



## GIADA ZHANG

Ha speso la maggior parte della sua infanzia cercando di comprendere la sua identità – di origini cinesi, cresciuta in Italia e con un'educazione internazionale.

Quando era bambina, pensava che la sua diversità fosse una debolezza. Parlava già 4 lingue, ma non si sentiva appartenere a nessuna.

Si laurea con il massimo dei voti in Economia presso l'Università Bocconi in International Economics and Management, primo corso completamente in inglese, con scambio presso l'ESADE Business School in Spagna e Shanghai Fudan University in Cina.

Dopo una prima esperienza nel mondo della finanza a Londra presso J.P. Morgan in Investment Banking seguendo aziende consumer&retail, successivamente presso Goldman Sachs in Merchant Banking seguendo aziende digital, nel 2016 fonda la prima associazione non profit per le donne in finanza in Italia chiamata "Women in Finance." Ricopre la carica di presidente fino al 2017, anno in cui viene premiata da Jill Morris, ambasciatrice britannica a Roma, come *Young future leader in finance*. Oggi Women in Finance rappresenta più di 300 donne in tutto il mondo da 26 diversi paesi.

Nel 2018 entra in McKinsey & Co. a Milano. Lavora su progetti prima di post-merger integration e poi di restructuring e turnaround di multinazionali italiane ed estere. Si specializza nel settore TMT (telecommunication, media and technology), occupandosi di pianificazione strategica e implementazione del disegno organizzativo, integrazione culturale, executive remuneration e governance. A seguire, si specializza nel settore retail e lusso, occupandosi di cost-cutting, ottimizzazione di processi, creazione di nuove collezioni e massimizzazione dei margini, raddoppiando la valutazione di un'azienda a conduzione familiare italiana PE-backed, acquisita poi da un player internazionale quotato in borsa.

Da dicembre 2018 lascia McKinsey per intraprendere un nuovo percorso imprenditoriale, valorizzando le sue origini: Mulan Group. Mulan Group è la prima realtà che porta il cibo cinese sulle tavole degli italiani. Sono piatti pronti orientali "Made in Italy", cioè realizzati con materie prime italiane e distribuite nelle maggiori catene di supermercati di tutta Italia.

Da un prodotto puramente B2B da grande distribuzione, porta l'azienda a diventare una realtà omnichannel. Dalla GDO, all'Horeca, il catering, il retail e non per ultimo il B2C con il primo e-commerce e delivery a domicilio di cucina asiatica in Europa.

Da una presenza solo regionale ad una presenza europea (Germani, Francia, Austria e Svizzera). Rinnova completamente l'assortimento dei prodotti, inizialmente solo di cucina cinese, creando nuove categorie di cucina giapponese, thailandese e vietnamita, posizionando l'azienda da produttore di food cinese a leader di food asiatico in Italia.

Gestisce anche import ed export di prodotti food italiani in Cina, valorizzando il Made in Italy, facendo da ponte tra Cina e Italia.

Da maggio 2019 fonda il Cartier Red Club, network europeo di imprenditori asiatici di seconda generazione, supportato da Cyrille Vigneron, Presidente e CEO di Cartier International, ricoprendo la carica di Presidente.

Da settembre 2019 viene selezionata ed entra nel network globale di Endeavor, movimento di giovani imprenditori che contribuiscono nella trasformazione del proprio paese.

E' relatrice a convegni internazionali e workshop per università come l'ESCP, Politecnico di Torino e Bocconi su temi diversi, tra cui: le innovazioni del mondo foodtech; internazionalizzazione delle imprese; leadership; imprenditoria femminile.

E' stata descritta dal Corriere della Sera, il Sole24 ore e Fortune come una delle imprenditrici più giovani e influenti d'Italia, recentemente stata nominata tra i 50 cinesi più influenti in Italia e una delle 100 Unstoppablewoman da StartupItalia.

Per la sua carriera, è stata la prima italiana di origini cinesi a ricevere il premio da Forbes Under 30 come uno dei talenti più influenti nel settore del Food&Drink in Europa.