

# Federico Santoro

P.zza Vittorio Emanuele 6  
20020 LAINATE (MI)  
Tel. +39 340 123 33 79  
e-mail: [federico.santoro@santoro.pro](mailto:federico.santoro@santoro.pro)

## Dati Personali

**Luogo e data di nascita:** Moncalieri (TO), 23 Marzo 1967

**Stato civile:** Sposato, 3 figli (nati nel 1998, 2002, 2011)

**Lingue conosciute:**

Inglese	Ottimo
Francese	Ottimo
Spagnolo	Buono
Portoghese	Buono

## Skills and Qualifications

### Skills

- C-level Executive di estrazione marketing-commerciale; razionale, analitico, ma con una spiccata creatività e con elevate capacità di problem solving; abituato a lavorare sotto pressione e con una grande conoscenza del funzionamento aziendale nel suo complesso; leader naturale, capace di guidare, motivare e contagiare di entusiasmo il team e valorizzare le capacità dei singoli verso il raggiungimento degli obiettivi; grandi capacità e velocità di apprendimento che hanno consentito di maturare con successo esperienze in mercati e settori molto diversi.
- Esperienze maturate in diversi mercati BtoC e BtoB (luxury, fashion, arredamento, editoria e largo consumo)

## Formazione

- Laurea in Economia Aziendale conseguita nel 1994 presso l'Università Commerciale L.Bocconi a Milano.
- Diploma di Maturità Scientifica conseguita presso il Liceo Scientifico G.B.Vico di Corsico (Mi).
- Diploma di First Certificate in English rilasciato dalla University of Cambridge e conseguito presso il British Institutes di Milano

## Career Summary

Da Sett 2015	<b>Management Consultant</b>	<b>Federico Santoro - Milano</b>
Da Apr 2013	<b>CEO&amp;Founder</b>	<b>SANTHOR s.r.l. - Milano</b>
Gen 2011 - Ott 2012	<b>General Manager B.U. Fashion</b>	<b>DAMIANI Group - Milano</b>
Gen 2009 - Gen 2011	<b>Marketing Worldwide Corporate Director</b>	<b>DAMIANI Group - Milano</b>
Apr 2008 - Gen 2009	<b>Sales&amp;Marketing&amp;Retail Director Damiani Italia</b>	<b>DAMIANI S.p.a. - Milano</b>
Mar 2007 - Apr 2008	<b>Sales&amp;Marketing Director Damiani Italia</b>	<b>DAMIANI S.p.a. - Milano</b>
Apr 2006 - Mar 2007	<b>Sales Director Damiani Italia</b>	<b>DAMIANI S.p.a. - Milano</b>
Giu 2004 - Mar 2006	<b>Marketing Director Manetti&amp;Roberts</b>	<b>Bolton Gr. (Manetti&amp;Roberts) - MI</b>
Feb 2002 - Giu 2004	<b>Sales Director Manetti&amp;Roberts</b>	<b>Bolton Gr. (Manetti&amp;Roberts) - MI</b>
Gen 1999 - Feb 2002	<b>Trade Marketing Manager M&amp;R</b>	<b>Bolton Gr. (Manetti&amp;Roberts) - MI</b>
Apr 1998 - Giu 1999	<b>Trade Marketing Manager</b>	<b>SAIPO L'OREAL - Torino</b>
Apr 1997 - Apr 1998	<b>Trade Operations Manager</b>	<b>UNILEVER (Sagit) - Roma</b>
Gen 1996 - Apr 1997	<b>National Accounts Assistant Manager</b>	<b>UNILEVER (Sagit) - Roma</b>
Giu 1994 - Gen 1996	<b>Junior Key Accounts Manager</b>	<b>UNILEVER (Sagit) - Milano</b>

## Esperienze Professionali

### **Federico Santoro (Management Consulting)** da Set 2015

Fin dalla fine del 2012 collaboro con alcuni fondi privati d'investimento per la valutazione di acquisizioni di noti brand nel settore farmaceutico, cosmetico, luxury/pelletteria, luxury/gioielli, food/caseario, food dolciario e e-commerce. In particolare mi occupo di: *analisi del mercato, analisi e valutazione strategia marketing e commerciale, analisi di redditività, valutazione posizionamento di mercato e potenziale di sviluppo,*

Del mese di settembre 2015 svolgo l'attività di Management Consultant. In particolare sto seguendo da settembre 2015 a tempo pieno un progetto con la Puricelli s.p.a., azienda leader nella produzione di laminati plastici destinati al rivestimento di superfici nell'arredamento (cucine, componenti d'arredo, porte, tavoli), nel settore navale e nel campo edile (facciate ventilate, balconate, sottotetti).

