

Milano, 2 marzo 2018

OGGETTO: ACCETTAZIONE DELLA CANDIDATURA E DELL'EVENTUALE NOMINA ALLA CARICA DI MEMBRO DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DI CRESCITA S.P.A. E ATTESTAZIONE DELL'INESISTENZA DI CAUSE DI INELEGGIBILITÀ, DECADENZA E INCOMPATIBILITÀ, NONCHÉ DELL'EVENTUALE ESISTENZA DEI REQUISITI DI INDIPENDENZA PER ASSUMERE TALE CARICA

Io sottoscritto, Marco Cagnetta, nato a Torino (TO) il 30 marzo 1962, codice fiscale CGNMRC62C30L219N, preso atto della mia candidatura alla carica di membro del Consiglio di Amministrazione di Crescita S.p.A. (di seguito la "Società"), con la presente:

ACCETTO

la suddetta candidatura e sin d'ora, ove eletto, la carica di membro del Consiglio di Amministrazione della Società per il periodo che verrà determinato dall'Assemblea dei Soci, convocata in sede ordinaria e straordinaria in prima convocazione in data 19 marzo 2018 e, occorrendo, in seconda convocazione in data 20 marzo 2018; e

DICHIARO e ATTESTO

sotto la mia responsabilità, a tutti gli effetti di legge

- a) l'inesistenza di cause di ineleggibilità, di decadenza e di incompatibilità, nonché l'esistenza dei requisiti richiesti in base a quanto previsto dalla normativa primaria e secondaria vigente o dallo statuto della Società;
- b) di essere in possesso dei requisiti di indipendenza previsti dall'articolo 147-ter, comma 4, del D. Lgs. 58/98, come richiamato dall'art. 14 dello Statuto Sociale che entrerà in vigore alla data di efficacia della fusione di Ginetta S.p.A. e Cellular Italia S.p.A. nella Società;
- di non essere in possesso di alcuno dei sopra indicati requisiti di indipendenza.

Il sottoscritto si impegna, se richiesto, a produrre la documentazione idonea a confermare la veridicità dei dati dichiarati, nonché a comunicare tempestivamente al Consiglio di Amministrazione della Società ogni successiva variazione delle informazioni rese con la presente dichiarazione.

Il sottoscritto allega alla presente *curriculum vitae* autorizzandone la pubblicazione da parte della Società nel rispetto delle disposizioni applicabili.

Il sottoscritto autorizza altresì il trattamento dei propri dati personali raccolti sensi del D. Lgs. 196/2003 per le finalità connesse al procedimento per il quale tale dichiarazione viene resa.

Ai fini della carica, il sottoscritto elegge domicilio in Reggio Emilia (RE), via Grigoris Lambrakis 1/A e indica quale indirizzo di posta elettronica al quale ricevere le comunicazioni sociali, incluse convocazioni, marco.cagnetta@cellularline.com.



Marco Cagnetta

ESPERIENZE PROFESSIONALI**CELLULAR ITALIA SpA****Co-CEO sales & marketing**

Riporto diretto al CDA

da set 2013

CELLULAR ITALIA SpA**Direttore Generale sales & marketing**

Riporto diretto alla Proprietà con responsabilità di:

- Sviluppo e gestione fatturato e redditività mercati Italia ed Estero
- Coordinamento Dir. Vendite Italia + Dir. Vendite Estero + Dir. Vendite Special Channels
- Coordinamento Dir. Marketing + Dir. Trade Marketing
- Ideazione e gestione nuovi progetti strategici di sviluppo aziendale
- Lancio nuovi brand e gamme prodotti per apertura nuovi settori merceologici

Fatturato gestito > 110 mio €.

mag 2007 set 2013

CELLULAR ITALIA SpA**Direttore Commerciale Italia**

Riporto diretto alla Proprietà con responsabilità di:

- Sviluppo fatturato Italia con responsabilità diretta piano P&L
- Organizzazione e conduzione 24 agenzie con 87 addetti + 11 distributori
- Conduzione e motivazione 2 dir. vendite nord/sud + 2 nat. key account + 1 resp. canali speciali
- Organizzazione e conduzione 18 trucks + 1 resp. rack jobbing
- Organizzazione e conduzione 13 merchandisers + 2 resp. visual merchandising nord/sud
- Organizzazione e conduzione 10 risorse ufficio commerciale
- Strategia gamma prodotti – pricing - servizi al trade
- Strategia commerciale - trade marketing – visual merchandising
- Copertura canali : Telecom specialist - GSS elettronica – Gdo Food – Operatori Tlc – Special ch.
- Definizione e gestione del budget e della redditività commerciale

