

Curriculum Vitae

Dott. Vito Di Gioia

Nato nel 1970, laureato in Economia e Commercio presso l'Università di Bari e specializzato in marketing aziendale alla Cà Foscari di Venezia, si è occupato di Pianificazione, Marketing e Sviluppo Business in diversi comparti aziendali e realtà multinazionali. E' stato business development manager per l'area Europa di Telecom Italia Mobile e responsabile marketing internazionale di Omnitel Vodafone. Nel 2001 è stato nominato responsabile business strategies servizi di Fiat Auto SPA, e successivamente responsabile del Marketing strategico di Benetton Group.

Dal 2006 è in Federcalcio, dove si è occupato di sviluppo business, di eventi commerciali, delle candidature alle Manifestazioni internazionali quali Euro 2012 e Euro 2016, della promozione della Finale di Champions 2009 per poi passare a supportare la Direzione Generale in attività strategiche tra cui la costituzione del nuovo dipartimento dedicato ai Digital media, al Customer Relationship Management e alla Promozione sportiva.

Dal 2015 è Segretario Nazionale del Settore Giovanile e Scolastico dove coordina la struttura federale dedicata alla promozione e allo sviluppo del movimento sportivo calcistico italiano nonché alla gestione delle Attività di Base, Agonistiche e Scolastiche giovanili. Il Settore Giovanile e Scolastico della FIGC è attualmente presente capillarmente a livello territoriale attraverso 20 uffici di coordinamento ed uno staff tecnico-organizzativo composto da circa 1600 addetti per lo più volontari, oltre a tecnici qualificati e collaboratori delle diverse aree funzionali.

Nel 2015 è stato inoltre nominato dalla UEFA membro della Commissione Europea degli Esperti per l'Attività di Base, incarico svolto sino ad oggi con diverse deleghe operative per lo sviluppo della partecipazione sportiva in diverse federazioni e nazioni europee (tra cui Grecia, Malta, Spagna)

Dal 2018 rappresenta la UEFA anche come Delegato responsabile in occasione dello svolgimento delle gare internazionali delle principali manifestazioni sportive; medesimo ruolo ricoperto anche in FIFA dal 2021 per gli eventi di competenza.

Dal 2020 ha assunto l'incarico di Focal Point della Federazione Italiana per le politiche di Youth & Children Safeguarding previsto nell'ambito dalla governance UEFA, ruolo per il quale nel 2022 ha conseguito la necessaria qualificazione rilasciata dalla FIFA.

DATI ANAGRAFICI

Luogo/data di nascita

Residenza

Contatti

CURRICULUM STUDII

Master 1995/1996

Master Upa - Università Ca' Foscari Venezia

Specializzazione: Marketing e Comunicazione d'Azienda

Laurea 1994

Economia e Commercio (110/110) - Università degli studi di Bari

Specializzazione: Economia Aziendale.

Borsa di studio 1991/1992

Friederich Alexander Universitat Norimberga (Germania)

