



Le promozioni rafforzano la crescita della multinazionale su scala mondiale.

Nuova struttura organizzativa e nuove nomine nel top management di Buongiorno

L'annuncio risponde al nuovo posizionamento strategico e agli obiettivi del Gruppo che, integrata iTouch, è divenuto la prima società al mondo di mobile entertainment

Milano, 10 dicembre 2007 - Buongiorno SpA (MTAX STAR: BNG) annuncia novità nella struttura organizzativa e nuove promozioni nel top management con responsabilità a livello internazionale. La nuova struttura risponde al mutato posizionamento globale della multinazionale italiana leader nel mercato del digital entertainment, e alle linee guida recentemente illustrate nel piano industriale a seguito dell'integrazione del competitor iTouch.

Con l'acquisizione di iTouch, Buongiorno è diventata la società #1 al mondo nel mobile entertainment con 38 uffici e business in 53 paesi, connessioni dirette con oltre 100 operatori telefonici nel mondo, accesso a oltre 2 miliardi di clienti di telefonia cellulare e una delle prime 3 posizioni in 8 dei più grandi mercati geografici mondiali. In questo contesto di importante crescita delle dimensioni strutturali e di mercato, la nuova struttura organizzativa diventa parte integrante della aggressiva strategia di rafforzamento e continua espansione di Buongiorno nel suo mercato di riferimento, ricoprendo il ruolo di interlocutore privilegiato dei principali operatori telefonici e dei grandi gruppi media, e perseguendo al tempo stesso la propria strategia di distribuzione multicanale tramite il proprio brand consumer Blinks.

La nuova struttura organizzativa razionalizza le principali attività trasversalmente per area di business, favorendo apertura, dinamicità e dialogo tra le funzioni, promuovendo la partecipazione e l'espressione del talento e del valore delle persone in tutti i Paesi in cui Buongiorno è presente. Vengono inoltre razionalizzati i rapporti all'Amministratore Delegato, Andrea Casalini che, con la nuova matrice gestionale, ha una visibilità ancora maggiore su tutta la struttura per poter così guidare l'ambiziosa crescita del Gruppo, un fatturato nel range di 330-350 m€ ed ebitda 41-45m€ previsti nel 2008.

Andrea Casalini ha così commentato: "Buongiorno ha oggi una presenza internazionale e un team senza pari nell'industria. Il consolidamento ottenuto tramite l'integrazione di iTouch ci consente di investire in misura ancora maggiore in nuove idee e nuovi prodotti, in particolare nell'area dei servizi convergenti web e mobile. L'annuncio odierno sottolinea la strategia del Gruppo nel perseguimento degli importanti risultati che ci prefiggiamo per il 2008, il rafforzamento delle funzioni centrali della struttura ha proprio lo scopo di mantenere alti i margini per la crescita, a seguito della razionalizzazione dei costi a livello locale, e contribuire così ulteriormente alla creazione di valore sia presso gli azionisti sia nei confronti dei clienti business e consumer in tutto il mondo. La professionalità, l'esperienza e l'impegno dei nostri Top Manager, contribuiranno significativamente a rafforzare lo sviluppo delle attività, e complessivamente al successo di Buongiorno in un mercato effervescente, che crescerà ancora molto nei prossimi anni".

In particolare, le attività strategiche di produzione e vendita sono slegate dalla territorialità dei paesi per fare capo a team internazionali, che avvalendosi degli skill e delle expertise di professionisti provenienti da geografie ed esperienze diverse, agiscono a livello centrale per creare uno standard qualitativo e produttivo che - in coordinamento con le strutture locali - viene poi adattato alle esigenze dei singoli Paesi garantendo così efficacia sul mercato locale. Le due macro aree sono ora così organizzate:

- **Global Market Development & Sales:** guidata da Pietro De Nardis, l'area gestisce a livello globale l'offerta ai clienti del Gruppo siano essi consumatori finali e clienti business, quali operatori telefonici e Gruppi Media. Rientra nella responsabilità dell'area la gestione della crescita, dei costi, e del fatturato così come la customer satisfaction, il tutto in coordinamento con le differenti country a livello locale e, a livello strutturale, con le aree Marketing, Technology e Operations.

Pietro De Nardis, che è tra i fondatori dell'azienda, in precedenza ricopriva il ruolo di President Central Europe di Buongiorno. Prima di entrare in Buongiorno, Pietro De Nardis ha maturato una significativa esperienza nell'area marketing dei beni di largo consumo ricoprendo ruoli di responsabilità in società quali Unilever, Barilla e Bolton Group. Pietro De Nardis si è laureato magna cum laude, in Economia e Commercio all'Università di Parma.



