BARBARA PESCI

[redacted]

RAVENNA FARMACIE srl
Ravenna
Pervenuta il [redacted]
Protocollo N. [redacted]

ESPERIENZE PROFESSIONALI

Da dicembre 2010 **Ravenna Farmacie s.r.l. – Direttore generale**
(Farmacie comunali, distribuzione all'ingrosso di prodotti farmaceutici)

Ravenna Farmacie è l'azienda che gestisce 16 farmacie comunali nella provincia di Ravenna, ed il magazzino/grossista che serve le farmacie del territorio, con una quota di mercato attorno al 40%, ed un fatturato complessivo di circa 70 milioni di euro. Il ruolo di Direttore Generale mi è stato conferito con l'obiettivo di modernizzare un'azienda complessa, applicando i principi del management ad una realtà tradizionalmente gestita al di fuori di logiche di mercato, che in un contesto di forte cambiamento stava perdendo concorrenzialità ed equilibrio economico.
Nel corso di questi anni ho operato un forte cambiamento organizzativo, invertendo il trend aziendale, e riportando in utile il risultato economico, pur in un contesto di mercato fortemente sfavorevole.
I principali progetti:

- Forte miglioramento della governance aziendale, con implementazione del controllo di gestione, cambio dei sistemi informatici, attivazione del modello organizzativo D.Lgs.231/2001, cambiamento dei contratti integrativi aziendali. Implementazione di progetti di gruppo per la gestione a livello di holding dei servizi condivisi (paghe, Informatica, servizi legali, amministrazione). Attivazione di procedure per la selezione dei principali fornitori di servizi (assicurazioni, manutenzioni, sorveglianza, trasporti).
- Sviluppo dell'area farmacie, con rinnovo e rilocazione dei punti vendita, implementazione di programmi fedeltà, rinnovo della comunicazione (web, stampa, cinema), formazione manageriale per i direttori di farmacia e commerciale per i farmacisti. Principali KPI: produttività → Ricette/FTE + 16,8%, redditività→ primo margine commerciale aumentato dal 27,05% al 33,39%.
- Riorganizzazione dell'area magazzino, con applicazione dei principi della Lean Production, l'attivazione di cruscotti per il controllo costante degli indicatori chiave, revisione completa delle procedure di ricevimento, picking, spedizione, gestione resi. Principali KPI: produttività Riga Bolla/FTE e Fatturato/FTE → incremento di oltre il 30%, riduzione del lavoro straordinario di oltre il 50%.
- Miglioramento della cultura manageriale aziendale, con acquisizione da parte dei responsabili delle singole farmacie e dei reparti aziendali dei principi di gestione aziendale, delle tecniche di misurazione dei KPI relativi alla loro attività, e focalizzazione al risultato in termini di efficienza e di soddisfazione del consumatore. Sulla base di questo risultato, dal 2014 ho avuto l'incarico di partecipare in qualità di docente nell'ambito del corso di alta formazione "Il Management della farmacia", organizzato dall'Università di Ferrara.

1993 - 2010 **Coloplast S.P.A – Bologna**
(Controllata da Coloplast A/S, multinazionale danese del settore biomedicale, 10.000 dipendenti nel mondo, quotata alla Borsa di Copenhagen)

Inserita con il ruolo di Direttore Marketing ho assunto nel tempo responsabilità crescenti, fino alla carica di **Shared Service Director**, e di **Direttore Generale** ad interim (2008-2009). Ho coordinato un team di circa 50 persone suddivise fra logistica e magazzino, IT, ufficio gare, customer care, servizi generali e legali, acquisti e segreterie.
Questi alcuni degli incarichi assunti nelle diverse mansioni:

Shared Service Director/Direttore Generale (riporto al Direttore Generale Europa):

- Applicazione dei principi di Lean Production sia nell'area logistica che nell'area dei servizi al cliente; nel 2006 ho partecipato in qualità di relatore al congresso internazionale American Manufacter Excellence (AME http://www.ame.org/) a Dallas (Texas-USA).
- Gestione degli acquisti e della negoziazione con i fornitori, in particolare per i trasporti, per la telefonia, per il parco auto;

- Responsabilità dell'ufficio gare, composto da 4 persone incaricate della partecipazione a circa 250 procedure concorsuali all'anno, per la fornitura ad ospedali e USL e responsabilità dell'area legale con totale gestione dei rapporti di consulenza con gli studi legali esterni, contratti di agenzia della forza vendite esterna, composizione in via stragiudiziale di numerose controversie
- Con il ruolo di **Direttore Generale**, responsabile del processo di razionalizzazione dell'organizzazione, con una riduzione di circa il 30% delle posizioni, attraverso una procedura di mobilità, negoziata con le rappresentanze sindacali, e conclusa con successo senza impatto significativo sul trend di crescita

Direttore Marketing (riporto al Direttore Generale Italia)

- *Piena responsabilità di tutte le attività di Marketing in Italia nell'ambito delle strategie di Gruppo*
- Lancio di nuovi prodotti
- Creazione e lancio del sito web istituzionale e di siti monotematici dedicati a specifiche problematiche di salute;
- Creazione e gestione del servizio dedicato alla relazione con i pazienti: linea verde per la consulenza telefonica, sviluppo di campagne di direct marketing.

1988-1993 **Gazzoni S.P.A – Bologna**
(Azienda del settore chimico-farmaceutico per la produzione di prodotti dietetici ed integratori alimentari)

Inserita come Product Manager per integratori dietetici e profilattici, sono stata in seguito promossa **Group Product Manager** divisione farmaceutica.
In questo ambito il mio ruolo prevedeva:

- Creazione e discussione dei piani strategici annuali per le linee di prodotto;
- Lancio dei nuovi prodotti nel canale farmaceutico (LievitoVit, Lecinova/Leciplus, Selenium ACE., Kwai);
- Pubbliche relazioni e investimenti pubblicitari (televisione e stampa).

1986 - 1988 **Barilla S.P.A – Parma**
(Azienda alimentare)

Dopo un breve periodo nelle vendite, in cui sono stata responsabile della zona di Taranto e Brindisi, ho ricoperto il ruolo di **Assistant Product Manager**.
In particolare ho svolto le seguenti attività:

- Gestione dei buoni sconto per tutte le linee di prodotto aziendali i;
- Lancio di pasta di semola integrale, e dei nuovi formati di pasta speciali (Bifore, Trifogli, Castellane);
- Collaborazione nella valutazione e controllo dei budget delle campagne promozionali e pubblicitarie.

STUDI E FORMAZIONE

Laurea in Economia aziendale presso la facoltà di economia e commercio dell'università commerciale Luigi Bocconi di Milano (Febbraio 1986; votazione 110/110 con lode)
Tesi di Laurea "L'impresa Familiare" - diritto privato – relatore prof. Gianguido Scalfi

Lingue: inglese e francese fluenti (esperienza in multinazionale con gestione di progetti transnazionali)

Principali Corsi specialistici post-laurea:
1988: Il marketing delle aziende farmaceutiche (SDA Bocconi - Milano);
1996: IMP (International Management Programme - Dieu ; Sundridge Park Management centre, UK);
2000: Achieving outstanding performances - INSEAD – France;
2007: CMP - Coloplast international management program in collaborazione con IMD Lausanne, London Business School
2009: Mobilizing People – IMD - Lausanne

Ravenna 14/6/2019

[redacted]