Mi sono occupato della riorganizzazione commerciale, dello sviluppo dei processi organizzativi, dello sviluppo della strategia commerciale e di comunicazione, della definizione dei budget annuali, della formazione del personale, del coaching (in occasione del passaggio generazionale avvenuto nel 2017), della gestione e della negoziazione di trattative complesse con clienti e fornitori, analisi di copertura clientela, sviluppo ed apertura nuovi clienti/Paesi. A tal fine, ho svolto viaggi di lavoro in tutto il mondo in occasione di fiere di settore e meetings con potenziali nuovi clienti: Americhe (U.S.A., Brasile), Europa (tutta), Middle East (Israele, Emirati), Far East (China, Malaysia).

### **Santhor s.r.l., Milano** da Apr 2013

*La Santhor srl è una start up che opera in ambito Editoriale e si rivolge ad un target costituito dai bambini in età pre-scolare. La società è nata nell'aprile del 2013 ed ha sviluppato il progetto "Pulcino Biricco". Questo progetto nasce con l'obiettivo di creare un mondo fantastico dedicato ai bambini e costruito rispettando i parametri di comprensione caratteristici dei bambini in età pre-scolare (1-5 anni). Alla base del progetto vi è uno studio, sviluppato insieme ad un pediatra, esperto in crescita e sviluppo psico-fisico e che fa parte della compagine societaria. Il progetto si concretizza in un sito web, diverse applicazioni mobile, compilation di canzoni per bambini e relativi video animati.*

Nel mese di ottobre 2012, ho deciso di intraprendere un'attività imprenditoriale e mi sono occupato dello sviluppo del progetto Pulcino Biricco, di cui sono stato l'ideatore originale; ho costituito nell'aprile 2013, la società Santhor s.r.l. La società è iscritta alla SIAE come Editore originale e nel settembre del 2013 ha pubblicato un CD (con 10 canzoni originali) e ha prodotto 7 video animati, che hanno raccolto su youtube oltre 300.000 visualizzazioni; la pagina di Facebook conta oltre 4.000 fans e l'applicazione mobile per ipad, lanciata nel gennaio 2014 è stata per due mesi in testa alla classifica delle app per bambini più scaricate su Apple Store.

La Santhor ha firmato nell'agosto 2014 il primo contratto di licenza nella categoria personal care con Admiranda. La società è, al momento attuale, inattiva.

### **Damiani Group, Milano** da Apr 2006 a Ott 2012

#### **General Manager - BU Fashion** (da Gen 2011 a Ott 2012)

Responsabilità diretta dell'Ente dell'intera Business Unit che include il brand di proprietà Bliss (con vendite multicanale: retail, diretto ed in franchising e wholesale) e le marche di terzi gestite in licenza (Ferrari, Ducati, Maserati, GFFerré, Jil Sander, John Galliano).

La posizione riporta al Presidente, Dott. Guido Damiani. Mi riportano in questa funzione in tutto 36 persone.

Alla Business Unit, riportano anche i due punti vendita diretti (ed il relativo personale), Torino ed Alessandria (chiusa nel giugno 2012). Il fatturato della BU era di 15 mio di €.

Principali risultati: Nel corso del 2011 e del 2012, nonostante le difficilissime condizioni di mercato, si sono conseguiti importanti risultati in termini di cost savings e di miglioramento del circolante netto, riportando la Business Unit a break-even:

- Riduzione DSO del 40%
- Riduzione dello stock di magazzino del 25% a valore e del 50% a volume
- Riduzione dei costi operativi generali del 32%
- Ristrutturazione Forza Vendita attraverso accorpamento reti vendite Bliss e Licenze
- Chiusura accordi di licenza non profittevoli e attuazione nuovi accordi di fornitura (no royalties garantite)
- Revisione e razionalizzazione parco fornitori
- Turnaround strategico della marca Bliss: riposizionamento, revisione gamma offerta, sviluppo attraverso "innovazione e concetti" piuttosto che "solo design/prodotto", razionalizzazione lanci nuove collezioni.
- In termini distributivi, sono stati aperti nel 2010 i mercati di Messico e Cina (5 punti vendita aperti a Shanghai).

Frequenti viaggi all'estero per Fiere e/o visita filiali e partners: Shanghai, Hong-Kong, Mumbai, Las Vegas, New York, Dubai, Sao Paulo, Rio de Janeiro.

---

## **Marketing & Communication Worldwide Corporate Director** *(da Gen 2009 a Gen 2011)*

Responsabilità dello sviluppo strategico di marketing e comunicazione di tutte le marche proprie del Gruppo (Damiani, Salvini, Alfieri St.John, Bliss).

La posizione riporta al Presidente, Dott. Guido Damiani.

Mi riportano in questa funzione 20 persone, di cui 6 dirigenti e 3 dislocate presso la sede di Lugano (Svizzera).