- **Global Marketing, Product & Supply:** guidata da Fernando González Mesones, è l'area focalizzata sulla gestione e sullo sviluppo del portfolio prodotti di Buongiorno. Rientrano nelle competenze della struttura tra le altre cose la ricerca e sviluppo, la gestione dei portali web e wap, l'offerta agli operatori telefonici (B2O).

Fernando González Mesones ricopriva in precedenza la carica di President Americas and Iberia. Dopo aver trascorso più di 8 anni in Procter & Gamble in Spagna e in America Latina, Fernando Mesones è entrato a far parte del team di Buongiorno nel 2000. Laureatosi in Finanza, Marketing ed Economia all'Università di Madrid, Fernando Mesones tiene dei corsi di e-commerce in qualità di docente all'"Istituto de Empresa".

La nuova struttura organizzativa, che sarà effettiva a partire da gennaio 2008, è stata disposta a supporto dello sviluppo di Buongiorno **sulla base di scelte strategiche** la cui realizzazione è di fatto già stata avviata nel corso di questo anno: lo sviluppo della divisione Marketing Service operante nel mercato del mobile e digital advertising, il lancio di Blinko come consumer brand globale; la continua espansione geografica con lo sviluppo delle attività direct to consumer e attività in partnership con operatori e gruppi media; le innovazioni di prodotto che hanno consentito a Buongiorno di vincere il "Best Mobile Entertainment Company" award del Mobile Entertainment Forum o il premio come miglior prodotto innovativo al Music Store realizzato in partnership con Tim Brazil.

Tra le altre nomine ai vertici del Gruppo Buongiorno:

Lucia Predolin, già International Marketing and Communication Director, è stata nominata, IR & Marketing Communication Director aggiungendo la responsabilità della comunicazione finanziaria a quelle delle strategie di marketing e di advertising in tutti i paesi nei quali opera il Gruppo. Laureatasi magna cum laude in Economia e Marketing all'Università Cattolica di Milano, Lucia Predolin ha iniziato la sua carriera nella società pubblicitaria Saatchi & Saatchi, dove in quasi 10 anni ha ricoperto diverse cariche, fino a raggiungere la posizione di Direttore Clienti con la responsabilità di clienti e progetti di rilievo internazionale.

Pier Paolo Cervi, già Country Manager Italia, è stato nominato Head of Italy & Mediterranean Region con la responsabilità di tutte le attività di Buongiorno sul mercato italiano e dei Paesi dell'area Mediterranea (quali Grecia, Turchia, Egitto). Cervi avrà l'obiettivo di far proseguire la rapida crescita delle attività di Buongiorno sulle geografie di riferimento. Pier Paolo Cervi ha iniziato la sua carriera in Barilla, dove nell'arco di nove anni ha ricoperto diversi incarichi prima in ambito Operations e Tecnologie industriali; successivamente in area Marketing, ricoprendo vari ruoli e giungendo nel 1999 ad essere il Marketing Manager dei prodotti "Snack" dell'azienda, gestendo brand quali: Mulino Bianco, Barilla, Pavese e Ringo.

Informazioni su Buongiorno SpA

Buongiorno S.p.A. (MTAX STAR: BNG) è una multinazionale leader nel mercato del digital entertainment. In seguito all'acquisizione del competitor iTouch, Buongiorno si conferma la società #1 al mondo nei servizi di informazione, intrattenimento, messaggistica e marketing per la telefonia mobile. Il gruppo è, infatti, market leader in Europa e negli Stati Uniti, ed ha recentemente avviato il proprio sviluppo in numerosi mercati con elevati tassi di crescita, quali America Latina, Medio Oriente e Africa. Buongiorno è attiva in Russia e in Asia Pacifica attraverso una joint venture con il colosso giapponese Mitsui & Co., Ltd. La società articola la propria attività su due linee di business: i servizi di marketing relazionale per le imprese (Marketing Services) e i servizi a valore aggiunto per gli utenti di telefonia mobile e fissa (Consumer Services) – distribuiti attraverso una strategia multicanale che include la distribuzione diretta sotto il brand BLINKO e in partnership con le principali società telefoniche e importanti gruppi media. Buongiorno è inoltre partner di NCL (National Consumer League), la più antica associazione americana per la difesa del consumatore, per lo sviluppo di campagne educative a favore degli utenti di servizi di intrattenimento via cellulare.

Per ulteriori informazioni su Buongiorno consultare i siti web www.buongiorno.com, www.blinko.com o contattare:

Monica Montefusco
Global PR & Events Manager
Tel. +39 02 582131
Email: monica.montefusco@buongiorno.com

Ufficio Stampa Corporate Business Press
Sara Argentina
Tel. + 39 02 725851
Email: saraa@bpress.it