Semestre accademico. Specializzazione: Analisi economico-territoriale

CONOSCENZE LINGUISTICHE

Inglese

Ottimo parlato e scritto

Tedesco

Basico

CURRICULUM PROFESSIONALE

Dal 2021	F.I.F.A. - Fédération Internationale de Football Association Match Commissioner
Dal 2015	<p>U.E.F.A. – Union of European Football Associations Grassroots Panel Expert (Membro del gruppo di esperti per il calcio di base e mentore per lo sviluppo della partecipazione giovanile) Match Delegate Child Safeguarding Focal Point</p> <p>F.I.G.C. – Federazione Italiana Giuoco Calcio Settore Giovanile e Scolastico Segretario Nazionale – <i>Principali attività:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinamento della governance e degli organi statutari/regolamentari interni al Settore per l'Attività Giovanile e Scolastica (Consiglio Direttivo, Commissione Attività di Base, Commissione Attività Scolastica, Commissione Medico-Scientifica, Sezione Sviluppo Settore Giovanile) • Gestione funzionale e amministrativa degli uffici di coordinamento federale regionale (20 comitati) e delle relazioni istituzionali con gli enti territoriali; • Gestione sportiva e regolamentare del Settore Giovanile Federale (attività di base e agonistica Under 18) • Coordinamento programmi di sviluppo territoriale (50 Centri Federali Territoriali, 84 Aree di Sviluppo, Programmi in filiera con Club Italia Calcio+ Femminile Under 15 e relative selezioni territoriali, Programma Futsal +15 e Futsal +17) • Gestione delle relazioni istituzionali con Il Ministero dell'Istruzione e sviluppo dei programmi di promozione della disciplina • Coordinamento delle attività di formazione di Settore Giovanile • Gestione delle procedure federali di tutela dei minori, tutela sanitaria e salvaguardia del benessere psico-fisico dei giovani atleti/e • Organizzazione dei 12 Campionati Nazionali Giovanili Maschili e Femminili dall' Under 13 all'Under 18 (Serie A e B, Serie C, Fasi finali Dilettanti e Puro Settore Giovanili, Fasi finali Calcio a 5) • Sviluppo attività di carattere promozionale e socio-educativa rivolta all'inclusione dei giovani minori stranieri non accompagnati, ragazzi in situazioni di disagio sociale, etc. (Area Social Football)
2010-2015	<p>F.I.G.C. – Federazione Italiana Giuoco Calcio Direzione Generale <i>Responsabile di funzione (Promotion, CRM & Digital Media). Principali attività:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Sviluppo e gestione attività di Customer Relations (start up del dipartimento) • Sviluppo e gestione attività multimediali (<i>fans web portal ,publishing, content development</i>) • Promozione e comunicazione di prodotto • Marketing management UEFA Hattrick Program (Progetti per lo sviluppo MKTG) <p><i>Progetti principali: Lancio del nuovo sito internet vivoazzurro.it e relative attività social, Start up attività di contact center, Sviluppo fidelity program, Marketing management FIFA Beach Soccer World Cup Italia 2011, Coordinamento commerciale settore arbitrale (AIA), Gestione eventi consumer gare nazionali.</i></p>
2006-2010	<p>F.I.G.C. – Federazione Italiana Giuoco Calcio Marketing & Sviluppo Business Manager</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sviluppo, pianificazione e gestione dei diritti promo-pubblicitari • Executive accounting dei principali progetti di sponsorizzazione (sino a Maggio 2010) • Analisi e Sviluppo iniziative di brand extension (licensing development) • Gestione commerciale degli Eventi Sportivi delle Squadre Nazionali • International representative UEFA sponsoring & New Media Community • Start up nuove attività multimediali <p><i>Progetti principali: Resp. Marketing LOC Uefa Champions League Final Rome 2009; Lancio CRM&Fidelity Program FIGC; Sviluppo del progetto di sponsorizzazione TIM 2007-2010; Sviluppo e gestione attività di co-marketing e PR Dolce&Gabbana; Sviluppo programmi di merchandising e attivazione sponsor Ferrero S.p.A.; Gestione attività di licensing abbigliamento sportivo PUMA ; Sviluppo partnership commerciale e gestione eventi FIAT S.p.A; Sviluppo attività di sponsorizzazione e co-marketing Compass S.p.A. (carte di credito co-branded); Sviluppo attività promozionali/co-marketing Gruppo Unichips (marchi PAI-San Carlo); Sviluppo attività di licensing Samsung; Sviluppo del nuovo portale multimediale Figc</i></p>