Principali risultati: sviluppo nuova brand strategy per tutte le marche del Gruppo; risoluzione aree di sovrapposizione dei brands; riorganizzazione struttura e coordinamento strategie di sviluppo su filiali estere.

Nel corso dell'anno sono stato intervistato su numerose testate, tra cui: Il Sole 24 ore, Gentleman&Business (che mi ha dedicato un intero articolo nel luglio del 2009), Milano Finanza, Radio RAI.

---

## **Sales, Marketing & Retail Director** *(da Apr 2008 a Gen 2009)*

Dal mese di Aprile 2008 ho assunto anche la Direzione Retail. In questa posizione mi riporta anche il personale delle 5 Boutique Damiani (Milano, Roma, Firenze, Bologna, Napoli), in tutto 22 persone.

Dal giugno 2008, la mia posizione riporta direttamente al Presidente, Dott. Guido Damiani.

Principali risultati: apertura della Boutique di Napoli (agosto 2008); lancio della campagna advertising con Sharon Stone; sotto il profilo degli economics, nonostante il drammatico momento di mercato vissuto nel 2008, ho salvaguardato gli obiettivi di Ebitda Italia, attraverso una drastica riorganizzazione della struttura vendite (da 10 a 6 Key Accounts) ed un forte savings nei costi di marketing, riuscendo a contenere i costi più che proporzionalmente rispetto alla perdita di fatturato.

---

## **Sales & Marketing Director** *(da Mar 2007 a Apr 2008)*

A marzo 2007 assunto, in aggiunta alla Direzione Vendite, la responsabilità del reparto Marketing & Comunicazione Damiani Italia, composto da 7 persone.

Il reparto si occupa anche dello sviluppo strategico e di coordinamento delle filiali Damiani International, Damiani Japan e Damiani USA.

La posizione riporta al Direttore Generale di Damiani S.p.A.

Principali risultati: Chiusura anno fiscale 2008 (aprile 2007-marzo 2008), raggiungendo gli obiettivi di budget: chiusura del 30% dei clienti esistenti e crescita del 12% di fatturato a parco clienti costante. Cost saving del 25%.

La società si è quotata in Borsa nel novembre 2007. Sono stato responsabile di tutto il processo di comunicazione nella fase di IPO, sviluppando la campagna pro-adesione, la comunicazione informativa, la grafica del Prospetto Informativo e la pubblicazione della sezione IR sul sito internet.

Sono citato all'interno del Prospetto Informativo, come uno dei key people del Gruppo.

Faccio parte del ristretto gruppo di persone in possesso di informazioni sensibili per la determinazione del prezzo delle azioni sul mercato telematico.

---

## **Sales Director** *(da Apr 2006 a Mar 2007)*

In questa posizione riporto al Direttore Generale di Damiani spa. La struttura che dirigo è composta da 21 persone. Fatturato gestito 40 mio di Euro.

Principali risultati: creazione di una struttura di contrattualistica con cui gestire investimenti e rapporti commerciali, sviluppo di una metodologia basata su analisi stock e misurazione dati di sell-out, chiusura del 20% dei clienti attivi, con una crescita di fatturato del parco esistente del 12%.

## **Exportex/Bolton Group, Milano (Manetti & Roberts)** *da Feb 2002 a Mar 2006*

### **Marketing Director (Neutro Roberts)** *(da Giu 2004 a Mar 2006)*

Neutro Roberts è il brand più importante dell'azienda (63 mio Euro IFRS).

Il brand ha consolidato la leadership nel mercato dell'igiene persona (deodoranti, bagni e docce, saponi) con 11,6% di market share (nel 2003: 11,3%).

In questa posizione faccio parte dell'Executive Board di Manetti&Roberts e riporto al Direttore Generale Manetti&Roberts. Dirigo una struttura composta da 4 persone.

Principali risultati: miglioramento dell'ebitda di marca di oltre 6 punti; nel 2005 Neutro Roberts è stata la marca dell'azienda che ha maggiormente contribuito al profitto aziendale (in assoluto ed in percentuale); focalizzazione della Brand Equity sulle categorie core: Deodoranti, Bagni e Docce e Saponi (le cui quote si sono tutte cresciute o stabilizzate).

### **Sales Director** *(da Feb 2002 a Giu 2004)*

Dirigo una struttura di vendita è composta da 50 persone, di cui 5 dirigenti (3 dei quali nominati da me).

In questa posizione riporto al Direttore Generale Manetti&Roberts (da Feb 2002 a Ott 2002, causa vacancy della posizione da General Manager in Manetti, riporto direttamente al CEO di Gruppo Home&Personal Care).

