

Curriculum Vitae



Informazioni personali

NOME / COGNOME **Smeralda Tornese**

PROFILO PROFESSIONALE

Consulente Strategico Sviluppo locale, Marketing Territoriale, Comunicazione, Formazione Manageriale

ATTIVITÀ ESERCITATA

Libero professionista

Esperienza lavorativa

Date (da - a) 2012 Gennaio - *ad oggi*

Tipo di azienda o settore Ente Pubblico

Tipo di impiego

LIBERO PROFESSIONISTA, CONSULENTE E FORMATORE IN MARKETING TERRITORIALE, SVILUPPO LOCALE, TURISMO, COMUNICAZIONE E MARKETING

Principali mansioni e responsabilità

Destination Manager per STL, DMO e DMC; Progettazione, gestione ed assistenza tecnica di progetti di valorizzazione di risorse territoriali a fini turistico-culturali, ambientali e sociali; Valorizzazione dell'ambiente rurale e sviluppo sostenibile di economie; Definizione e redazione strategie e piani di azione, in particolare: obiettivi e target market, valutazione del contesto e analisi degli strumenti strategici e competitivi per i territori, piani "social media" e di comunicazione interna/esterna ad aziende e territori, attività redazionali e gestione eventi; Piani strategici per la commercializzazione dei territori; Definizione attività promozionali per il coinvolgimento di stakeholders e shareholders locali; Attività di Pubbliche relazioni nei territori e facilitazione; Coordinamento risorse umane; Definizione delle linee guida per il branding e la promozione territoriale; Gestione e Coordinamento di tutte le fasi e risultati (azioni, attività e fornitori); Gestione dei costi, piano finanziario e rischi di progetto; Rendicontazione progetti. Nel dettaglio:

Date (da - a) 2017 Ottobre - *ad oggi*

Nome e indirizzo del datore di lavoro

REGIONE SICILIANA - Assessorato delle Attività Produttive

Via degli Emiri, 45 Palermo (PA)

Tipo di azienda o settore Ente Pubblico

Tipo di impiego

ESPERTO "ROSTER" - PROFILO ET5 (TURISMO, CULTURA E BENI CULTURALI)

Principali mansioni e responsabilità

Incarico di Valutatore profilo ET5 (**Esperto tematico S3 "Turismo, Cultura e Beni Culturali"**) individuato a seguito di avviso pubblico e conseguente decreto D.D.G. n. 2437/5 del 23.10.2017 con l'obiettivo di garantire un'efficiente selezione delle istanze presentate a valere sui bandi e gli avvisi nell'ambito del PO FESR 2014/2020 e che daranno attuazione alla S3 Sicilia 2014-2020. I "Roster" sono esperti individuati nei 6 ambiti tematici della Strategia Regionale dell'Innovazione per la Specializzazione Intelligente 2014/2020 S3 Sicilia, nell'applicazione industriale delle KET (Key Enabling Technologies) di livello europeo e nella valutazione di sostenibilità economico-finanziaria dei progetti a valere sulle azioni 1.1.3, 1.1.5 e 1.2.3 del PO FESR 2014/2020.

Esperienza lavorativa

Date (da - a)	2019 Maggio - ad oggi
Nome e indirizzo del datore di lavoro	ANCI - Associazione Nazionale Comuni Italiani Via dei Prefetti 46 Roma (RM)
Tipo di azienda o settore	L'Associazione Nazionale Comuni Italiani (ANCI) è un'associazione senza scopo di lucro, nata nel 1901, alla quale aderiscono circa 7.300 Comuni italiani con l'obiettivo di rappresentare gli interessi degli associati dinanzi agli organi centrali dello Stato (Parlamento, governo, regioni), promuovere lo studio e l'approfondimento di problemi che interessano i suoi associati e di ogni materia riguardante la pubblica amministrazione, prestare attività di consulenza ed assistenza agli associati, promuovere iniziative per l'educazione civica dei cittadini e per diffondere la conoscenza delle istituzioni locali, nonché la partecipazione dei cittadini alla vita delle autonomie locali, etc.
Tipo di impiego	CONSULENZA "METROPOLI STRATEGICA MILANO" (ESPERTO COMUNICAZIONE)
Principali mansioni e responsabilità	Attività di consulenza da rendersi, in favore di ANCI, a supporto della Città Metropolitana di Milano sui temi relativi alla comunicazione, da svolgersi relativamente al Progetto di ANCI "Metropoli Strategiche", finanziato nell'ambito del PON Governance e Capacità Istituzionale 2014-2020 - Fondo FESR - Asse 3 - OT11 - OS 3.1 Miglioramento della governance multilivello e della capacità amministrativa e tecnica della PA nei programmi di investimento pubblico (RA 11.6) - Azione 3.1.5. Il Progetto "Metropoli Strategiche" è finalizzato ad accompagnare le Città Metropolitane nel processo di innovazione istituzionale, supportandole nei cambiamenti organizzativi e nello sviluppo delle competenze necessarie alla piena realizzazione di politiche integrate di scala metropolitana. Attività e Output: - Supporto alla Città Metropolitana di Milano nella comunicazione delle azioni di sperimentazione svolte nell'ambito del progetto Metropoli Strategiche; - Comunicazione delle attività e dei risultati raggiunti nell'ambito della sperimentazione relativa alla costruzione del Servizio Europa metropolitano attraverso media tradizionali, web e social network; - Supporto alla definizione delle strategie di comunicazione dell'identità metropolitana; - Supporto alla preparazione degli incontri del network locale, (contatti con i referenti dei comuni; interviste, dossier e relazioni); - Elaborazione Piano di comunicazione in relazione alle azioni di sperimentazione della Città metropolitana; - Definizione strategia di comunicazione.
Date (da - a)	2019 Dicembre - ad oggi
Nome e indirizzo del datore di lavoro	GAL ANTICO FRIGNANO E APPENNINO REGGIANO soc. coop. Via Martiri della Libertà, 34 - Modena sede operativa
Tipo di azienda o settore	Il GAL Antico Frignano e Appennino Reggiano, attraverso il coinvolgimento diretto del territorio mira a favorire una crescita bottom-up, dal basso verso l'alto, attuando un Piano di Azione Locale (PAL) per la valorizzazione e promozione di attività produttive, eccellenze ambientali, culturali, unicità del paesaggio dell'Appennino modenese e reggiano.
Tipo di impiego	CONSULENZA (COACHING IMPRENDITORIALE) TURISMO ENOGASTRONOMICO
Principali mansioni e responsabilità	Incarico di lavoro autonomo (<i>figura senior</i>) per consulenza/coaching per la valorizzazione di esperienze sul turismo enogastronomico (Azione a regia diretta A.2.2 Azione Faro - "La Montagna delle Cose Buone" - sottrazione A."2.2.1 Sostegno alla costituzione delle reti di impresa" - del PAL 2014-2020. Attività e Output: - Preparazione ed elaborazione del percorso di coaching; - Consulenza coaching testimonianza relativa a identificazione della domanda e dell'offerta turistica e delle specifiche opportunità distintive, opzioni di comunicazione e branding, rapporto con realtà locali e nazionali specializzate in turismo enogastronomico con particolare riferimento a produzioni "minori".

Esperienza lavorativa

Date (da - a)	2019 Marzo - Settembre 2019
Nome e indirizzo del datore di lavoro	ASSOCIAZIONE BORGHI AUTENTICI D'ITALIA
Tipo di azienda o settore	Viale Marconi 27/b Salsomaggiore Terme (PR) - sede operativa nazionale Borghi Autentici d'Italia è una rete fra territori dove protagoniste sono le persone e le comunità, realtà che decidono di non arrendersi di fronte al declino e ai problemi ma che scelgono di mettere in gioco le proprie risorse per creare nuove opportunità di crescita: realtà che appartengono a quell'Italia che ce la vuole fare.
Tipo di impiego	CONSULENZA (MARKETING TERRITORIALE, COMUNICAZIONE, ANIMAZIONE)
Principali mansioni e responsabilità	<i>Progetto "Comunità Ospitali", innovativo modello di offerta turistica a rete nel territorio italiano: esame puntuale dello stato di fatto, della presenza e gestione del sito web Comunità Ospitali; verifica del grado e delle condizioni di impiego del Tutor all'ospite ovvero valutazione del grado di motivazione dello stesso, analisi delle prospettive reali di coinvolgimento del "Tutor" nel dispositivo di offerta locale; Analisi dello stato del catalogo di prodotti/esperienze presente e disponibile in ogni Comunità Ospitale avendo cura di approfondire le concrete condizioni di fattibilità anche sul fronte degli accordi con i fornitori di servizi; verifica possibilità di nuove idee di prodotto/esperienze.</i>
Date (da - a)	2018 Dicembre - Marzo 2019
Nome e indirizzo del datore di lavoro	GRUPPO DI AZIONE LOCALE (GAL) DEL DUCATO s.cons.r.l.
Tipo di azienda o settore	Via Verdi, 2 Parma (PR) Il GAL del Ducato s.cons.r.l. è stato costituito con lo scopo di gestire la realizzazione di progetti indirizzati allo sviluppo economico del territorio delle province di Parma e Piacenza.
Tipo di impiego	CONSULENZA (MARKETING TERRITORIALE, COMUNICAZIONE E BRANDING)
Principali mansioni e responsabilità	Ideazione piano di marketing e comunicazione verso gli operatori locali ed il mercato incentrato sullo sviluppo di un marchio territoriale identificativo delle filiere legate al bosco (prodotti legnosi e non legnosi) con le sue relative applicazioni e relativi disciplinari d'uso, nel territorio leader del Gal del Ducato (Progetto A.2.1.a "Superate la parcellizzazione del bosco: strumenti innovativi di gestione forestale" - Piano di Azione Locale Parmense e Piacentino - Focus Area P6B - Stimolare lo sviluppo locale nelle zone rurali"). Elaborazione linee guida e coordinamento.
Date (da - a)	2018 Nov - Dicembre 2018
Nome e indirizzo del datore di lavoro	ADSUM
Tipo di azienda o settore	Via Brenta, 148 Surbo (LE) Associazione Culturale di Formazione Professionale
Tipo di impiego	CONSULENZA COMUNICAZIONE Progetto Garanzia Giovani - Misura 2A "Formazione mirata all'inserimento lavorativo"
Date (da - a)	2017 Nov - Maggio 2018
Nome e indirizzo del datore di lavoro	SCIROCCOMULTIMEDIA srl
Tipo di azienda o settore	Via Cataldo Antonio Mannarino, 11 Lecce (LE) Web agency, Marketing, Comunicazione, Progettazione, Editoria
Tipo di impiego	CONSULENZA COMUNICAZIONE DIGITALE Responsabile contenuti e attività di web writing per sito e-commerce da lanciare sul mercato nazionale italiano.

