

# Gian Piero Cervellera

## Data Scientist



*Data di nascita:* 18/03/1974

*Nazionalità:* Italiana

*Email:* cervellera@unisi.it

### *Carriera (ultimo aggiornamento Apr 2021)*

---

- Feb 12 – Oggi Da Settembre 2017 Data Scientist Consultant e Coordinatore del gruppo Data Scientist presso **Aubay**.  
Docente a Contratto di Informatica Avanzata –**Università di Siena**-  
Co-Owner di **FootballIntelligence**, vincitore –luglio 2016- del premio della idea più brillante al "#hackmfc", contest indetto dal Manchester City voluto da Guardiola, sono consulente matematico per alcune delle più importanti squadre di serie A italiane e per la Nazionale. I modelli proposti, oggi, hanno lo scopo di proporre soluzioni per il monitoraggio delle performance dei calciatori, simulazioni tattiche, studi dei sistemi e dei flussi di gioco fino ad arrivare alla scelta del giocatore obiettivo in sede di calcio mercato. Oltre al calcio sto sviluppando applicazioni anche per altri sport, quali il tennis e la palla a volo.
- Competenze statistiche ed informatiche:** Esperto in statistica ed informatica, sia per le aziende che per lo sport, analizzo ed elaboro **Big Data** dalle più classiche reportistiche alla costruzione di sistemi previsionali attraverso l'uso della **Machine Learnig**. Il dato lo si può elaborare se lo si sa trattare, da qua nasce l'esigenza di diventare un buon programmatore: ottimo l'utilizzo di tutto il pacchetto Office con ottime capacità di programmazione in **VBA** (linguaggio di programmazione di Excel, Access, Word, PowerPoint) è la materia che insegno all'università. Per quanto riguarda, invece, l'analisi dati complessa, utilizzo il programma statistico **R** o **Python**: - data analysis (pandas & numpy), Computer Vision (OpenCV), Artificial Intelligence (Tensorflow, Keras), Statistical Analysis (Scikit), Natural Language Processing (Nltk). Ottimo anche l'utilizzo di **Php** e **Javascript** e **Mysql** che uso per creare siti internet sui quali, di solito, rendo visibili i report delle mie analisi statistiche, in modo tale che il cliente possa leggere i risultati delle analisi anche su Internet, quindi tablet o telefono.
- Dieci anni di carriera in banca:** Ho iniziato la mia carriera nei primi anni duemila in Poste Italiane quando l'allora AD Corrado Passera la trasformò in banca. Uno degli obiettivi che si propose fu quello di razionalizzare i 14.000 uffici postali, e per farlo, doveva utilizzare metodologie legate allo studio del territorio. All'epoca, ancora studente, siccome ero uno dei pochi che studiava tematiche di geo marketing, mi fu proposto di lavorare in Poste Italiane a Roma dove avrei scritto la tesi e implementato il modello. Quando Corrado Passera divenne AD di Banca Intesa mi fu proposto di trasferirmi a Milano e, viste le mie conoscenze matematiche, di iniziare a studiare tematiche legate alla finanza. Mi sono appassionato all'argomento tanto da scrivere diverse pubblicazioni che mi hanno dato titoli per diventare docente di informatica avanzata per la finanza a Viterbo. Per quanto riguarda, invece, la docenza a Siena, insegno all'università praticamente da quando mi sono laureato. Un po' prima della fusione di Intesa con San Paolo, molti dei dirigenti di Intesa furono chiamati a BNP Paribas. Quando quest'ultima comprò BNL mi fu proposto di ritornare a Roma.
- Giu 12 – Giu 16 Docente a Contratto di Informatica Avanzata per la Finanza– **Università di Viterbo** -
- Mar 07 – Feb 12 Divisione Investimenti & Marketing (**Banca BNL BNP Paribas, Roma**)  
Responsabile dell'Ufficio Innovazione avevo il compito di implementare tutti i processi matematici e software per ogni tipo di nuova attività dagli investimenti alle strategie di marketing. Per quanto riguarda gli investimenti la maggior parte dei lavori si sono concentrati nelle analisi di portafoglio e 'products picking'. Nel marketing, simulazioni e previsioni per ogni nuova proposta di business. Nel ramo dell'efficienza interna, allocazione del budget corporate verso le single unità di vendita (agenzie) passando anche per le analisi di geo-marketing
- Giu 03 – Mar 07 Divisione Marketing (**Banca Intesa San Paolo, Milano**)  
Implementazione di tutti i processi matematici e software per allocazione del budget corporate verso le single unità di vendita (agenzie) e analisi ABM per le allocazioni efficienti delle risorse di sportelleria. Geo Marketing
- Set 00 – Giu 03 Divisione Sviluppo del Territorio (**Poste Italiane, Roma**)  
Studio del potenziale territoriale allo scopo di aprire/chiedere uffici postali valutando il capitale sociale di ogni area. Analisi ABM per le allocazioni efficienti delle risorse di sportelleria. Geo Marketig

