

Curriculum Vitae Marco Pavanello

nato a Padova il 13 marzo 1961, si laurea in Economia e Commercio presso l'università Ca' Foscari di Venezia nel 1987 con una tesi di ricerca sul tema del Barter internazionale.

Vince una borsa di studio l'anno successivo per il Master in Marketing e Commercio Estero all'ICE di Roma con uno stage che lo porta per conto della SCM, leader europeo nelle macchine per la lavorazione del legno, a Nottingham e Londra per uno studio del mercato inglese.

La qualità del suo progetto e la sua specializzazione gli consentono, terminato il master di ricoprire il ruolo di Responsabile del Dipartimento per il Commercio Estero all' Assolombarda a Milano dove gestisce formazione e consulenza alle piccole e medie aziende associate.

Entra nel Gruppo Fiat Auto dove tra il 1989 e il 1995 ricopre importanti incarichi internazionali. Da Torino segue il business nei Paesi Africani in qualità di Sales Area Manager e sigla una joint venture in Sud Africa per la produzione in loco di 10.000 Fiat Uno l'anno. Successivamente a Dublino si occupa dei marchi Fiat e Lancia con l'incarico di Responsabile Marketing, vincendo l'auto dell'anno con la Fiat Tempra e aumentando sensibilmente le vendite del Gruppo. Promosso allo strategico mercato spagnolo con l'incarico di Vice Direttore Marketing ottiene un grande successo nel lancio della Fiat Punto con importanti campagne pubblicitarie. Viene richiamato in Italia dai vertici aziendali per occuparsi del coordinamento in Europa delle attività di comunicazione per i marchi Fiat, Alfa Romeo, Lancia e Veicoli Commerciali.

Nel 1995 lascia il Gruppo Fiat per intraprendere un percorso professionale all'interno di prestigiose Agenzie di Pubblicità internazionali, dapprima a Madrid come Account Director per il cliente Renault nell'Agenzia Publicis e successivamente nell'agenzia Solución per BMW, dove per primo usa campagne pubblicitarie televisive per promuovere un prodotto di un Luxury brand automobilistico, con grande successo di vendite. Nel 1998 assume l'incarico di Direttore Servizio Clienti presso Bates Italia a Milano dove si occupa di importanti clienti (Seat, Radio 24, Edison) e dello sviluppo di new business.

Nel 2000 lascia il mondo delle agenzie quando viene cooptato per sviluppare la comunicazione e il branding della nascente società di telefonia mobile BLU dove creerà una brillante case history, ricevendo numerosi premi per la comunicazione (Il Mezzo Minuto d'Oro, la miglior Corporate Identity dall'Art Directors' Club, il miglior stand allo Smau).

Tra il 2002 e 2005 si dedica al settore fashion e design: come Direttore Marketing e Vendite di Gas Jeans si occupa delle strategie di marketing, dello sviluppo internazionale del brand e dei punti vendita monomarca in Europa.

In Fabrica, Centro di Ricerca e sviluppo sulla comunicazione del Gruppo Benetton, sostituisce Oliviero Toscani come Direttore Generale e segue avanzati progetti di ricerca nel design, la pubblicità, la grafica e il digital.

Nell'ambito del Design assume l'incarico di Direttore Generale di Alberto del Biondi Industria del Design a Padova dove segue lo sviluppo di progetti di Brand Extension per marchi come Pirelli Samsonite e Riva di cui cura le calzature e accessori, fino alla progettazione di elementi di arredo per MDF e sistemi di illuminazione per FLOS.

Nel 2006 entra nel mondo delle aziende pubbliche a livello nazionale, presso le Ferrovie dello Stato, in qualità di Direttore Centrale Comunicazione e Corporate Branding, dove lancia le prime tratte dell'Alta Velocità tra Roma e Napoli e tra Torino e Milano e promuove il rinnovo dell'immagine di Trenitalia e FS tramite nuove funzioni web e innovativi servizi al cliente. E' consigliere d'amministrazione di Grandi Stazioni Spa nel momento dello sviluppo della nuova Stazione Termini di Roma.

Dal 2007 al 2012 è Direttore Marketing e Comunicazione dell'Azienda Trasporti Milanese e consigliere d'amministrazione di ATM Servizi SpA, dove ha conseguito un netto miglioramento della customer satisfaction contribuendo al rinnovo della flotta dei mezzi di superficie e metropolitana, rinnovando il sito web (premiato come il miglior sito Corporate), potenziando la comunicazione al cliente, lanciando nuovi servizi come BikeMi e promuovendo progetti di ristrutturazione delle stazioni della metropolitana (Loreto, Duomo e Porta Garibaldi) e del patrimonio immobiliare (QC Terme Milano).

Nel 2011 si occupa anche di comunicazione politica quando viene incaricato dall'allora Sindaco di Milano, Letizia Moratti, di gestire gli investimenti della sua campagna elettorale.

Nel 2013 diventa Direttore Generale della milanese Bluwater SpA, società che possiede Acquaworld (il più grande parco acquatico coperto in Italia) e Monticello SPA e Fitness (fra i più importanti centri benessere e fitness in Lombardia) di cui cura la ristrutturazione del debito ed il rilancio del business aumentando i ricavi consolidati del 50% in due anni.

Dal 2015 al 2019 è docente a contratto alla Facoltà di Design del Politecnico di Milano e consulente aziendale per aziende come Cotral (Trasporto pubblico regionale del Lazio), PonteGiulio (arredo bagno) e Carrefour.

Da gennaio 2020 a giugno 2021 con l'incarico di Global Sales & Marketing Director si occupa della riorganizzazione commerciale e upgrade digitale della Urban Vision SpA multinazionale italiana leader nell' Outdoor Advertising, con sedi a Milano, Roma, Londra e Madrid.

Da settembre 2021 lavora come senior advisor per APS Holding SpA, nell'ambito della valorizzazione degli asset pubblicitari e della comunicazione istituzionale del Comune di Padova e come consulente di marketing e comunicazione per aziende private.

Parla fluentemente inglese e spagnolo.

pavanellomail@gmail.com