Date (da - a)	2017 Gennaio - Aprile 2017
Nome e indirizzo del datore di lavoro	AT HOME ABROAD LLC PO BOX 8580, Greenville, SC 29604 (USA)
Tipo di azienda o settore	La società americana gestisce vari appartamenti privati di lusso in tutto il territorio francese affiancando, alla tradizionale offerta turistica parigina, una forma di accoglienza basata sull'analisi dettagliata delle esigenze dei turisti americani, asiatici ed europei che vogliono vivere un'esperienza immersiva nella <i>ville lumière</i> e nella Valle della Loira con i suoi Castelli e nelle zone più quotate della Francia.
Tipo di impiego	CONSULENZA (MARKETING TERRITORIALE, TURISMO, ENOGASTRONOMIA)
Principali mansioni e responsabilità	Progettazione e sviluppo della strategia di marketing, del piano di analisi e attività di preparazione al lancio di una start-up del food (legata all'idea di <i>"Pop-Up Restaurant, Galleria d'arte, Mercatino Antiquariato e Turismo"</i>), da impiantarsi e svilupparsi in Francia, in una zona paesaggisticamente e culturalmente importante come la Valle della Loira. La proposta metodologica elaborata ha l'obiettivo di sostenere i processi decisionali della società (<i>start-upper maker</i>) nella programmazione e nella gestione di tutte le iniziative preventive, stimolando creatività, auto-riflessione, capacità di diagnosi e di analisi, nell'individuare le potenziali debolezze legate ad iniziative analoghe in diversi paesi. Per classificare le buone pratiche sono stati considerati diversi criteri: impatto e risultati dell'iniziativa/progetto, innovazione, sostenibilità, trasferibilità e miglioramento dell'attrattività per i visitatori e gli abitanti. Attività: - Elaborazione linee guida e coordinamento. - Redazione del documento denominato "Analysis and Planning". La fase iniziale ha previsto l'analisi dello stato attuale e desiderato e l'identificazione degli obiettivi generali e specifici di sviluppo della start-up, con l'obiettivo principale di definire (attraverso la formulazione di un questionario/intervista dedicato e dettagliato), le iniziative da realizzarsi nel breve, medio e lungo periodo (ivi compresa una revisione dei flussi di cassa e una ridefinizione del business plan). A questo proposito, è importante ricordare che il questionario ha avuto un valore strategico per la pianificazione delle iniziative e, in quanto tale, è stato un passo indispensabile per definire (e ridefinire) in dettaglio, lo stesso per raggiungere i propri obiettivi nel breve, medio e lungo termine. - Basilare è stato il benchmark delle best practices sul territorio francese e mondiale, che ha definito le differenze nel processo di sviluppo della stessa start-up. Il Piano si è poi concluso con l'individuazione di tutte le azioni che potevano essere implementate con lo sviluppo degli steps operativi per la costruzione della Società e la conseguente strategia di marketing da implementare. - Revisione Business Plan.
Date (da - a)	2015 Ottobre - Maggio 2016
Nome e indirizzo del datore di lavoro	GRUPPO DI AZIONE LOCALE (GAL) FLAMINIA CESANO srl Viale Martiri della Libertà, 33 - Pergola (PU)
Tipo di azienda o settore	La società Flaminia Cesano srl si è costituita il 16.10.1996 ed i soci promotori e fondatori sono state le Comunità Montane del Catria e Cesano e del Metauro. Attualmente conta nr. 22 soci: gli Enti pubblici rappresentano il 49% del capitale sociale ed i soggetti privati il 51%. L'area di intervento del GAL insiste tra le province di Pesaro-Urbino ed Ancona e corrisponde a quella porzione di territorio che si ritaglia fra le valli del Metauro, Cesano e Misa.
Tipo di impiego	CONSULENZA E COLLABORAZIONE (TURISMO, MARKETING TERRITORIALE)
Principali mansioni e responsabilità	Progettazione piano di attività di preparazione al Piano di Sviluppo Locale (PSL) finalizzato a contribuire, con l'attività di animazione ed ascolto, a migliorare la qualità della progettazione delle strategie di sviluppo locale (PSR 2014 - 2020, Misura 19 - Sottomisura 19.1 Sostegno preparatorio).

Esperienza lavorativa

Principali mansioni e responsabilità

Attività:

- Elaborazione linee guida e coordinamento.
- Redazione del documento denominato **"Piano di attività di preparazione del PSL"**. Il Piano, suddiviso in tre parti, nasce con l'obiettivo principale di promuovere un approccio integrato, nell'ambito dello sviluppo locale pianificato nell'area del GAL, in termini di sinergie attivabili a livello territoriale e sub-territoriale. Nello specifico, **si è proposto di sviluppare un approccio metodologico avanzato attraverso indagini e analisi mirate e puntuali che definiscano lo stato dell'arte e siano in grado di accompagnare il GAL ed i suoi partner, nonché stakeholder e shareholder territoriali nella gestione strategico-operativa dell'area**. Il Piano ha previsto la definizione della strategia di animazione in fasi e gli strumenti on e off line di coinvolgimento del territorio.
- **Animazione territoriale per il coinvolgimento degli stakeholders e shareholders interessati;**
- Rendicontazione delle attività e relazione d'efficacia del processo partecipativo;
- Stesura del documento denominato **"Analisi di contesto con un focus sul Turismo nell'area del GAL"** e sintesi dei fabbisogni rilevati con la costruzione di visioni per il futuro del territorio, con la definizione di obiettivi generali e trasversali.

Date (da - a) 2015 Maggio - Ottobre 2015

Nome e indirizzo del datore di lavoro **OMNIA COMUNICAZIONE srl per PROVINCIA DI PESARO URBINO**

Via Einaudi, 74 - Fano (PU)

Tipo di azienda o settore Marketing, Comunicazione, Progettazione, Editoria

Tipo di impiego **CONSULENZA E REDAZIONE PIANO DI MARKETING TURISTICO PER LA DESTINAZIONE PROVINCIALE (TURISMO, DESTINATION MARKETING, SOCIAL MEDIA)**

Principali mansioni e responsabilità Progettazione piano di sviluppo marketing per bando "Servizio relativo all'ideazione e realizzazione di una campagna integrata per la valorizzazione dei Comuni appartenenti all'area del GAL Flaminia Cesano" (Asse 4 - Misura 4.13 - Sottomisero 4.1.3.7 intervento di promozione territoriale). **Attività:**

- Elaborazione linee guida e predisposizione progetto.
- Redazione documento strategico denominato **"Piano di Marketing Turistico per la provincia di Pesaro Urbino"**, in cui vengono definiti obiettivi e target di mercato, valutati il contesto, le peculiarità territoriali e pianificate le attività allo scopo di **sviluppare il Turismo come leva strategica e competitiva per il territorio provinciale**.
- Collaborazione alla redazione del documento **"Piano di comunicazione e azioni promozionali per la valorizzazione turistica delle aree rurali specialmente nei segmenti del turismo culturale, storico-ambientale ed enogastronomico"**.

Date (da - a) 2014 Maggio - Settembre 2015

Nome e indirizzo del datore di lavoro **SVIM SVILUPPO MARCHE SpA**

Via Raffaello Sanzio, 85 - Ancona (AN)

Tipo di azienda o settore Svim - Sviluppo Marche SpA è la società di sviluppo della Regione Marche istituita con legge regionale n.17 del 1 giugno 1999. Svim opera in rapporto esclusivo con la Regione Marche per l'attuazione della politica di sviluppo del territorio, traducendo in progetti regionali, nazionali ed internazionali, sia gli obiettivi definiti nel POR (Programma Operativo Regionale), sia gli indirizzi strategici scaturiti dalla concertazione tra le forze sociali e produttive. Svim gestisce inoltre, in rappresentanza della Regione, la partecipazione nei Centri Servizi, società/enti pubblici che assistono le imprese nelle attività di ricerca e nel processo di innovazione tecnologica, anche attraverso la collaborazione sinergica con il sistema universitario.

Tipo di impiego **CONSULENZA E COLLABORAZIONE GESTIONE PROGETTO EUROPEO (TURISMO, MARKETING TERRITORIALE E COMUNICAZIONE)**

Principali mansioni e responsabilità

Collaborazione nell'ambito del Progetto Europeo "**ADRIATIC ROUTE FOR THEMATIC TOURISM - Programma IPA Adriatico 2007-2013**", riguardante tematiche inerenti la cooperazione territoriale europea, il turismo e l'economia sostenibile. L'attività si è svolta in collaborazione e a supporto di Regione Marche.

Adriatic Route mirava a promuovere forme alternative di turismo culturale, gastronomico e di altro tipo nei paesi del bacino del Mar Adriatico, attraverso l'utilizzo di sistemi di trasporto multimodale. Il progetto ha raggiunto gli obiettivi prefissati come aumentare e migliorare la capacità delle autorità di promuovere la loro identità locale e le forme alternative di turismo; sviluppare nuovi prodotti turistici trans-adriatici; scambiare esperienze e good practices, nonché coordinare politiche in materia di promozione turistica; migliorare l'accessibilità al turismo, alla cultura e alle risorse naturali; ridurre la stagionalità; migliorare la visibilità dei beni culturali e ricchezze naturali; fare sinergia con gli attori locali; diffondere e divulgare le buone pratiche al fine di ottenere effetti moltiplicatori. **Di seguito si elencano le principali azioni e attività realizzate.**

Elaborazione e redazione di:

- Report tecnici contenenti la definizione dei criteri, della metodologia e degli strumenti volti ad **identificare buone pratiche di promozione del turismo tematico** a livello regionale con un focus sul turismo gastronomico e sull'uso di strumenti ICT per la promozione turistica.
- Report contenente l'identificazione dei benchmarks delle buone pratiche selezionate e predisposizione di strumenti volti a valutare competenze e performances delle Autorità regionali nella promozione del turismo tematico.
- Redazione del **Piano strategico-operativo per la promozione e lo sviluppo del turismo tematico nella regione Marche**, contenente strategie e azioni per una promozione integrata ed efficiente, per la minimizzazione della stagionalità del turismo, per l'offerta di un turismo di qualità in grado di attrarre visitatori più esigenti e di alto livello.
- Redazione del **Piano editoriale** sulla disseminazione delle attività e dei risultati progettuali attraverso i principali **social media**, coordinato con la strategia social della Regione Marche.
- Documento tecnico contenente l'indicazione di nr. 2 itinerari turistici regionali da promuovere attraverso la piattaforma web-GIS del progetto.

Organizzazione e partecipazione a:

- nr. 5 riunioni di Steering Committee del progetto a Sarajevo - Bosnia Herzegovina e nelle località partner del progetto.
- nr. 1 seminario di capacity building rivolto alle competenti autorità regionali per lo sviluppo e la promozione del turismo tematico nella regione Marche.
- nr. 1 meeting di progetto svoltosi ad Ancona presso la sede della Regione Marche entro il mese di luglio 2015.
- Predisposizione dei materiali necessari (presentazioni, documenti di progetto, minute), curando contenuto ed esposizione del proprio intervento.

Supervisione tecnica e coordinamento delle attività dei fornitori dei vari servizi, volti alla definizione del materiale di comunicazione e attività promozionali attraverso vari strumenti e media online e offline per la Regione Marche e per il progetto stesso. In particolare: progettazione e realizzazione dell'identità grafica (brand di progetto), comprensivo di testi, traduzione, stampa, riproduzione e distribuzione su supporti cartacei (brochure, poster, dépliant, et.) e multimediali (banner, qr code, social pages, etc.); coordinamento azioni promozionali (acquisto spazi pubblicitari e publiredazionali su riviste, carta stampata, servizi televisivi e campagne di comunicazione su siti dedicati e social network); supporto alla realizzazione del sito web di progetto; coordinamento del piano editoriale su piattaforme social e supervisione contenuti.