2003-2005	<p>BENETTON GROUP S.p.A. Marketing strategico <i>Responsabile di funzione. Principali attività svolte :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Corporate marketing management dei marchi United Colors of Benetton, Sisley, Playlife, Killerloop; sviluppo della pianificazione di breve e lungo termine • Sviluppo del Marketing Briefing di collezione e del Merchandising Plan per marchio • Sviluppo e gestione programmi di customer relationship management (da Gennaio 04) • Coordinamento del team di Business Analysis e Marketing Research • Analisi e Sviluppo iniziative di brand extension (licensing development) • Sviluppo e gestione iniziative strategiche di partnership <p><i>Progetti Principali: Piano marketing e comunicazione 2004-2007; Coordinamento media plan 2004; Eurisko Brand assessment survey 2003; Market price survey 2003; Merchandising Plan PE 04(Sisley), AI 05 (UCB Adulto, Bambino, Undercolors, Sisley, Playlife, Killerloop); Co-Marketing UCB- TIM; Co-Marketing Sisley- Lycra; Carta di fidelizzazione Benetton-Autogrill; Progetto di JV sviluppo mercato Brasile; Monitoraggio sviluppo rete estera 2003</i></p>
2001-2003	<p>FIAT AUTO S.p.A. Business Development Servizi <i>Responsabile di funzione della divisione Servizi Finanziari ed Automotive (Credito al consumo, Servizi assicurativi, Fleet management, Renting breve termine, CRM, Servizi di infomobilità, Servizi di assistenza meccanica). Principali attività svolte:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinamento e supporto delle società partecipate nella definizione degli obiettivi strategici e nella pianificazione commerciale e di marketing • Sviluppo partnership commerciali e societarie delle società partecipate • Sviluppo iniziative centrali di marketing: nuovi prodotti/servizi, format distributivi • Supporto allo start up nuove iniziative: definizione politiche di marketing • Coordinamento del team di Business Analysis e Marketing Research • Supporto ai tavoli interfunzionali di Gruppo sull'innovazione di prodotti e servizi <p><i>Progetti principali: Piano Strategico FIAT AUTO-Settore Servizi Finanziari e Automotive; Progetto di alleanza strategica SAVA (sviluppo piano marketing della newco e valutazione sinergie operative); Predisposizione Information memorandum Fidis Retail; Sviluppo JV Gruppo COS-FIAT per offerta servizi CRM (InAction); Pianificazione e sviluppo Joint Venture ACI-FIAT per offerta servizi automotive (piano marketing e commerciale della newco); Progetto di sviluppo di un nuovo loyalty program; Pianificazione e start up di una nuova divisione di credito al consumo.</i></p>
1999-2001	<p>VODAFONE OMNITEL Marketing Internazionale <i>Responsabile di funzione Omnitel / Vodafone Global practice representative. Principali attività:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Definizione dell'offerta Omnitel di prodotti e servizi internazionali in coordinamento con le branch Vodafone Global e supporto allo sviluppo del business nel mercato Europeo • Gestione del conto economico Omnitel dei prodotti e servizi internazionali • Bid Management gare internazionali (Vodafone Global Accounting) • Monitoraggio dell'evoluzione tecnologica e sviluppo prodotti/servizi globali • Analisi di mercato e scenari previsionali sul business di riferimento <p><i>Progetti principali: Implementazione della nuova funzione di marketing internazionale; Pricing specifico offerta roaming; Lancio del primo servizio globale Vodafone ;Rappresentanza Omnitel presso gruppi di lavoro internazionale MOU ; Supporto al Vodafone Global Product Management; Acquisizioni global corporate clients tramite gare internazionali; Incremento revenues dirette gestite a circa 150 mil €.</i></p>
1996-1999	<p>TELECOM ITALIA MOBILE Sviluppo Internazionale <i>Business manager con responsabilità specifica sullo sviluppo mercati Europa. Attività svolte:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Sviluppo nuovi mercati: acquisizione di nuove licenze ed operazioni di M&A • Start up nuove acquisizioni/operazioni: pianificazione strategica e operativa di marketing • Analisi di fattibilità economico finanziaria di progetto e sviluppo nuovi prodotti • Definizione politiche e strategie di mercato, analisi e stima delle potenzialità, posizionamento di prodotto e struttura dell'offerta <p><i>Progetti principali: Acquisizione licenze UMTS Spain, GSM Hungary, GSM Czech Republic; Offerta d'acquisto principale operatore mobile U.K.; Offerta d'acquisto principale operatore mobile Germania; Progetto privatizzazione mercato telefonia mobile Polonia; Start up e lancio commerciale operatore spagnolo Amena Movil.</i></p>

Mobilkom Austria - Pianificazione & Strategie di Marketing

Project manager per lo start up di una nuova funzione e condivisione delle marketing practice.

Principali attività svolte:

- Organizzazione del Marketing Research System
- Implementazione Strumenti di Competitive Pricing Analysis
- Field analysis del mercato austriaco della telefonia mobile

Area Pianificazione, Marketing Strategico, Affari Internazionali

Marketing Assistant. Principali attività svolte:

- Segmentazione della clientela e valutazione dei profili di offerta
- Analisi del posizionamento differenziale di prodotti/servizi e aziende concorrenti