Principali risultati conseguiti:

- Incremento fatturato: da 137 mio Euro (2001) a 165 mio Euro (2003).
- Channel & Customer Profitability: definizione budget promozionale/contrattuale e scontistica; revisione struttura contratti; assorbimento voce "fine anno" in fattura (2002-2003);
- Organizzazione efficiente ed efficace forza vendita: 2 ristrutturazioni (2002 e 2004): diminuzione costi sales management di 10%; ringiovanimento età media da di 7 anni (2002); nel 2003 turnover sales people nullo.
- Integrazioni contratti a seguito acquisizione brands Chilly (2002), Galeffi (2002), Brioschi (2003); nelle quali ho anche partecipato alle "due diligences".

### **Trade Marketing Manager** *(da Giu 1999 a Feb 2002)*

Con diretto riporto al Sales Director, sono responsabile del Trade Marketing Department, composto da 6 persone.

Inoltre, sono stato direttamente responsabile, come National Account Manager, dei seguenti clienti:

- Esselunga (dal Giu 2000 al Gen 2002);
- Standa / Coin (dal Dic 1999 al Giu 2000).

Inoltre, sono stato, ad interim (dal Giu 1999 al Dic 1999), Trade Marketing Manager Linostar, a seguito della fusione delle forze vendite Manetti&Roberts e Linostar.

## **Saipo L'Oreal, Torino** *da Apr 1998 a Giu 1999*

### **Trade Marketing Manager** *(da Apr 1998 a Giu 1999)*

Sono responsabile del Reparto di Trade Marketing di nuova costituzione all'interno della Direzione Animazione Commerciale, composto da 5 persone, con le seguenti responsabilità:

- Sviluppo e gestione attività in store: materiali e gestione operativa;
- Analisi efficacia/efficienza azioni promozionali;
- Strumenti per forza vendita: book politica commercial/prodotti, fiches tecniche/argomentari, materiali merchandising;
- Formazione tecnica ai clienti e alla forza vendita (Colorazione, Maquillage);
- Organizzazione viaggi-premio clienti, riunioni internazionali per la forza vendite.

In accordo con le Direzioni Circuito Food e Circuito Drug, supporto i NAM nella pianificazione strategica sui clienti Gdo e le Commissionarie dell'Ingrosso. In accordo con la Direzione Marketing supporto i Capi Gruppo nella definizione dei Piani Marketing.

## **Unilever (Sagit – Ice Cream&QFF) da Giu 1994 a Apr 1998**

### **Trade Operations Manager - Roma** (da Apr 1997 a Apr 1998)

Sono responsabile dell'ufficio Trade Operations Management, all'interno del Trade Marketing Department, dove mi rispondono 3 persone. L'ufficio si occupa dello sviluppo di tutte le operazioni di trade marketing sui punti di vendita. Sono il rappresentante per Sagit nel programma ECR Italia "Linguaggio comune sui prodotti", coordinato da Andersen Consulting e Project Leader per il Trade Marketing Dept nell'implementazione del modulo SAP-servizi, nell'ambito della riorganizzazione del Ciclo Passivo di fatturazione.

### **National Accounts Assistant Manager – Roma** (da Gen 2011 a Apr 1997)

Nel Gennaio 1996 vengo trasferito presso la Sede di Roma dove sono assistente del National Accounts Manager (Responsabile GDO).

Sono responsabile della Customer Management Roadmap, un progetto internazionale Unilever nella gestione dei clienti attraverso lo sviluppo di progetti / processi interfunzionali nelle aree: Strategy and Plans, Category Management, Human Resources, Innovation, Systems, Supply Chain.

Tengo i contatti con il centro di coordinamento internazionale per la definizione delle strategie sui clienti internazionali.

### **Junior Key Accounts Manager – Milano** (da Gen 2011 a Ott 2012)

Appena laureato vengo assunto in Unilever Divisione Sagit come Junior Key Accounts Manager.

Sono l'assistente del Key Accounts Manager "Canale Corto" responsabile dei clienti della GD (La Rinascente, Esselunga, Gruppo GS, Standa e Metro).

## **Corsi di Formazione**

- Advanced Negotiation (UNILEVER)
- Human Resource Management (UNILEVER)
- Marketing Development (UNILEVER/L'OREAL)
- Media Strategy (BOLTON)
- Introduction to Fragrances (BOLTON)
- Introduction to Pearls (DAMIANI)
- Customer Management (UNILEVER)
- Effective Presentation (UNILEVER)
- Supply Chain (BOLTON)
- International Advertising Overview (BOLTON)
- Introduction to Diamonds & Precious Stones (DAMIANI)

**INQUADRAMENTO:** Dirigente dal Giugno 1999; Direttore di Funzione dal 2002; titolare P.IVA dal Settembre 2015

Disponibile a trasferimento con famiglia, anche all'estero.

Federico Santoro

Autorizzo il trattamento dei dati personali ai sensi del DL 196/03