Date (da - a)	2014 Maggio - Maggio 2015
Nome e indirizzo del datore di lavoro	DISTRETTO TECNOLOGICO PUGLIESE HIGH TECH (DHITECH) Scarl Via S. Trinchese, 61 - 73100 Lecce (LE)
Tipo di azienda o settore	Terzo settore. È la realtà distrettuale più matura del territorio pugliese in materia di ricerca compartecipata Pubblico-Privato, Alta Formazione e trasferimento tecnologico, operante in due grandi aree di specializzazione, quali: Materiali Avanzati e Nanotecnologie; eBusiness Management ed Intelligent Management.
Tipo di impiego	CONSULENZA COMUNICAZIONE STRATEGICA E DIGITALE (TURISMO, MARKETING TERRITORIALE, SOCIAL MEDIA)
Principali mansioni e responsabilità	Animazione e coinvolgimento degli stakeholder pubblici e privati pugliesi, del settore dei servizi legati al turismo e alla pubblica amministrazione, nel contesto delle attività e dei processi dei Living Lab "Puglia Smart Lab" (PSLab). I laboratori tecnologici sono comunemente visti come luoghi chiusi, in cui operano esclusivamente ricercatori, che producono soluzioni che a volte non incontrano i bisogni dei futuri utenti. Il Living Lab (LL o Living Laboratory) rappresenta un nuovo approccio al concetto di innovazione: un laboratorio aperto, che coinvolga direttamente i futuri utenti, sin dalla fase di progettazione dei prodotti/servizi. I Living Lab hanno una profonda connessione con il territorio di appartenenza, includendo al loro interno imprese, realtà ed enti locali. Nel dettaglio le attività: - Redazione del "Piano di comunicazione e animazione" coerente con gli indirizzi strategici del Living Lab "Puglia Smart Lab". - Produzione di una Analisi delle politiche di sviluppo operata sulla base del riconoscimento dei valori e delle specificità territoriali del sistema locale e degli obiettivi programmatici. - Supporto di Puglia Smart Lab nella creazione di reti e alleanze tra attori privilegiati e tra attori pubblici, privati e cittadinanza (partnership pubblico-private aperte ai cittadini), al fine dell'individuazione e della condivisione di idee e di strategie/progettualità d'azione in ambito turistico. - Promozione, organizzazione e gestione di tavole rotonde, seminari, workshop ed ogni evento che potesse sostenere l'attivazione dei network nonché le attività del Living Lab. - Produzione di piani e progetti operativi che diano impulso alle pratiche di marketing territoriale condotte dal Living Lab garantendo l'utilizzo di supporti, metodologie e azioni innovative e coerenti con l'indirizzo metodologico "Living Lab". - Organizzazione e coordinamento delle attività di comunicazione (on e off line). - Predisposizione di piani di engagement del cittadino che contemplino l'utilizzo di metodologie come: Gamification, Guerrilla Marketing, flash mob, etc.
Date (da - a)	2014 Maggio - Marzo 2015
Nome e indirizzo del datore di lavoro	GLOBE INSIDE srl per COMUNE DI ESTE Via C. Marx, 60 - 60022 Castelfidardo (AN)
Tipo di azienda o settore	Turismo, Marketing e Comunicazione turistica, Tecnologia, Progettazione Europea
Tipo di impiego	PROJECT MANAGER E COORDINATORE PROGETTO "EIDOS. GENESI DI UNA LEGGENDA NELLA BASSA PADOVANA" (TURISMO, PROMOZIONE E COM DIGITALE)
Principali mansioni e responsabilità	Il progetto «Eidos. Genesi di una leggenda nella Bassa Padovana», di cui ne sono autrice e project manager, è promosso dai Comuni di Este (capofila), Anguillara Veneta, Bagnoli di Sopra, Carceri, Conselve e Pernumia (enti partner), nella provincia di Padova, e cofinanziato dal GAL (Gruppo di Azione Locale) Bassa Padovana nell'ambito del Programma di Sviluppo Rurale per il Veneto 2007-2013 - Asse 4 - Leader. Il progetto è volto ad accrescere il turismo sostenibile nelle aree rurali, definendo strategie innovative di governance, individuando "esperienze" di visita ad alto coinvolgimento emotivo e realizzando campagne virale e promozionali non convenzionali. Eidos, attraverso il tematismo strategico "Miti, misteri e leggende stori-

Principali mansioni e responsabilità

che", è nato e si è sviluppato nella considerazione che le aree rurali ed i piccoli borghi possono rappresentare un prodotto innovativo nel panorama dell'offerta turistica, configurandosi come veri e propri luoghi di sperimentazione esperienziale.

In particolare, **il focus d'attenzione è stata la medievallità ed il suo fascino** con l'obiettivo di valorizzare le importanti risorse culturali e storico-artistiche che avvicinano i Comuni partner, **progettando e realizzando una promozione sinergica e comune che puntasse sul tematismo e sulla novità per richiamare appassionati e turisti interessati alla nicchia proposta dal progetto stesso.** Attraverso l'avvio di attività promozionali, tra tradizione e innovazione, si è valorizzato il patrimonio paesaggistico e artistico-culturale del territorio interessato dal progetto, veicolando l'opportunità endogena dei "contenitori" (intesi qui nella loro accezione di siti/beni/manufatti) di essere funzionali alle stesse attività. È così che giardini, piazze, castelli, vie etc. si sono trasformati prendendo vita nelle attività progettuali, considerati quindi come "location" ideali da promuovere e valorizzare presso turisti ed operatori del settore. **Obiettivi dell'azione mediatica sono stati: ottenere la massima visibilità sulla stampa locale e nazionale; produrre una forte identità e riconoscibilità dell'area oggetto dell'azione, attiva e propensa alla sperimentazione; promuovere la fruizione dei beni culturali, storici, paesaggistici ed enogastronomici del territorio interessato.**

Nel dettaglio le attività:

- **Predisposizione progetto e animazione territoriale per il coinvolgimento degli shareholder e stakeholders interessati e gestione delle comunicazioni.**
- **Gestione e coordinamento di tutte le fasi progettuali nell'ambito dei deliverables di progetto (azioni, attività e fornitori).** In particolare, supervisione tecnica delle attività di comunicazione quali: progettazione e realizzazione dell'identità grafica (brand di progetto), comprensivo di testi, traduzione, stampa, riproduzione e distribuzione su supporti cartacei (brochure, poster, dépliant, et.) e multimediali (banner, qrcode, social pages, etc.); coordinamento azioni promozionali (acquisto spazi pubblicitari e publiredazionali su riviste, carta stampata, servizi televisivi e campagne di comunicazione su siti dedicati e social network); supervisione e coordinamento per la realizzazione del sito web di progetto e video promo-virali per attività di storytelling, etc.); **ideazione, progettazione e coordinamento eventi nei sei Comuni partner; coordinamento del piano editoriale su piattaforme social e supervisione contenuti.**
- Gestione dei costi, del piano finanziario, della qualità e dei rischi del progetto.
- Supporto al Comune di Este nella predisposizione degli atti amministrativi e nella relazione con il GAL Bassa Padovana e Avepa.
- Rendicontazione progetto.

Date (da - a) 2009 Gennaio - Gennaio 2015

Nome e indirizzo del datore di lavoro

SISTEMA TURISTICO DELLA MARCA ANCONETANA

c/o Provincia di Ancona, via L. Ruggeri, 5 - 60131 Ancona (AN)

Tipo di azienda o settore

Turismo (Riferimenti normativi: L. n. 135 del 29/03/2001; L.R. Marche n. 6 dell'11/07/2006 - Delibere Giunta Regione Marche del 19/03/2002, n. 578 e del 28/12/2006, n. 1533; Atto di Consiglio Provinciale del 14/12/2007 n. 151). Natura giuridica: Associazione non a scopo di lucro costituita in data 26 maggio dell'anno 2008 (Repertorio n. 63737, Raccolta n. 19541), riconosciuta dalla Regione Marche con Decreto del Dirigente del Servizio Cultura, Turismo e Commercio n. 418/SRV07 del 05/06/2008 conta al suo interno n. 53 soci tra fondatori e non tra i quali: Provincia di Ancona, Camera di Commercio di Ancona, Comuni del territorio provinciale, Unioni di Comuni, Associazioni di Categoria (Confcommercio, Confesercenti e Confindustria della Provincia di Ancona), Comunità Montana Esino Frasassi, Consorzio Frasassi e Associazione Riviera del Conero).

Tipo di impiego

DIRETTORE (DESTINATION MANAGER, TURISMO, INNOVAZIONE, MARKETING E COMUNICAZIONE, DMO)

Principali mansioni e responsabilità

Il STL della Provincia di Ancona è stato riconosciuto come modello di eccellenza a li-

Principali mansioni e responsabilità

vello nazionale (cfr. XVIImo Rapporto sul Turismo Italiano, edito da Franco Angeli con il patrocinio del Ministro del Turismo, 2011). L'attività ha visto, negli anni della mia direzione, la definizione dello start-up dell'Ente grazie a **strumenti innovativi di governance e di programmazione strategica, dal piano di sviluppo della destinazione al marketing dell'accoglienza, passando per la creazione di prodotti turistici all'identity del territorio provinciale**. Considerato che turismo, cultura e grandi rassegne nazionali e internazionali, quando diventano «evento», sono leve formidabili nella competizione globale, ho inoltre ideato, sviluppato, gestito e coordinato progetti innovativi e tecnologicamente avanzati, occupandomi anche dei grandi eventi istituzionali e promozionali sul territorio. **Principali attività:**

- Redazione del **"Programma di sviluppo turistico: elaborazione piano strategico delle funzioni ospitali della destinazione/area provincia di Ancona"**.
- **Redazione annuale del programma operativo del STL funzionale a quello strategico.**
- **Definizione prodotti turistici ed il sistema di promo-commercializzazione territoriale;**
- **Progettazione "territorial identity" (branding) e piano di comunicazione integrato per lo sviluppo turistico dell'area.**
- **Elaborazione e gestione dei progetti nel settore turistico volti al reperimento di risorse per l'attuazione del programma (attraverso partecipazione a bandi pubblici regionali, nazionali, europei, extraeuropei o altrimenti indetti da fondazioni, enti soggetti pubblici e/o privati di qualsiasi natura) e degli obiettivi di B-M-L termine individuati (riferimento: progetti orientati a: **destagionalizzazione dei flussi turistici; valorizzazione e sostegno incoming e sistema di promo-commercializzazione dei prodotti turistici; promozione neo-cultura dell'accoglienza; formazione operatori dei centri e punti IAT e operatori del settore alberghiero ed extra-alberghiero; promozione accessibilità sul territorio provinciale, organizzazione eventi ad alto appeal** legati alla valorizzazione dell'enogastronomia, l'accessibilità delle informazioni e dei luoghi, il cicloturismo, campagne di marketing interno e valorizzazione territoriale, etc.).**
- **Rendicontazione** progetti approvati e verifica degli interventi a regia diretta in convenzione.
- **Redazione dei bandi e avvisi. Istruttoria, controllo, approvazione delle offerte pervenute a seguito di bando/avviso per l'acquisizione di beni e servizi.**
- Predisposizione dello schema di bilancio preventivo e di quello consuntivo da sottoporre all'approvazione degli organismi competenti, firma degli ordinativi di incasso e pagamento, tenuta dei registri dell'associazione.
- Predisposizione degli atti amministrativi da sottoporre all'approvazione degli organismi competenti.
- **Coordinamento del personale, dei collaboratori e fornitori esterni.**
- **Coordinamento Centri e Punti IAT (in collaborazione con Regione Marche, Provincia di Ancona e Comuni soci).**
- **Coordinamento, coinvolgimento e stimolo delle interazioni tra i diversi stakeholders.**
- Attività di animazione territoriale coinvolgenti stakeholders e shareholders pubblici e privati del territorio provinciale e regionale.
- **Supporto alla Provincia di Ancona per progetti e iniziative di interesse turistico-culturale** (tra gli altri, si rimanda al progetto da me redatto e presentato dalla Provincia di Ancona a valere sul bando ministeriale D.M. del 13.12.2010 denominato "Talking Cities. Rafforzare le competenze degli operatori e sviluppare applicazioni evolute per la fruizione di contenuti complessi dal web e da dispositivi mobili". Il progetto è stato ammesso a cofinanziamento come da graduatoria, rif. Decreto del Capo di Dipartimento del 5 dicembre 2012).
- **Coordinamento azioni e progettualità tra Regione Marche, Provincia di Ancona e Sistema Turistico Locale.**
- **Organizzazione di incontri/convegni e conferenze stampa.** Redazione di documenti informativi e diffusione di tutte le informazioni.
- **Gestione delle relazioni istituzionali.**