Risultati: completa revisione e riorganizzazione di tutte le aree di responsabilità, con revisione strategica del posizionamento aziendale : gamma prodotti, servizi al trade, processi interni, copertura canali distributivi, politica commerciale, trade marketing. Rafforzamento leadership assoluta quota mercato > 50%, con forte innovazione aziendale percepita e premiata dal mercato. Fatturato + 50%, > 35 mio €.

dic 2004 apr 2007

BRONDI TELEFONIA SpA**Direttore Commerciale**

Riporto diretto alla Proprietà con responsabilità di:

- Sviluppo fatturato Italia ed Estero
- Incremento profittabilità operativa - responsabilità diretta piano P&L – trade spending
- Organizzazione e conduzione 22 agenzie con 75 addetti + 1 field mgr + 2 nka mgr
- Strategia gamma prodotti – analisi del mercato – comunicazione – programmazione logistica
- Organizzazione Interna 15 risorse a riporto diretto ufficio commerciale
- Strategia commerciale - trade marketing - merchandising
- Copertura canali GD Food – GSS elettronica e casa - Telefonia

Risultati: completa revisione e riorganizzazione di tutte le aree di responsabilità, fatturato +45%, margine operativo +300%, consolidamento leadership quota GFK >25%, forte crescita immagine aziendale, lancio nuovi prodotti e nuove gamme, implementazione nuove funzioni operative e nuovi servizi al Trade. Fatturato gestito >50mio€.

gen 2003 nov 2004

L'OREAL ITALIA divisione GARNIER MAYBELLINE**Direttore Trade Marketing**

mar 2000 dic 2002

Con la supervisione del Direttore Commerciale, responsabilità di:

- Definizione ed implementazione nei canali delle strategie promo/price/space per brand
- Coordinamento e sviluppo 2 category mgr – 1 trade mktg mgr – 1 visual merchandising mgr
- Coordinamento e sviluppo 1 field mgr – 12 merchandisers diretti sul territorio
- Lancio nuovi prodotti con sviluppo dossier category e materiali punto vendita
- Definizione e gestione attività di instore promotion, restocking, space allocation
- Progetti in partnership con il Trade per gestione category (space - layout – range – display – promotion) e per attività di consumer relationship management su dati fidelity card

Risultati: introduzione nuove gamme con successo (Fructis Style – Garnier Body – Maybelline New York), allargamento spazio medio +15% gamme esistenti (cosmetica +30%), nuovi progetti Category e CRM con Auchan – Carrefour – Coop – Despar – Esselunga – Finiper – GS – Selex – Sisa – Upim ed altre insegne. Ideazione e realizzazione su oltre 150 ipermercati del progetto "Category Make up" allestendo un nuovo materiale espositivo per l'intera categoria, con il coinvolgimento dei competitors e delle insegne. Fatturato di riferimento >250mio€.

L'OREAL ITALIA DPGP divisione produits grand public**Direttore Sviluppo Clienti Internazionali / Ecr**

(ad interim) mar 2000 - dic 2002

Riporto diretto all'Amministratore Delegato con responsabilità di:

- Coordinamento strategia commerciale tra le 2 divisioni L'Oréal e Garnier
- Coordinamento applicazione contratti internazionali in Italia
- Sviluppo attività Ecr Italia ed Europa – Indicod, delegato aziendale
- Coordinamento progetti Category management tra le 2 divisioni operative
- Revisione organizzazione Forze Vendita per copertura canali

Risultati: Category Captainship presso le principali Insegne GDO, sviluppo progetti avanzati in ambito Ecr con presentazione diretta nei convegni annuali nazionali ed Internazionali, relazione a livello Top management nazionale ed internazionale con i principali International Accounts. Riassetto forze vendita 2 divisioni. Fatturato di riferimento >600mio€.

L'OREAL ITALIA DPGP divisione produits grand public**Direttore Category Management / Ecr**

mag 1998 - feb 2000

Riporto diretto all'Amministratore Delegato con responsabilità di:

- Start up nuovo reparto, definizione strategia ed operatività
- Coordinamento 1 resp marketing – 1 resp merchandising
- Coordinamento attività Ecr per il Gruppo L'Oréal in Italia ed Europa
- Studio ed implementazione dossier category per 5 categorie
- Coordinamento progetti di Space management tra le 2 divisioni operative
- Coordinamento applicazione contratti internazionali in Italia

Risultati: progetto start up di successo replicato successivamente nei principali Paesi europei, seguito in Italia dall'integrazione nelle 2 divisioni operative. Fatturato di riferimento >600mio€.

