nailbar/SPA).
- Coordinamento delle attività commerciali e di marketing.
- Gestione di un team consulenziale di 3 persone e, in dotted line, di un team commerciale di 55 persone.

CHIEF DIGITAL OFFICER

SugarBox | 2012 - 2014

- Sviluppo di un modello di e-commerce evoluto per il mercato cosmetico di lusso.
- Focus su servizi di consulenza sulle strategie digitali volte a impostare e massimizzare e-commerce, mobile commerce, e social media commerce.
- Gestione di un team di 8 persone e di un budget di 3M€.

CHIEF COMMERCIAL OFFICER

GlossyBox | 2010 - 2012

- Costituzione della start up italiana, facente capo al gruppo di venture capital Rocket Internet, e focalizzata su un modello di recurrent e-commerce per il mondo cosmetico.
- Definizione del modello di business e business planning.
- Responsabilità diretta su social media marketing, digital PR, online advertising, SEO/SEM, content creation, affiliate marketing, lead generation, email marketing, web analytics e reportistica.
- Gestione di un team di 9 persone e di un budget di 3M€.

MARKETING MANAGER

UPIM | 2008 - 2009

- Responsabile per il posizionamento del brand, campagne ADV, trade marketing, comunicazione e merchandising in store (700 POS e 1.100 corner interni).
- Lancio del piano di CRM/loyalty (3.5M di sottoscrizioni in 12 mesi) e gestione delle attività di co-marketing e partnership strategiche.
- Gestione di un team di 5 persone e di un budget di 7M€.

TRADE MARKETING MANAGER

Vodafone | 2005 - 2008

- Creazione e gestione del piano di Trade Marketing per i canali di vendita diretta (800 Vodafone One) e indiretta (4.000 POS nei canali GD e GDO).
- Gestione di un team di 3 persone e di un budget di 9M€.

ACCOUNT EXECUTIVE

DDB | 2003 - 2005

- Sviluppo di strategie di comunicazione e campagne pubblicitarie per Vodafone e Azimut Yacht.

MILANO, 27/3/2024

Valentino Beatrice Manfredi