Esperienza lavorativa

Principali mansioni e responsabilità

- **Gestione delle relazioni con i media locali e regionali.**
- **Progettazione e coordinamento delle attività di comunicazione, marketing interno, web marketing ed animazione idonea a diffondere la vision e le attività del Sistema Turistico della Marca Anconetana.**
- **Definizione, sviluppo e gestione CMS e CMR del Sistema Turistico della Marca Anconetana in collaborazione con i fornitori strumentali del servizio.**

Date (da - a)

2013 Luglio - Luglio 2014

Nome e indirizzo del datore di lavoro

COMUNE DI CORINALDO

via del Corso, 9 - 60013 Corinaldo (AN)

Tipo di azienda o settore

Ente Locale

Tipo di impiego

PROJECT MANAGER E COORDINATORE PROGETTO "VIVI L'EVENTO. BUILD UP YOUR OWN EVENT EXPERIENCE"

Principali mansioni e responsabilità

Il progetto "Vivi l'Evento. Build up your own Event experience", di cui ne sono autrice e project manager, è promosso dai Comuni di Corinaldo (capofila), Mondavio e Pergola, a cavallo tra le province di Ancona e Pesaro-Urbino, e cofinanziato dal GAL (Gruppo di Azione Locale) Flaminia-Cesano nell'ambito del Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013 - Asse 4 - Leader Attuazione strategie di sviluppo locale (misura 4.1.3 "Strategia di sviluppo locale - Qualità della vita e diversificazione"; sottomisura 4.1.3.2 "Incentivazione di attività turistiche (tipologia intervento c) sviluppo di servizi turistici).

Il progetto muove dalla necessità di sviluppare le "filieri", condividendo una progettualità strategica di medio-lungo periodo che punta a valorizzare le risorse esistenti ed aumentare la competitività e l'attrattività delle aree rurali di Corinaldo, Mondavio e Pergola. Ha l'obiettivo di **coinvolgere tutti gli operatori del settore turistico-culturale-sociale al fine di promuovere l'integrazione, creando e puntando su "prodotti ed eventi" d'eccellenza del territorio.** Le attività, che hanno coinvolto gli stakeholder più attivi e proattivi nei territori interessati dall'azione progettuale, hanno avuto l'obiettivo di rendere appetibili sul mercato le esperienze integrate col territorio, lavorando in un'ottica sistemica basata sulla valorizzazione delle tradizioni proprie del luogo di ospitalità e indirizzate a soddisfare una domanda turistica alla ricerca di originalità ed autenticità. Nel dettaglio:

- **creazione di offerte tematiche** (in particolare **"esperienze di turismo rurale"**) che portino da una parte a dare risposte innovative a favore di una domanda turistica sempre più esigente e dinamica e, dall'altra, a promuovere un'offerta turistica originale ma soprattutto identitaria alla scoperta dei territori agresti e culturalmente importanti;
- il valore delle tradizioni della Valle del Cesano, in special modo quello dell'atmosfera rurale, nella quale si incrociano panorami naturali e culturali. L'aspetto innovativo di questo approccio è il turismo creativo, che rende il viaggiatore protagonista dell'esperienza e non un partecipante passivo;
- **creazione e implementazione di nuovi strumenti tecnologicamente innovativi atti a garantire la commercializzazione dei servizi dei fornitori in forma singola o aggregati in pacchetti (gestione wholesaler), nonché la gestione in internet dei visitatori (attività di social networking).**

Attività:

- Predisposizione e redazione progetto.
- **Animazione territoriale per il coinvolgimento degli stakeholders e stakeholders interessati e gestione delle comunicazioni.**
- **Elaborazione e predisposizione pacchetti turistici (sul modello dynamic packaging).**
- Gestione e coordinamento di tutte le fasi progettuali nell'ambito dei deliverables di progetto (azioni, attività e fornitori). In particolare, supervisione tecnica delle attività di comunicazione quali: progettazione e realizzazione dell'identità grafica (brand di progetto), comprensivo di testi, traduzione, stampa, riproduzione e distribuzione su

Esperienza lavorativa

Principali mansioni e responsabilità

- supporti cartacei (brochure, poster, dépliant, etc.) e multimediali (banner, qrcode, social pages, etc.); **supervisione e coordinamento per la realizzazione del sito web di progetto** (il primo market place di esperienze rurali attivato nelle Marche) e **video promo-virali per attività di storytelling**; **supporto e coordinamento operatori aderenti**; **definizione pacchetti turistici dinamici e definizione piani editoriali per attività legate al mondo "social"**.
- Gestione dei costi, del piano finanziario, della qualità e dei rischi del progetto.
- **Supporto al Comune di Corinaldo nella predisposizione degli atti amministrativi e nella relazione con il GAL Flaminia Cesano.**
- Rendicontazione progetto.

Date (da - a)

2014 Luglio - Ottobre 2014

Nome e indirizzo del datore di lavoro

CLUBLAB Sagl

Sede legale: via Baraggie, 4 - 6612 Ascona (SVIZZERA)

Sede operativa: via al Forte, 3 - 6900 Lugano (SVIZZERA)

Tipo di azienda o settore

Azienda Ticinese di Marketing, Comunicazione integrata e Event Management

Tipo di impiego

CONSULENZA MARKETING & COMUNICAZIONE PROGETTO "CONFEDERACE 2015" (TURISMO, EVENTI, MARKETING E COMUNICAZIONE DIGITALE)

Principali mansioni e responsabilità

Progettazione piano di comunicazione evento "ConfedeRace 2015", una passeggiata esclusiva con auto di pregio e modelli speciali e green nel territorio elvetico. Punto di partenza dell'analisi è stata l'idea del viaggio che ha portato un piccolo gruppo di Amici a condividere un'esperienza legata alla propria passione e desiderio, un connubio di tensioni verso la riscoperta delle "maestose bellezze paesaggistiche e culturali della Confederazione Elvetica". Un viaggio nella tradizione e nel ricordo, certo, ma anche con il futuro in uno spazio-tempo definito solo dal passaggio lento di auto storiche di pregio, speciali e green. Di fondamentale importanza è anche la veicolazione delle risorse turistiche presenti nel territorio diffondendone la percezione per raggiungere un pubblico il più eterogeneo possibile. **Attività:**

- Elaborazione linee guida. Definizione e stesura documento denominato **"Piano integrato delle attività di comunicazione di marketing a supporto dell'evento "ConfedeRace 2015"**. Il Piano nasce con l'obiettivo di potenziare le azioni già realizzate dalla Committenza, in termini di consolidamento della comunicazione di marketing, secondo una visione programmatica e di insieme, al fine di garantire alla manifestazione una spinta propulsiva in termini di visibilità e acquisizione di notorietà, comprensiva delle strategie di marketing e comunicazione attraverso i social media ed il web; definizione rassegna stampa e video giornaliera; focus e selezione tematiche; redazione e diramazione comunicati stampa; organizzazione conferenze stampa; gestione e coordinamento attività.
- Proiezione economica delle attività di comunicazione individuate come strategiche (**redazione media plan**).
- **Coordinamento personale d'agenzia** (team di tre risorse: account, event manager e copywriter).

Date (da - a)

2012 Gennaio - Settembre 2013

Nome e indirizzo del datore di lavoro

PROVINCIA DI LECCE - Servizio Turismo e Marketing del Territorio, Sviluppo Rurale e UNPLI Provincia di Lecce

Via Botti, 11 - 73100 Lecce (LE)

Tipo di azienda o settore

Ente Locale

Tipo di impiego

CONSULENZA MARKETING E COMUNICAZIONE PROGETTO "SALENTO FOOD"

Principali mansioni e responsabilità

Coordinamento progetto denominato «Salento Food». Nato dalla volontà del Comitato provinciale UNPLI di Lecce e promosso dall'Assessorato al Turismo e Marketing Territoriale della Provincia di Lecce, con **l'obiettivo di valorizzare, in maniera condivisa, le manifestazioni locali e le sagre centrate sulla promozione dei**

Principali mansioni e responsabilità

prodotti locali e della filiera corta agroalimentare, Salento Food ha avviato un'importante azione informativa-formativa sul territorio provinciale, cercando di orientare le attività delle Pro Loco associate verso iniziative di "qualità", promuovendo al contempo un brand ed un disciplinare delle sagre e delle feste ecocompatibili. "Incentivazione di attività turistiche (tipologia intervento c) sviluppo di servizi turistici. Obiettivo è stato quello di promuovere la valorizzazione sostenibile delle produzioni tipiche, della storia e delle tradizioni del Salento, favorendo così l'incontro tra il gusto e la genuinità della cucina tipica, gli usi e le tradizioni culturali, nel pieno rispetto dell'ambiente e dei luoghi.

Attività:

- **Progettazione pubblicazione illustrata «Salento food» e realizzazione contenuti.**
- Gestione e coordinamento di tutte le fasi progettuali nell'ambito dei deliverables di progetto (azioni, attività e fornitori). In particolare, supervisione tecnica delle attività di comunicazione quali: progettazione e realizzazione dell'identità grafica (brand di progetto), comprensivo di testi, traduzione, stampa, riproduzione e distribuzione su supporti cartacei (brochure, poster, dépliant, et.).
- Gestione dei costi, del piano finanziario, della qualità e dei rischi del progetto.
- **Supporto a Provincia di Lecce e coordinamento Unpli Provincia di Lecce nella gestione del progetto.**
- Rendicontazione progetto.

Date (da - a)

2007 Novembre - Dicembre 2008

Nome e indirizzo del datore di lavoro

WHY!COM srl

Tipo di azienda o settore

Via Dalmazia Birago, 77 - 73100 Lecce (LE)

Tipo di impiego

Marketing, Comunicazione, Turismo, Editoria, Tecnologia, Progettazione

CONSULENZA MARKETING E COMUNICAZIONE (MARKETING TERRITORIALE/ TURISMO/ENOGASTRONOMIA)

Principali mansioni e responsabilità

- Definizione linee guida e **redazione del piano di marketing territoriale denominato "Piano Strategico per lo sviluppo del territorio neretino"**: analisi del contesto socio-economico-culturale; analisi del patrimonio artistico, ambientale e culturale; analisi del mercato-obiettivo; definizione strategie di comunicazione e animazione territoriale; analisi identità e posizionamento competitivo; definizione linee strategiche.
- **Elaborazione ricerche di mercato (dirette/indirette) e piani marketing internazionali**: analisi dei mercati-obiettivo; definizione campionamento; formulazione ed elaborazione questionari; definizione obiettivi e strategie di comunicazione; esposizione e risultati delle ricerche; piano di azioni, budgeting e controlli.
- **Gestione e coordinamento gruppo di lavoro.**
- **Responsabile progetto «De.Co.» (Denominazioni Comunali, strumento di marketing territoriale per la salvaguardia e la valorizzazione delle produzioni territoriali).**
- **Gestione e coordinamento portale online dedicato (web content e azioni di web marketing).**
- **Responsabile blog aziendale (web content nelle tre aree del marketing: territoriale, internazionale e studi legali).**
- **Collaborazione alla stesura del testo di marketing territoriale "De.Co. Denominazioni Comuni. Sviluppo locale e strumenti di Marketing Territoriale"** (di R. De Donno, Veronelli editore, 2008): attività di redazione testi, editing e correzione bozze.
- Attività di ghost-writer.
- **Attività di Content Management. Supporto Ufficio Stampa (on e off line) del Gruppo Oltrelinea e portale Infodeco.it**: definizione rassegna stampa e video giornaliera; focus e selezione tematiche; redazione e diramazione comunicati stampa; organizzazione conferenze stampa; gestione e coordinamento attività.

