

# Stefano Marco Papini

Strategy • Marketing • Digital Transformation • Venture Capital

## Profilo

*Approccio olistico, mentalità "agile", solido profilo professionale e personale. Dedicato alla crescita continua di persone, aziende e della società. Consolidata esperienza su tematiche di trasformazione digitale, consulenza strategica, modelli di controllo, business planning, venture capital*

---

## ESPERIENZA PROFESSIONALE

### **ITALIAN ANGEL FOR GROWTH (IAG), Milano, Italia • 2013-oggi**

*Principale gruppo di business angel in Italia. E' un'associazione di investitori che promuove, attraverso l'Angel Investing, lo sviluppo di nuove iniziative imprenditoriali e la crescita economica.*

**Socio Investitore:** Investimenti in startup, screening per la valutazione di opportunità in ambito digital, responsabile delle relazioni con primari incubatori in Italia. Non Executive Director di società partecipata.

### **MC CRESCENDO, Milano, Italia • 2011-oggi**

*Società di consulenza strategica specializzata nei settori dell'eccellenza del Made in Italy con focus sulle PMI.*

**Partner:** Generazione di opportunità, coordinamento di progetti in ambito di pianificazione strategica, controllo di gestione e trasformazione digitale.

### **ACCENTURE, Milano, Italia • 2006-2011**

*Accenture è un'azienda globale di consulenza direzionale, servizi tecnologici e outsourcing.*

**Manager – Management Consulting (Strategy Practice):** Gestione di progetti di consulenza direzionale. Presentazione di business case di cambiamento a clienti potenziali e negoziazione di accordi. Analisi dei requisiti di business, allocazione di risorse sui progetti, gestione di team. Sviluppo di nuove linee di business, applicando le conoscenze maturate e offrendo servizi simili a nuovi clienti. Analisi di mercati, trend emergenti e contesti competitivi. Coaching e sviluppo di risorse junior con definizione di obiettivi e di opportunità di crescita professionale.

### **3M, Milano, Italia • 2005**

**Product Manager:** Sviluppo di un nuovo prodotto nel settore OH&S (Sicurezza). Analisi dei canali di offerta per valutare l'opportunità di lanciare prodotti nell'abbigliamento da lavoro.

### **ACCENTURE • 2001-2004 • Consulente – Media & Entertainment / Analista – Communication & High Tech:**

Definito piano di business development per una società di e-fulfilment a servizio dei portali e-commerce. Definito modello organizzativo e operativo per il lancio di una concessionaria pubblicitaria. Condotto studio di fattibilità per l'integrazione dei canali di vendita di un cliente media. Definito modello di downsizing nel customer service di un operatore TLC. Sviluppato e erogato progetto di formazione per la riqualificazione di oltre 140 persone da impiegare nel lancio di un nuovo call center.

### **MODA 1 TO 1 • 1999-2001 • Marketing Analyst & Logistic Manager:**

Ricoperto ruolo chiave per il lancio di una start up e-commerce finanziata tramite venture capital. Responsabile dell'area marketing. Definito e implementato il modello di supply chain con produzione in Italia e vendita negli USA.

## INTERVENTI DI FORMAZIONE E CONVEGNI

### **24ORE Business School • 2018**

*Master Executive in Digital Transformation & Business Strategy*

Docente a contratto , "Digital Program & Project Management: Implementare e gestire il piano di trasformazione digitale"

### **Crescere in Digitale • 2015**

*Progetto sviluppato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Google e Unioncamere insieme per diffondere le competenze digitali tra i giovani e avvicinare al Web le imprese italiane.*

Docente a contratto , "Scenario eCommerce" e "eCommerce Business plan"

### **ICE –Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane • 2015**

Docente a contratto, "Digital Strategy", "Business Planning" e "Marketing Digitale".

### **SDA BOCCONI, Food & Beverage Knowledge Center • 2014-2015**

Collaboratore su progetti di ricerca.

Relatore al convegno "*Food & Beverage Digital Strategy. Opportunità, strumenti e casi di successo per crescere e creare valore*", Gen 2015.

### **FONDAZIONE E. MACH, San Michele all'Adige • 2013-2014-2015-2016**

Docente a contratto, "Marketing strategico" e "Strategie digitali", Executive Master in Wine Export Management.

Relatore nell'ambito del V Seminario Internazionale del Marketing del Vino: "*Le opportunità offerte dal digitale per la profilazione dei clienti e lo sviluppo di iniziative di marketing relazionale*", Nov 2014.

### **UNIVERSITA' IULM, Milano Italia• 2011-2013**

Docente a contratto, Corso di Laurea Magistrale in Strategia e Comunicazione della marca, moda e design.

## PUBBLICAZIONI

*Autore di articoli riguardanti temi di pianificazione strategica e strategia digitale, tra cui:*

- "*Strategia digitale: so what?*", LinkedIn Pulse 2016.
- *Economia & Management*, "*Il futuro del vino italiano: qualche dubbio e molte certezze*". Forum con Giovanni Geddes De Filicaja, Matteo Lunelli, Ettore Nicoletto, Francesco Zonin", ETAS 1-2014.
- *Accento sull'Italia*, "*La nuova CEO agenda nei settori guida: point of view sul settore del Turismo.*" Pubblicazione a cura di Accenture, 2010.
- *Harvard Business Review*, "Innovazione, tecnologia e turismo: quali opportunità per sviluppare la destinazione Italia?", special strategy practice Accenture, 3-2010.
- *ZeroUno*, "La New Economy non è finita, anzi è ancora da fare", 12-2002.

## EDUCAZIONE, LINGUE E INFORMAZIONI AGGIUNTIVE

**MBA Full Time**, 2005 SDA Bocconi & Kellogg School of Management (exchange program) - Milano, Italia e Chicago, USA.

**Laurea in Economia Aziendale**, 1999 Università Bocconi, Milano, Italia

**Diploma di maturità scientifica**, 1994 Liceo Niccolò Machiavelli, Pioltello (MI), Italia

**LINGUE:** Inglese fluente; francese base.

**ALTRE INFORMAZIONI:** Qualifica di Sommelier AIS,