L'OREAL PARIS**Direttore Vendite Canale GDO**

apr 1994 - apr 1998

Riporto diretto al Direttore Commerciale Italia con responsabilità di:

- Sviluppo fatturato e profittabilità per brand nel canale
- Gestione e sviluppo 2 national account mgr – 34 venditori diretti
- Definizione strategia commerciale di canale/insegna per brand
- Negoziazione e gestione accordi commerciali di 1° e 2° livello con le insegne GDO
- Allocazione e gestione investimenti commerciali nel canale – conti economici insegne
- Lancio e distribuzione nuovi prodotti

Risultati: Crescita profittevole del canale +25% fatturato media annua (+100% vs crescita aziendale). Contenimento ed ottimizzazione del trade spending. Fatturato gestito >150mio€.

L'OREAL PARIS**Responsabile Area 1 Nielsen****(ad interim) apr 1994 – set 1994**

Riporto diretto al Direttore Commerciale con responsabilità di:

- Sviluppo fatturato e profittabilità nell'area
- Gestione e sviluppo 6 venditori diretti
- Negoziazione accordi locali e gestione conti economici di cliente

Risultati: ruolo temporaneamente svolto durante il periodo di inserimento in azienda ad interim con l'incarico di direzione vendite GDO.**BENCKISER MIRALANZA (attuale RECKITT BENCKISER)****Trade Promotion Manager****ott 1993 - mar 1994**

Riporto diretto al Direttore Trade Marketing con responsabilità di:

- Sviluppo promozioni al Trade con piano annuale per brand/canale
- Implementazione strategie commerciali ed obiettivi di fatturato alla forza vendita
- Gestione e sviluppo 1 Sales Support Supervisor
- Supporti in analisi e strumenti operativi alla forza vendita
- Gestione instore promotions, materiali punto vendita, incentivazioni al Trade
- Gestione econrollo del Trade Spending e del Budget Commerciale

Risultati: implementazione nuovo piano promozionale annuo con book forza vendite - nuove attività promo e nuovo progetto fidelizzazione normal trade. Fatturato di riferimento >400mio€**BENCKISER MIRALANZA (attuale RECKITT BENCKISER)****National Account Manager****gen 1992 - set 1993**

Riporto diretto al Direttore Vendite con responsabilità di:

- Negoziazione e gestione accordi di fornitura principali insegne GDO
- Gestione e sviluppo fatturato e profittabilità principali clienti GD centralizzati
- Definizione dei piani commerciali d'insegna e implementazione tramite forza vendita

Risultati: % di sviluppo superiore alla media aziendale – innovazione nel rapporto con i clienti (piani d'insegna – conti economici – promozioni innovative). Fatturato gestito >200mio€.**BENCKISER MIRALANZA (attuale RECKITT BENCKISER)****Regional Account Manager****set 1989 - dic 1991**

Riporto diretto al Capo Area 1 Nielsen con responsabilità di:

- Gestione e sviluppo fatturato e profittabilità principali clienti area 1 nielsen
- Definizione dei piani cliente e negoziazione accordi commerciali di 2° livello

Risultati: incremento % fatturato notevolmente superiore alla media aziendale – scores qualitativi eccellenti. Fatturato gestito >12mio€**UNIKAY DISPOSABLES (attuale FORT JAMES) ind. cartaria****Regional Account Manager****set 1988 - ago 1989**

Riporto diretto al Capo Area 1 Nielsen con responsabilità di:

- Gestione e sviluppo fatturato e profittabilità principali clienti area 1 nielsen
- Definizione dei piani cliente e negoziazione accordi commerciali di 2° livello

Risultati: incremento % fatturato notevolmente superiore alla media aziendale – scores qualitativi eccellenti. Fatturato gestito >7mio€

PERUGINA (GRUPPO NESTLE')Venditore diretto canale GDO
Agente canale specializzatogen 1987 - ago 1988
feb 1986 - dic 1986**CORAT (CONCESSIONARIO BARILLA)**Agente

giu 1985 - gen 1986

POSIZIONE CONTRATTUALE

DIRIGENTE industriale dal 1994 / commerciale dal 2005

STUDI E FORMAZIONE

1976-1981	-Diploma Tecnico Commerciale In Perito Aziendale e Corrispondente in Lingue Estere presso ITC Burgo Torino
1981-1983	-Facoltà di Economia e Commercio Torino
Benckiser Miralanza	-Formazione iniziale gestione clienti - Marketing prodotti e mercati -Presentazioni personalizzate a clienti, -Tecniche di vendita PSS3 c/o Learning International - Milano
L'Oréal 1994	-Formazione iniziale gestione clienti - Marketing prodotti e mercati
1995	-Merchandising / Space management,
1997	-Gestion Grands Clients c/o Insead Cedep - Fontainebleau Paris
1997	-Piano marketing d'Insegna
1997	-Direzione per obiettivi MBO
1998	-Public speaking / confrontation
1998	-Category management : The Category Plan - c/o Cies - Bruxelles
1999	-Consumer marketing - c/o SDA Bocconi - Milano
1999	-Gestion efficace des ressources - c/o Insead Cedep Fontainebleau
1999	-Category management : Consumer decision tree - c/o Cies - Londra
2000	-Storewars business game - c/o Nielsen Europe/Ernst & Young - Paris
2000	-Leadership, gestione e guida dei collaboratori - c/o L'Oréal Italia
2001	-Category management : Effective Promotions - c/o Cies - Bruxelles
2001	-La relation manageriale - c/o L'Oréal - Paris
2002	-Negoziare con la GDO - c/o Isdi Dott. Boario
2002	-Convaincre et influencer - c/o L'Oréal - Paris
2002	-Seminario Manuale Ecr sul Category management - c/o Ecr Italia
2002	-Potenziare il proprio impatto comunicativo - c/o ET Line Milano