Date (da - a)	2008 Marzo - Ottobre 2008
Nome e indirizzo del datore di lavoro	COMUNE DI BRINDISI Piazza Matteotti, 1 - 72100 Brindisi (BR)
Tipo di azienda o settore	Ente Locale
Tipo di impiego	ESPERTO COMUNICAZIONE (PIANIFICAZIONE STRATEGICA, COMUNICAZIONE)
Principali mansioni e responsabilità	Nel 2005 il Comune di Brindisi promuoveva la candidatura del territorio per l'attribuzione di fondi destinati alla Pianificazione Strategica, messi a disposizione dal Governo Nazionale (delibera CIPE 20/2004), condividendo così il nuovo metodo suggerito dalla Regione Puglia per la spesa dei Fondi Comunitari 2007-2013: quello, appunto, della Pianificazione Strategica d'Area Vasta. In questo contesto, i Comuni di Brindisi, Carovigno, Ceglie Messapica, Cellino San Marco, Erchie, Fasano, Francavilla Fontana, Latiano, Mesagne, Oria, Ostuni, San Donaci, San Michele Salentino, San Pancrazio Salentino, San Pietro Vernotico, San Vito dei Normanni, Torchiarolo, Torre Santa Susanna, Villa Castelli nonché la Provincia di Brindisi, hanno unanimemente inteso condividere questo nuovo metodo di governo del territorio. Nel dettaglio, si elencano le attività svolte: - Definizione linee guida e redazione del Piano di Comunicazione pluriennale integrata del Piano Strategico di Area Vasta; - Definizione strategica ed elaborazione azioni di Marketing, coordinamento di campagne pubblicitarie, organizzazione e direzione di eventi e dei forum previsti dal "Cronoprogramma delle Attività". - Attività di Ufficio Stampa: redazione e diffusione di comunicati stampa; organizzazione di eventi e conferenze; gestione e coordinamento attività; definizione rassegna stampa e video giornaliera. - Cura dell'organizzazione e della gestione dei servizi di comunicazione, con particolare riferimento alla produzione del materiale da comunicare, alle relazioni con i mass media, al monitoraggio del livello di soddisfazione dei soggetti destinatari della comunicazione. - Progettazione e gestione del sito web del Piano Strategico di Area Vasta: attività di content management. Collazione e compilazione di documenti ed elaborazioni statistiche. - Coordinamento di attività logistiche a supporto di incontri e riunioni di lavoro. - Gestione e coordinamento delle fasi progettuali relative alle attività di comunicazione e marketing (azioni, attività e fornitori).
Date (da - a)	2007 Luglio - Settembre 2007
Nome e indirizzo del datore di lavoro	CENTRO PER IL TURISMO CULTURALE DELLA PROVINCIA DI LECCE Via Umberto I, 13/c - 73100 Lecce (LE)
Tipo di azienda o settore	Turismo, EELL
Tipo di impiego	CONSULENZA PROGETTAZIONE TURISTICA
Principali mansioni e responsabilità	Il "Centro per il Turismo Culturale" svolge all'interno della Provincia di Lecce le funzioni di: informazione, valorizzazione e promozione delle attività della Provincia in campo turistico, culturale, enogastronomico, artigianale e agricolo; informazione e orientamento sulle normative e le politiche comunitarie, promuovendo a livello locale la cultura dell'integrazione europea e lo sviluppo economico del territorio, con particolare riferimento a: fondi strutturali, programmi di iniziativa comunitaria, processi di iniziativa comunitaria. Principali attività realizzate: - Ideazione, gestione e coordinamento di progetti turistici: analisi del mercato turistico in provincia di Lecce. - Definizione campionamento; formulazione ed elaborazione questionari e surveys per l'analisi delle esigenze di attori pubblici e privati operanti nella provincia di Lecce. - Elaborazione questionari e redazione dei rapporti; definizione obiettivi e strategie di comunicazione; esposizione e risultati delle ricerche; piano di azioni, budgeting e controlli.

Esperienza lavorativa

Date (da - a)	2006 Ottobre - Dicembre 2006
Nome e indirizzo del datore di lavoro	BEAUTIFUL WORLD
Tipo di azienda o settore	Agenzia di Comunicazione (Bobigny, Parigi - FRANCIA)
Tipo di impiego	Marketing, Comunicazione, Editoria
Principali mansioni e responsabilità	COLLABORAZIONE REALIZZAZIONE EVENTO "LA ROSE MARIE CLAIRE" Attività di accounting. Realizzazione data-base agenzie di comunicazione sul territorio francese e all'estero. Attività di Ufficio Stampa: gestione dei contatti e redazione di lettere per mailing, redazione e diffusione di comunicati stampa.
Date (da - a)	2006 Luglio - Settembre 2006
Nome e indirizzo del datore di lavoro	SQUARE PARTNERS
Tipo di azienda o settore	Agenzia di Comunicazione (Perpignan, FRANCIA)
Tipo di impiego	Marketing, Comunicazione, Editoria Turismo
Principali mansioni e responsabilità	ADDETTO STAMPA "THROPHEE DU FALGOS", COLLABORAZIONE Attività di Ufficio Stampa: gestione dei contatti, redazione e diffusione di comunicati stampa. Realizzazione data-base agenzie di comunicazione sul territorio francese e all'estero. Progettazione acquisti di stampe d'epoca italiane con gestione di contatti e mailing.
Date (da - a)	2006 Agosto
Nome e indirizzo del datore di lavoro	CAVE DE VIGNERON "VIGNOBLES DOM-BRIAL"
Tipo di azienda o settore	Baixas - FRANCIA
Tipo di impiego	Azienda vitivinicola
Principali mansioni e responsabilità	RESPONSABILE PROGETTAZIONE E ORGANIZZAZIONE "ITALIA ASSAGGINI" Ideazione, organizzazione e realizzazione evento. Gestione dei contatti, redazione e diffusione comunicati stampa. Responsabile promozione e commercializzazione biglietti.
Date (da - a)	2006 Maggio
Nome e indirizzo del datore di lavoro	TRIBUNA DEL SALENTO
Tipo di azienda o settore	Lecce
Tipo di impiego	Editoria
Principali mansioni e responsabilità	COLLABORAZIONE REDAZIONE ARTICOLI E INTERVISTE Collaborazione redazione articoli e interviste.
Date (da - a)	2006 Febbraio - Aprile 2006
Nome e indirizzo del datore di lavoro	AZIENDA DI PROMOZIONE TURISTICA DELLA PROVINCIA DI LECCE (APT)
Tipo di azienda o settore	Turismo, EELL
Tipo di impiego	COLLABORAZIONE UFFICIO STAMPA E AREA MARKETING TURISTICO
Principali mansioni e responsabilità	L'Azienda di Promozione Turistica è un organismo tecnico-operativo e strumentale della Regione, istituito per favorire lo sviluppo del turismo in ambito regionale; ha inoltre funzione di supporto agli enti locali territoriali. È dotata di personalità giuridica di diritto pubblico e di autonomia amministrativa e gestionale. L'A.P.T. svolge servizi di accoglienza turistica, di informazione e promozione del turismo all'interno del territorio di riferimento (comprendente i territori dei vari Comuni della provincia di Lecce). Le APT svolgono varie attività: servizi di informazione e assistenza al turismo in ambito territoriale; si occupa della valorizzazione e della promozione in Italia e all'estero, delle località turistiche e del loro patrimonio culturale, artistico, storico, paesaggistico ambientale e dei servizi turistici; organizza, dirige e mette in atto una attività di interesse turistico, anche in collaborazione con altre A.P.T., con enti pubblici e

Esperienza lavorativa

Principali mansioni e responsabilità

con associazioni ed enti locali.

Principali attività:

- **Addetto Stampa e area Marketing Turistico:** gestione dei contatti, redazione e diffusione comunicati stampa.
- Realizzazione Project work sull'organizzazione dell'azienda, in seno alle attività effettuate: **analisi del mercato turistico in provincia di Lecce;** **definizione campionamento;** **formulazione ed elaborazione questionari per l'analisi delle esigenze di attori pubblici e privati operanti nella provincia di Lecce;** **elaborazione questionari e redazione dei rapporti;** **definizione obiettivi e strategie di comunicazione;** **esposizione e risultati delle ricerche;** **piano di azioni, budgeting e controlli.**

Date (da - a)

2006 Aprile

Nome e indirizzo del datore di lavoro

EDS ELECTRONIC DATA SYSTEM ITALIA spa

Tipo di azienda o settore

Information Technology

Tipo di impiego

RESPONSABILE DI PLESSO - SEDE DI CAVALLINO (LE)

Principali mansioni e responsabilità

Responsabile e coordinatore di plesso per la prima sperimentazione in Italia di rilevazione informatizzata dello scrutinio (elezioni politiche 2006).

Date (da - a)

2005 Settembre

Nome e indirizzo del datore di lavoro

NEWHAM COLLEGE OF FURTHER EDUCATION

Tipo di azienda o settore

East Ham, LONDRA

Tipo di impiego

Formazione

COLLABORAZIONE FRONT/BACK OFFICE

Principali mansioni e responsabilità

Informazioni al pubblico e ricerche su educazione e formazione professionale

Date (da - a)

2005 Luglio - Agosto 2005

Nome e indirizzo del datore di lavoro

HOTEL SOLARA 3*

Tipo di azienda o settore

Conca Specchiulla, Otranto (LE)

Tipo di impiego

Turismo

RESPONSABILE RECEPTION

Principali mansioni e responsabilità

Accoglienza villeggianti.

Responsabile booking per la vendita dei soggiorni.

Responsabile per la vendita di percorsi turistici nel territorio "Salento" e la gestione/ diffusione di eventi turistico-culturali.

Date (da - a)

2005 Aprile - Luglio 2005

Nome e indirizzo del datore di lavoro

DUE MARI TOUR OPERATOR

Tipo di azienda o settore

Agenzia di viaggio incoming (LE)

Tipo di impiego

Turismo

ASSISTENTE ORGANIZZAZIONE E PREDISPOSIZIONE PACCHETTI TURISTICI

Principali mansioni e responsabilità

Creazione e organizzazione dei soggiorni in Puglia.

Gestione dei contatti e redazione di lettere per mailing, redazione di comunicati stampa, aggiornamento database.

Responsabile per la gestione e commercializzazione dei pacchetti turistici insieme al portale incoming www.pugliabooking.it.