## Educazione

---

Set 96- Set 01	<b>UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI SIENA "Richard M. Goodwin"</b> Scienze Statistiche ed Economiche	<b>Siena</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Voto finale: 110/110 cum laude</li><li>• Exchange Student Program at Katholieke Universiteit of Leuven (Leuven - Belgium)</li><li>• Discussione della tesi: "The GPC Model: un nuovo approccio di studio per la chiusura/aperture di agenzie. Lo studio del capitale sociale di Poste Italiane"</li></ul>	
2002	<b>Thirteenth Residential Course in Econometrics</b> per partecipanti al programma PhD (CIDE)	<b>Bertinoro (Forlì)</b>
2002	<b>Geo Marketing to improve business results. ValueLab</b>	<b>Milano</b>
2006	<b>Data Mining. Politecnico di Milano.</b>	<b>Milano</b>

## Pubblicazioni selezionate

---

2017	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>JChain: A new way to look inside the firm"</b> Cervellera, G. P., Amabile, F., Napolitano, A., Parenti, D., Mauro, K., &amp; Lazzi, F. (2017, November 16). <a href="https://doi.org/10.17605/OSF.IO/NW9PE">https://doi.org/10.17605/OSF.IO/NW9PE</a></li></ul>	
2013	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>A note on the estimation of a Gamma-Variance process: Learning from a failure"</b> Gian Piero Cervellera, Marco Paolo Tucci (2016). <i>Journal Computational Economics</i>, ( ),1-23, DOI 10.1007/s10614-016-9566-3</li></ul>	
2008	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>"Il budget bancario –principi base e metodologie-. I criteri di ripartizione utilizzati in BNL".</b> Gian Piero Cervellera (2008). <i>forthcoming Budget</i>.</li></ul>	
2005	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>"L' Efficienza dell'offerta nelle Aziende che Erogano Servizi al Pubblico. Sistemi Previsivi per il Flusso di Clientela in Poste Italiane."</b> Gian Piero Cervellera, Duccio Stefano Gazzei. <i>"Statistica Applicata"</i>( 2005), volume 17, fascicolo 3</li></ul>	
2003	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>"Un Primo Approccio di Studio per la Segmentazione della Clientela degli Uffici Postali"</b>. Gian Piero Cervellera, Emanuela Gallina. <i>Micro &amp; Macro Marketing</i> (2/2003). Il Mulino.</li></ul>	

In CV ho più di 15 pubblicazioni

## Lingue

---

<b>Italiano:</b> Lingua madre	<b>Inglese:</b> Fluente nel parlare e scrivere	<b>Francese:</b> Fluente nel parlare
-------------------------------	--	--------------------------------------

## Informazioni supplementari

---

<b>Professionali:</b>	Pubblicazione relativa ad un metodo statistico da me inventato per la ricostruzione delle parti mancanti di opere d'arte (vedi : <a href="http://www.aetheiaonline.it/ricerca/articoliricerca/ricerca_cervellera">http://www.aetheiaonline.it/ricerca/articoliricerca/ricerca_cervellera</a> ). Docente a contratto di Statistica Applicata <b>Università di Siena- Arezzo</b> (2008)
-----------------------	---