FRANCESE parlato fluente e scritto

INGLESE parlato buono e scritto

STRUMENTI INFORMATICI Utilizzo esperto Windows Office (Word - Excel - Power Point)

DATI ANAGRAFICI

Nato a Torino il 30/03/1962

Coniugato dal 1989

2 figlie : Francesca 1991 e Federica 1998

Disponibile al trasferimento

ORGANIZZAZIONI

CENTROMARCA - Corrispondente gruppo chimico dal 1991 al 1997

ECR ITALIA - Delegato aziendale dal 1998 al 2003

ECR EUROPA - Delegato demand side dal 2000 al 2003

INDICOD – Delegato aziendale dal 1998
POPAL – Delegato aziendale dal 2004 – Consigliere nel 2010

PROGETTI SPECIALI

Benckiser 1990	-Definizione strumenti di lavoro del venditore – scheda cliente – copia commissione – plan slip – analisi zona – (capo progetto)
Centromarca 1991	-Listing fees (delegato az.le)
Benckiser 1992	-Start up nuova divisione operativa (delegato commerciale)
Centromarca 1995	-Modello di rinnovo contrattuale (delegato az.le)
L'Oréal 1996	-Il piano d'insegna – modello internazionale (delegato Italia)
L'Oréal 1997	-Start up reparto Category Management Corporate
ECR Italia 1998	-Albero classificazione prodotti (delegato az.le) - Andersen Consulting -Lancio nuovi prodotti (delegato az.le) – Andersen Consulting -Eventi promozionali + Progetto pilota (delegato az.le) Kurt Salmon Associati -Linguaggio comune consumatore (delegato az.le) – Andersen Consulting
ECR Italia 1999	-Collaborative Planning Forecasting & Replenishment (capo progetto) – Ernst & Young
L'Oréal 2000	-Start up reparto Trade Mktg/Category div Garnier
ECR Europa 2000	-Preparazione Conferenza Glasgow 2001 (membro comitato demand side)
ECR Italia 2000	-Modello italiano Category management (delegato e relatore) – Roland Berger
ECR Italia 2001	-Internet e Nuove Tecnologie (delegato e relatore) – Bain & Company
L'Oréal 2001	-Evoluzione struttura forza vendita per copertura canali su 2 divisioni (capo progetto)
ECR Europa 2002	-Consumer Relationship Management (delegato az.le)
L'Oréal 2002	-CRM+CatMan+EcatMan working together (capo progetto) - Bain & Company
ECR Italia 2002	-Consumer Relationship Management (delegato az.le) – Bain & Company
ECR Europa 2002	-Presentazione progetto Crm alla conferenza annuale di Barcellona
Brondi 2003	-Rilancio commerciale d'azienda: organizzazione di vendita e sistema di remunerazione/incentivazione – organizzazione interna – gamma e catalogo prodotti – strategia commerciale canali/insegne - trade marketing e comunicazione -Start up internazionalizzazione Brand
Brondi 2004	-Rilancio commerciale d'azienda: segmentazione canali e definizione strategie commerciali canali/insegne - condizioni generali di vendita – segmentazione gamma prodotti, lancio nuove categorie/licenze – nuovo concept prodotto e ridefinizione packaging – potenziamento attività trade mktg
Cellular Italia 2006	-Progetto category management con visual mch specifico – implementazione struttura operativa merchandising sede e periferica -Lancio nuovo Brand canale GDO Food – espansione su canali alternativi con apertura BU specifica
Cellular Italia 2007	-Lancio 2 nuovi brand e Licenze nuovi settori merceologici
Cellular Italia 2008	-Costituzione e sviluppo di una nuova divisione operativa per distribuzione
Cellular Italia 2012	- Progetto internazionalizzazione – Bain & Company

SPORT - TEMPO LIBERO

SCI : agonismo liv. regionale fino al 1985
BASKET : agonismo liv. regionale fino al 1987
SNOWBOARD : agonismo liv. regionale fino al 1995
MOUNTAIN BIKE : pratica amatoriale

Autorizzo il trattamento dei dati personali ai sensi della legge 675/96 e Dlgs 196/03