Esperienza lavorativa

Date (da - a)	2005 Gennaio - Marzo 2005
Nome e indirizzo del datore di lavoro	SOUTH PRESS srl Lecce
Tipo di azienda o settore	Marketing, Comunicazione, Editoria
Tipo di impiego	COLLABORAZIONE REDAZIONE ARTICOLI E INTERVISTE
Principali mansioni e responsabilità	Collaborazione redazione articoli e interviste.
Date (da - a)	2004 Febbraio - Aprile 2004
Nome e indirizzo del datore di lavoro	SOFT (Servizio Orientamento, Formazione e Tutorato) - Università degli Studi di Lecce
Tipo di azienda o settore	Formazione, Università
Tipo di impiego	COLLABORAZIONE ORGANIZZAZIONE ACCOGLIENZA UNIVERSITARIA
Principali mansioni e responsabilità	Gestione e aggiornamento data-base. Redazione comunicati stampa. Gestione contatti e redazione lettere per mailing.
Date (da - a)	2003 Agosto
Nome e indirizzo del datore di lavoro	GOLETTA VERDE - LEGAMBIENTE Lecce
Tipo di azienda o settore	Terzo settore, Ambiente
Tipo di impiego	COLLABORAZIONE UFFICIO STAMPA
Principali mansioni e responsabilità	Redazione di articoli e organizzazione conferenze stampa per la promozione delle attività inerenti la salvaguardia del mare. Preparazione di brevi schede per conferenze e brochure.

Esperienze di Formazione Universitaria

Date (da - a)	ANNO ACCADEMICO 2014 - 2015
Nome e indirizzo del datore di lavoro	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA - Dipartimento di Studi Linguistici e Letterari
Tipo di azienda o settore	Università, Formazione
Tipo di impiego	DOCENTE A CONTRATTO
Principali mansioni e responsabilità	Docente a contratto per attività di insegnamento del corso "Marketing" (SSD SECS-P/08 cfu 6, ore 42) nell'ambito del Corso di laurea in Mediazione linguistica e culturale. Di seguito si elencano i titoli delle tesi presentate nell'anno accademico: - "Il ruolo del marketing nell'accoglienza turistica: casi di anti-turismo tra Italia e Spagna"; - "Mercati esteri: una questione di mediazione. Il caso Noonie"; - "Il marketing guarda all'infanzia, tra seduzione e fidelizzazione. Identikit del consumatore bambino.
Date (da - a)	ANNO ACCADEMICO 2013 - 2014
Nome e indirizzo del datore di lavoro	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO - Dipartimento di Scienze Politiche, economiche e sociali
Tipo di azienda o settore	Università, Formazione
Tipo di impiego	DOCENTE A CONTRATTO
Principali mansioni e responsabilità	Docente a contratto per attività di insegnamento del corso "Metodi e tecniche della comunicazione" (SSD SECS-P/08 cfu 9, ore 60) nell'ambito del Corso di laurea magistrale in Comunicazione pubblica e d'impresa.
Date (da - a)	ANNO ACCADEMICO 2013 - 2014
Nome e indirizzo del datore di lavoro	ISTAO (Istituto Adriano Olivetti) di Ancona - c/o Università Politecnica delle Marche
Tipo di azienda o settore	Università, Formazione
Tipo di impiego	DOCENTE NEL MASTER IN TOURISM MANAGEMENT
Principali mansioni e responsabilità	Attività di docenza (ore 14) nell'ambito del Master in "Tourism Management" I° edizione. Insegnamenti: "Territorio e Sistema: dal fare all'Essere. Approcci competitivi al mondo del turismo" e "Marketing Territoriale" .
Date (da - a)	ANNO ACCADEMICO 2013 - 2014
Nome e indirizzo del datore di lavoro	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MESSINA - Dipartimento di Ingegneria Elettronica, Chimica e Ingegneria Industriale (DIECI) - Progetto Formazione sui Trasporti eccezionali e logistica di progetto "FORMATELO (STELO)"
Tipo di azienda o settore	Università, Formazione
Tipo di impiego	DOCENTE A CONTRATTO
Principali mansioni e responsabilità	Docente a contratto per attività di insegnamento del modulo "Relazioni Internazionali e Brand reputation" (ore 30) nell'ambito dell'obiettivo PF2 - Ricercatore esperto in sistemi e tecnologie per la realizzazione di macchine per lo sviluppo della logistica di progetto.
Date (da - a)	ANNO ACCADEMICO 2014
Nome e indirizzo del datore di lavoro	ALMA GRADUATE SCHOOL di BOLOGNA e UNIVERSITÀ' DEGLI STUDI DI BOLOGNA - Scuola di Economia, Management e Statistica
Tipo di azienda o settore	Università, Formazione
Tipo di impiego	DOCENTE A CONTRATTO
Principali mansioni e responsabilità	Attività di docenza (ore 16) nell'ambito del Master in "Business Tourism and Destination Management" per attività di insegnamento del modulo "Sistemi Territoriali e DMO" e "Sistemi turistici e sviluppo locale" .

Date (da - a)	ANNO ACCADEMICO 2012 - 2013
Nome e indirizzo del datore di lavoro	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA - Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali "Marco Fanno"
Tipo di azienda o settore	Università, Formazione
Tipo di impiego	DOCENTE A CONTRATTO
Principali mansioni e responsabilità	Docente a contratto per attività di insegnamento del corso "Marketing e comunicazione aziendale" (SSD SECS-P/08 cfu 6, ore 42) nell'ambito del Corso di laurea magistrale in Economia e Direzione Aziendale. Di seguito si elencano i titoli delle tesi presentate nell'anno accademico: - "Il governo delle Destinazioni e i Sistemi Turistici Locali. Il caso Marca Anconetana"; - "La comunicazione del brand nell'era dei Social Media. Analisi delle "reti" sociali come strumento di marketing turistico delle destinazioni"; - "Prosumer, social media e comunicazione orizzontale: cosa cambia nel pubblico di riferimento delle aziende? Gli strumenti aziendali per la gestione delle relazioni nell'era del marketing 3.0". Nell'ambito del corso - su specifico interessamento del docente - tutti gli studenti frequentanti hanno partecipato all'iniziativa concorsuale promossa dall'Osservatorio Permanente Giovani-Editori e dal titolo "...Non me la bevo!", in collaborazione con HEINEKEN ITALIA. Sono stati decretati vincitori dell'iniziativa, premiati nel corso dell'evento a Roma, nella sezione testo, due studenti dell'Università degli Studi di Padova, coordinati nell'elaborazione dal docente. Maggiori info al link: osservatorionline.it/page/241889/ iniziativa-concorsuale.

Date (da - a)	ANNO ACCADEMICO 2012 - 2013
	ANNO ACCADEMICO 2011 - 2012
Nome e indirizzo del datore di lavoro	LIBERA UNIVERSITÀ DI LINGUE E COMUNICAZIONE (IULM) DI MILANO
Tipo di azienda o settore	Università, Formazione
Tipo di impiego	DOCENTE A CONTRATTO
Principali mansioni e responsabilità	Docente a contratto per attività di insegnamento del corso integrativo "L'organizzazione di Megaeventi a Milano con focus sull'Expo 2015" nell'ambito dell'insegnamento di "Organizzazione e gestione degli eventi culturali e dello spettacolo" presso la Facoltà di Comunicazione, Relazioni Pubbliche e Pubblicità - Corso di Laurea in Comunicazione, Media e Pubblicità. Docente a contratto per attività di insegnamento del corso integrativo "La Comunicazione degli eventi attraverso i media" nell'ambito dell'insegnamento di "Organizzazione e gestione degli eventi culturali e dello spettacolo" presso la Facoltà di Comunicazione, Relazioni Pubbliche e Pubblicità - Corso di Laurea in Comunicazione, Media e Pubblicità.

Date (da - a)	ANNO ACCADEMICO 2007 - 2008
Nome e indirizzo del datore di lavoro	LUM JEAN MONNET (LIBERA UNIVERSITÀ DEGLI STUDI MEDITERRANEI) DI CASAMASSIMA (BARI)
Tipo di azienda o settore	Università, Formazione
Tipo di impiego	DOCENTE E CULTORE DELLE MATERIE "MARKETING TERRITORIALE, MARKETING DEL TURISMO E DEI BENI CULTURALI, MARKETING INTERNAZIONALE, MARKETING DEGLI STUDI LEGALI"
Principali mansioni e responsabilità	Assistente professore universitario nella progettazione dei corsi delle quattro cattedre di marketing territoriale, marketing del turismo e dei beni culturali, marketing internazionale, marketing degli studi legali , nonché organizzazione didattica degli stessi.

Esperienze di Formazione Manageriale

Date (da - a) 2019 Gennaio - *ad oggi*

Nome e indirizzo del datore di lavoro **ISTT AREA NUOVE TECNOLOGIE PER IL MADE IN ITALY - SISTEMA ALIMENTARE - SETTORE PRODUZIONI AGROALIMENTARI di LOCOROTONDO**

Tipo di azienda o settore Formazione aziendale

Tipo di impiego **DOCENTE A CONTRATTO**

Principali mansioni e responsabilità Docente a contratto per attività di insegnamento del modulo **"Comunicazione interpersonale efficace"** (ore 25) e del modulo **"Comunicazione d'impresa"** (ore 40) nell'ambito dei progetti formativi Tecnico Superiore specializzato in: "Tecnico Superiore per il Marketing Digitale delle imprese agroalimentari" (acronimo M.I.Di.A.) - sede di Ostuni (BR).

Date (da - a) 2019 Gennaio - *ad oggi*

Nome e indirizzo del datore di lavoro **FO.R.U.M. - Formazione Risorse Umane di Lecce**

Tipo di azienda o settore Formazione aziendale

Tipo di impiego **DOCENTE A CONTRATTO**

Principali mansioni e responsabilità Docente a contratto per attività di insegnamento dei moduli: **"Analisi del territorio di riferimento - Progettazione, definizione e promozione dei piani di sviluppo turistico - Promozione del territorio locale"** (ore 42) nell'ambito del progetto formativo denominato "Marketing e promozione del territorio pugliese" - ediz. 2/2019, cod. corso 76766. Moduli: **"Promozione della struttura ricettiva - Attuazione delle politiche di gestione del cliente"** (ore 48) nell'ambito del progetto formativo denominato "Gestione dei clienti e promozione della struttura ricettiva" - ediz. 1/2019, cod. corso 76925. Moduli: **"Accoglienza partecipanti all'evento: strategie e tecniche di comunicazione"** (ore 24) nell'ambito del progetto formativo denominato "Addetto alle attività congressuali (hostess)" - ediz. 1/2019, cod. corso 76924. Modulo **"Web Marketing & Digital Branding"** (ore 54).

Date (da - a) 2019 Gennaio - *ad oggi*

Nome e indirizzo del datore di lavoro **ISTT IOTA SVILUPPO PUGLIA di LECCE**

Tipo di azienda o settore Formazione aziendale

Tipo di impiego **DOCENTE A CONTRATTO**

Principali mansioni e responsabilità Docente a contratto per attività di insegnamento del modulo **"Elementi di marketing applicato al turismo e alla gestione degli eventi e messa in rete dell'offerta di servizi territoriali"** (ore 25) nell'ambito dei progetti formativi Tecnico Superiore specializzato in: "Tecnico Superiore per la gestione delle strutture turistico-ricettive e l'innovazione strategica per lo sviluppo dell'offerta nei segmenti Mice, luxury e turismo sportivo (AFLS) - sede di Brindisi.

Date (da - a) 2018 Gennaio - Febbraio

Nome e indirizzo del datore di lavoro **ISTT IOTA SVILUPPO PUGLIA di LECCE**

Tipo di azienda o settore Formazione aziendale

Tipo di impiego **DOCENTE A CONTRATTO**

Principali mansioni e responsabilità Docente a contratto per attività di insegnamento del modulo **"Tecniche di comunicazione e public speaking"** (ore 60 totali) nell'ambito dei progetti formativi Tecnico Superiore specializzato in: "ICT management delle aziende dei servizi turistico-ristorativi legati alla cultura del gusto"; Gestione e Management integrato di strutture e servizi dell'offerta turistico-ricettiva"; " Management della filiera dell'Economia del Mare con particolare riferimento a quella turistico-nautica" - edizioni di Lecce e Taranto.

Date (da - a) 2017 Settembre - Ottobre e Marzo
Nome e indirizzo del datore di lavoro **ITALIA CONSULTING NETWORK (ICN) di ROMA**
Tipo di azienda o settore Formazione aziendale
Tipo di impiego **DOCENTE A CONTRATTO**
Principali mansioni e responsabilità Docente a contratto per attività di insegnamento dei moduli **"Territorio ed elementi di Marketing Territoriale"** (ore 32); **Territorio e Sistema. Approcci competitivi al mondo del turismo SMART** (ore 32) nell'ambito del progetto "Sviluppo di competenze manageriali, creazione e promozione di prodotti innovativi nel turismo" in seno al corso "Il valore dell'innovazione: qualità ed innovazione del prodotto turistico - edizione di Bologna e Bitonto (in modalità aula e webinar).

Date (da - a) 2016 Febbraio
Nome e indirizzo del datore di lavoro **ITALIAN DIPLOMATIC ACADEMY (IDA) di VERONA**
Tipo di azienda o settore Formazione
Tipo di impiego **DOCENTE A CONTRATTO**
Principali mansioni e responsabilità Docente a contratto per attività di insegnamento del modulo **"Public Speaking. Comunicare in pubblico: l'arte di farsi ascoltare"** in seno al programma "Studenti Ambasciatori alle Nazioni Unite" nelle sedi di Como, Torino, Parma e Bergamo.

Date (da - a) 2015 Giugno
Nome e indirizzo del datore di lavoro **PROFILI AZIENDALI srl DI CORROPOLI (TE)**
Tipo di azienda o settore Formazione aziendale
Tipo di impiego **DOCENTE A CONTRATTO**
Principali mansioni e responsabilità Docente a contratto per attività di insegnamento del corso **"Comunicazione web marketing oggi: nuove tendenze e-marketing per hotel, B&B, ristoranti e consorzi"** (ore 16) nell'ambito del progetto "Laboratori per nuovi orizzonti turistici - Progetto Speciale Multi Asse "Turismo e Accoglienza" - PO FSE Abruzzo 2007-2013

Date (da - a) 2015 Maggio
Nome e indirizzo del datore di lavoro **EVENTITALIA Scarl DI TERAMO (TE)**
Tipo di azienda o settore Formazione aziendale
Tipo di impiego **DOCENTE A CONTRATTO**
Principali mansioni e responsabilità Docente a contratto per attività di insegnamento del modulo **"Marketing turistico"** (ore 36) nell'ambito del Progetto Speciale Multi Asse "Turismo e Accoglienza" - PO FSE Abruzzo 2007-2013

Date (da - a) 2014 Novembre
Nome e indirizzo del datore di lavoro **SIDA GROUP srl (AN)**
Tipo di azienda o settore Formazione aziendale
Tipo di impiego **DOCENTE A CONTRATTO**
Principali mansioni e responsabilità Docente a contratto per attività di insegnamento del modulo **"Marketing turistico"** (ore 16) per il Corso IFTS "Tecnico Superiore dell'Incoming Marche - Riscoperta e promozione del territorio montano attraverso il turismo equestre" (POR Marche OB. 2 FSE 2007/2013) e del modulo **"Enogastronomia e Marketing"** (ore 16) per il Corso IFTS "Tecnico Superiore della Gestione e Controllo della Filiera Agroalimentare".

Date (da - a) 2012 Febbraio
Nome e indirizzo del datore di lavoro **FORMAPULIA srl DI LECCE (LE)**
Tipo di azienda o settore Formazione aziendale
Tipo di impiego **DOCENTE A CONTRATTO**
Principali mansioni e responsabilità Docente a contratto per attività di insegnamento del modulo **"Turismo, reti e marketing"** per il Corso di Alta Formazione in "Manager di Imprese turistiche: esperti nella gestione e direzione di imprese turistiche" VI edizione.

Date (da - a) 2010 Settembre - Novembre 2010
Nome e indirizzo del datore di lavoro **C.I.D.I. DI SENIGALLIA (AN)**
Tipo di azienda o settore Formazione aziendale
Tipo di impiego **DOCENTE A CONTRATTO**
Principali mansioni e responsabilità Docente a contratto per attività di insegnamento del Corso finanziato dalla Provincia di Ancona con D.D. n. 106 del 17/02/2010 cod. 115843 POR Marche FSE 2007-2013 - Asse IV Capitale Umano - "Operatore per i servizi turistici e culturali", modulo didattico in **"Marketing Turistico. Project work"** (ore 40).

Date (da - a) 2009 Dicembre - Aprile 2009
Nome e indirizzo del datore di lavoro **IPSSART (ISTITUTO PROFESSIONALE DI STATO PER I SERVIZI ALBERGHIERI, DELLA RISTORAZIONE E PER IL TURISMO) DI OTRANTO**
Tipo di azienda o settore Formazione
Tipo di impiego **DOCENTE A CONTRATTO**
Principali mansioni e responsabilità Docente a contratto per attività di insegnamento per la Formazione Post Qualifica - area di specializzazione A.S. 2008/2009 - classe 4^a indirizzo Turistico - modulo didattico in **"Scienze Manageriali e promozione dei beni culturali"** (ore 16).

Pubblicazioni

Date (da - a) 2008
Titolo pubblicazione ***Dialogare con il territorio e comunicare le identità: opportunità di sviluppo per i sistemi produttivi locali.*** Intervista a Roberto De Donno, in Nuove forme e nuovi ruoli della comunicazione. Dall'ICT al Digital Marketing: come evolve la società dell'informazione e il business nel mercato globale (a cura di D. Diurisi), Edizioni CieRe, Collana Studi & ricerche SCiNT.

Date (da - a) 2004
Titolo pubblicazione ***Smeralda Tornese legge: Semeraro/Calypso la nasconditrice***, in Quaderno di Comunicazione 3. Desiderio di Comunicare/Comunicazione di Desiderio, Manni Editore.

Partecipazione ed interventi a convegni e seminari

Date (da - a)	2014
Titolo convegno e sede	Relatore all'interno dell' International Tourism Market (ITM) di Galatina (LE), dal titolo <i>"Un'emozione millenaria: il centro antico di Napoli"</i> (19 settembre 2014, Fiera Salento a Galatina (LE))
	Relatore al Seminario del Master in Business Tourism and Destination Management , nel corso <i>"Sistemi territoriali e DMO"</i> (Prof.ssa F. Dallari), dal titolo <i>"Sistemi turistici e sviluppo locale: Marca Anconetana case history"</i> (10 gennaio 2014, Alma Graduate School, Villa Guastavillani - via degli Scalini, 18 - Bologna (BO))
	Relatore al Seminario della Scuola EMS dell'Università di Bologna , all'interno dei corsi di <i>Tourism and Heritage</i> e di <i>Sistemi Turistici e Itinerari Culturali</i> , dal titolo <i>"Sistemi turistici e sviluppo locale: Marca Anconetana case history"</i> (26 febbraio 2014, Università degli Studi di Bologna, sede di Rimini)
Date (da - a)	2013
Titolo convegno e sede	Relatore al Convegno dedicato al tema "Cultura dei luoghi: come riscoprire le identità per creare valore e competere" (4 luglio 2013, Palazzo Andrioli, Lequile (LE))
Date (da - a)	2012
Titolo convegno e sede	Relatore al Convegno dedicato al tema "I Sistemi Turistici Locali. Esperienze di pianificazione dello sviluppo turistico-territoriale" (7 settembre 2012, Università Cattolica del Sacro Cuore - sede di Piacenza)
	Relatore nell'ambito dello scambio di esperienze internazionali tra Colombia e Italia su "Turismo e Sviluppo Locale. Il caso Marca Anconetana" (dal 23 al 29 aprile 2012 - Colombia, Dipartimento di Antioquia)
	Relatore al Convegno su "L'Agente di Sviluppo Locale. Progettualità ed esperienze a confronto" (30 marzo 2012 - Agens e Università Cattolica del Sacro Cuore, sede di Piacenza)
	Coordinatore del seminario "Progettare il Sistema: politiche di marketing territoriale in azione" , nel percorso di Specializzazione in <i>"Strategia e Management del Turismo"</i> (5 marzo 2012 - Istituto Adriano Olivetti (ISTAO), sede di Ancona)
Date (da - a)	2011
Titolo convegno e sede	Relatore al Convegno su "Vino di Visciole. Il ruolo delle produzioni tipiche quale contributo all'attrattività turistica" (22 ottobre 2011 - San Paolo di Jesi AN, sala Consiliare)
	Relatore al Convegno "Assise dell'Ospitalità Italiana. 2° incontro nazionale sulle strategie ed i servizi dell'informazione ed accoglienza turistica" , tavolo 3 Il Marketing dell'Accoglienza curato da G. Dall'Ara, consulente marketing del turismo (13 e 14 ottobre 2011 - Castelnuovo del Garda VR)
	Relatore al Convegno "I Sistemi Turistici Locali: esperienze a confronto" (4,5 e 6 ottobre 2011 - Santo Stefano di Sessanio AQ)
	Relatore al Convegno "Polo turistico integrato dell'entroterra marchigiano: tipicità, sostenibilità e sinergia. Un'identità comune oltre i confini amministrativi" (7 luglio 2011 - Arcevia, sala Comunale)
	Relatore al Convegno "Arcevia e l'alta valle del Misa. Una cerniera tra mare e monti per lo sviluppo sinergico del territorio" (26 maggio 2011 - Park Hotel - Arcevia)
	Relatore al Convegno "Accoglienza Turistica di Qualità: punti di forza e nuove opportunità. Esperienze a confronto" (28 gennaio 2011 - Senigallia, IPSSARCA A. Panzini)

Date (da - a)	2010
Titolo convegno e sede	Relatore al Convegno "Sensoriabilis 2010 - Tavola rotonda: Modelli innovativi di turismo accessibile e proposte per il territorio" (04 dicembre 2010 - Loreto, sala Macchi).
	Relatore al Convegno "Summit del Turismo delle Regioni. I Sistemi Turistici Locali alla prova dei fatti: dalle criticità ai modelli di successo" (24 novembre 2010 - Vicenza, Fiera di Vicenza). Titolo intervento "Punti di forza e di debolezza degli STL: governance, prodotto e commercializzazione. Il modello Marca Anconetana"
	Relatore al Forum "Il villaggio con le ali" (30 Ottobre 2010 - Ripe, Centro Polifunzionale)
	Relatore al Seminario "Tradizione e innovazione in Cucina" (27 ottobre 2010 - Senigallia, IPSSARCT A. Panzini). Titolo intervento "L'identità dei luoghi: recuperare la memoria per produrre e scambiare valore" .
	Relatore al Convegno "Turismo Sostenibile" (26 ottobre 2010 - Fabriano, Auditorium Istituto A. Morea). Titolo intervento "L'esperienza dei luoghi: centralità del territorio nello sviluppo ospitale della Marca Anconetana"
	Relatore al Workshop formativo "Fare business 2.0. Come le realtà locali possono diventare business globali" , a cura di Viadeo, partner SMAU - Business technology: innovazione per l'impresa e la P.A. (11 febbraio 2010 - Bari, Fiera del Levante)

Date (da - a)	2009
Titolo convegno e sede	Relatore al Convegno "I Sistemi Turistici Locali: criteri e strategie operative per "fare sistema" (4 dicembre 2009 - Pozzuoli, Hotel Gli Dei)
	Relatore al Convegno "Sistema Turistico della Marca Anconetana: obiettivi ed interventi strategici per lo sviluppo del territorio anconetano" (3 luglio 2009 - Senigallia, Rotonda a Mare)

Istruzione e Formazione

Area: Comunicazione/ Relazione/Leadership/

Date (da - a)	2014 dal 31 Gennaio al 2 Febbraio (Roma)
Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione	NLP Italy Coaching School Milano - Society of NLP
Principali materie/abilità professionali oggetto dello studio	"COACHING ESSENZIALE"
Qualifica conseguita	Programmazione neurolinguistica (modello GROW, EXACT, obiettivi ben formati, basi di team coaching)
	Attestato professionale

Date (da - a)	2013 Novembre dal 2 al 7 (Padova) e dal 16 al 17 Novembre (Milano)
Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione	NLP Italy Coaching School Milano - Society of NLP
Principali materie/abilità professionali oggetto dello studio	"MASTER PRACTITIONER OF NEURO-LINGUISTIC PROGRAMMING" (secondo livello di specializzazione internazionale in PNL e Coaching) e Tirocinio Avanzato
Qualifica conseguita	Programmazione neurolinguistica, comunicazione (verbale e non verbale), relazioni interpersonali e coaching
	Attestato di certificazione internazionale rilasciato dalla "Society of NLP" firmato in originale da Richard Bandler. La "Society of NLP" è stata fondata nel 1978 dai creatori della PNL, Richard Bandler e John Grinder, allo scopo di esercitare un controllo di qualità sui programmi, servizi e materiali di formazione che asseriscono di rappresentare il modello della Programmazione Neuro-Linguistica (PNL) e per certificare i livelli di specializzazione in PNL.

Date (da - a) 2013 Novembre dal 8 al 10 (Milano)

Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione NLP Italy Coaching School Milano - Society of NLP
"PROFESSIONISTA IN INTELLIGENZA LINGUISTICA"

Principali materie/abilità professionali oggetto dello studio I modelli linguistici più avanzati della Programmazione neurolinguistica (*Sleight of Mouth, Meta e Milton Model*), della retorica e della comunicazione

Qualifica conseguita Attestato professionale

Date (da - a) 2013 Agosto dal 3 al 7 (Milano) e dal 7 al 8 Settembre (Roma)

Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione NLP Italy Coaching School Milano - Society of NLP
"LICENSED PRACTITIONER OF NEURO-LINGUISTIC PROGRAMMING" (primo livello di specializzazione internazionale in PNL e Coaching) e Tirocinio base

Principali materie/abilità professionali oggetto dello studio Programmazione neurolinguistica, comunicazione (verbale e non verbale), relazioni interpersonali e coaching

Qualifica conseguita Attestato di certificazione internazionale rilasciato dalla "Society of NLP" firmato in originale da Richard Bandler. La "Society of NLP" è stata fondata nel 1978 dai creatori della PNL, Richard Bandler e John Grinder, allo scopo di esercitare un controllo di qualità sui programmi, servizi e materiali di formazione che asseriscono di rappresentare il modello della Programmazione Neuro-Linguistica (PNL) e per certificare i livelli di specializzazione in PNL.

Date (da - a) 2012 Ottobre dal 4 al 7 (Milano)

Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione NLP Italy Coaching School Milano - Society of NLP
"COMUNICARE IN PUBBLICO CON SICUREZZA ED EFFICACIA USANDO LA PNL"

Principali materie/abilità professionali oggetto dello studio Programmazione neurolinguistica, public speaking, comunicazione non verbale (gestione audience, mezzo, struttura del messaggio, stato e convinzioni del presentatore)

Qualifica conseguita Attestato professionale

**Istruzione e
Formazione**
**Area: Turismo/Marketing
Territoriale/
Europrogettazione**

Date (da - a) 2014 dal 27 al 31 Ottobre (Lecce)

Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione EUROPE CUBE BUSINESS SCHOOL (Bologna)
"MASTER IN EUROPROGETTAZIONE 2014-2020"

Principali materie/abilità professionali oggetto dello studio Metodologia Project-Cycle-Management (PCM) e Goal Oriented Project Planning (GOPP), fase di analisi (attori-chiave, problemi e obiettivi) e di progettazione; la nuova programmazione dei Fondi Europei 2014-2020; progettazione esecutiva: tecniche e metodi

Qualifica conseguita Master [REDACTED]

Date (da - a) 2012 Dicembre

Principali materie/abilità professionali oggetto dello studio Seminario **"SOCIAL MEDIA TOURISM"** (ore 4) a Lecce

Qualifica conseguita Attestato

Date (da - a)	2008
Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione	Dataforma Italia (sede di Lecce) "FORMAZIONE FORMATORI" (ore 40)
Principali materie/abilità professionali oggetto dello studio	Comunicazione, self marketing, formazione, progettazione, marketing
Qualifica conseguita	Attestato
Date (da - a)	2007 Gennaio - Gennaio 2008
Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione	UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE - sede di Piacenza "MASTER IN MARKETING TERRITORIALE" (CFU 60)
Principali materie/abilità professionali oggetto dello studio	Comunicazione, marketing territoriale, sviluppo locale, marketing turistico, comunicazione turistica, IDE, pianificazione, progettazione strategica
Qualifica conseguita	Master Universitario
Date (da - a)	2007 (Giugno - Ottobre)
Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI "PARTHENOPE" E PROMUOVI ITALIA "CORSO DI ALTA FORMAZIONE PER LE NUOVE PROFESSIONALITA' DEL TURISMO - PERCORSO IN TURISMO DEL BENESSERE"
Principali materie/abilità professionali oggetto dello studio	Comunicazione, marketing turistico, sviluppo locale, comunicazione turistica, progettazione strategica, web marketing
Qualifica conseguita	Attestato Alta Formazione
Date (da - a)	2006
Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione	FACOLTÀ DI ECONOMIA DELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI LECCE, LICEO SCIENTIFICO "DE GIORGI" DI LECCE, AGENZIA DI FORMAZIONE PROFESSIONALE PER IL SUD D'ITALIA (Age.For.M) E TRAMONTI SERVICE srl "CORSO IFTS IN TECNICO MARKETING DI PROMOZIONE E COMUNICAZIONE TURISTICA"
Principali materie/abilità professionali oggetto dello studio	Comunicazione, marketing e promozione turistica, sviluppo locale, web marketing turistico
Qualifica conseguita	Attestato IFTS
Date (da - a)	2005 (Gennaio - Dicembre)
Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione	LUSEFE (LIBERA UNIVERSITA' DI STUDI EUROPEI E FORMAZIONE D'ECCELLENZA) E AEDE (ASSOCIATION EUROPEENNE DES ENSEIGNANTS) DI LECCE "MASTER IN GIORNALISMO, IMPRESA, MARKETING"
Principali materie/abilità professionali oggetto dello studio	Comunicazione, marketing, ufficio stampa, giornalismo, pianificazione, progettazione strategica
Qualifica conseguita	Master
Date (da - a)	2000 - 2004
Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI LECCE - LAUREA IN "SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE" Titolo della tesi: Metamorfosi dei corpi in rete, tra pratiche e immaginario sotto la direzione del Prof. Angelo Semeraro (Preside di Facoltà, cattedra Pedagogia della Comunicazione Sociale) e la Dott.ssa Elizabeth Fichez (referente Gérico - Groupement des Equipes de Recherche Interdisciplinaire en Communication - Université Charles de Gaulle Lille3 - Francia)
Principali materie/abilità professionali oggetto dello studio	Comunicazione, marketing strategico e operativo, ufficio stampa, giornalismo, pianificazione, progettazione strategica

Date (da - a) 1997

Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione Istituto Tecnico Commerciale "O. G. Costa" di Lecce

Principali materie/abilità professionali oggetto dello studio "RAGIONIERE E PERITO COMMERCIALE" - Maturità Tecnica

Qualifica conseguita Ragioneria, diritto, scienze delle finanze, lettere, geografia

Diploma

Capacità e competenze

MADRELINGUA ITALIANO

ALTRE LINGUE	Comprensione		Parlato		Scritto
	Ascolto	Lettura	Interazione orale	Produzione orale	/
INGLESE	B2 Utente autonomo	B2 Utente autonomo	B2 Utente autonomo	B2 Utente autonomo	C1 Utente avanzato
FRANCESE (diploma DELF)	C1 Utente avanzato	C1 Utente avanzato	C1 Utente avanzato	C1 Utente avanzato	C1 Utente avanzato

Capacità e competenze relazionali

Ottime capacità relazionali acquisite in particolare durante i molteplici periodi trascorsi all'estero. Vivere in ambienti multiculturali ha difatti consentito di ampliare non solo gli orizzonti culturali ma anche quelli professionali, grazie al facile spirito di adattamento sviluppato.

Le esperienze maturate hanno contribuito ad affinare doti manageriali e la predisposizione al lavoro in team nonché lo spirito di iniziativa e adattamento in ambienti multiculturali, oltre che a sviluppare un atteggiamento molto propositivo alle difficoltà.

Capacità e competenze organizzative

Ottime capacità organizzative e di leadership acquisite, in particolare, durante l'espletamento di attività di formazione (docenze universitarie, gruppi di studio, master) e lavorative, in ambiti territoriali differenti.

Determinazione nel raggiungere gli obiettivi e costante orientamento al risultato, accompagnati sempre dalla capacità di adattamento che contraddistinguono il mio carattere e che si traducono in ottime capacità di comunicazione.

Capacità di visioning e decision making molto accentuate grazie alle esperienze nei settori istituzional-pubblico e privato.

Capacità di diagnosi, relazione, problem solving, organizzazione del proprio e altrui lavoro, gestione del tempo, adattamento ai diversi ambienti culturali, gestione dello stress, attitudine al lavoro di gruppo, spirito di iniziativa, flessibilità e visione di insieme. Importanti capacità di lavorare in équipe ed in particolare in attività di coordinamento e gestione di programmi e progetti acquisite nel corso delle esperienze professionali e con la frequenza di percorsi formativi.

Ottima attitudine ed esperienza ad interagire in gruppi di lavoro multidisciplinari.

Capacità e competenze tecniche

Ottima conoscenza degli applicativi Microsoft e del pacchetto office.
Ottima capacità di navigazione attraverso l'utilizzo di vari browsers.
Ottima conoscenza di sistemi di CMS/CRM (Content Management System e Customer Relationship Management).
Discreta conoscenza di Adobe Photoshop.
Discreta conoscenza di MediaStudio Pro (video editing).
Ottima capacità di utilizzo del livello "social" della rete internet e attività di net e web marketing.

Nomine professionali

Date (da - a)
Nome e indirizzo del datore di lavoro
Tipo di azienda o settore
Tipo di impiego
Principali mansioni e responsabilità

2007 Gennaio - *ad oggi*

AGENS - ASSOCIAZIONE AGENTI DI SVILUPPO LOCALE

Piacenza (PC)
Associazione senza scopo di lucro

AGENTE DI SVILUPPO LOCALE - SOCIO-REFERENTE REGIONI MARCHE/PUGLIA

Agens è un network di professionisti di formazione ed esperienza eterogenea che agiscono nei diversi campi ascrivibili allo sviluppo locale e promuove il ruolo dell'Agente di sviluppo locale. È il primo Centro di Competenze in Italia al servizio dello sviluppo locale e turistico nel quale ogni attore sul territorio (Pubbliche Amministrazioni, Associazioni di categoria, imprese) può trovare un partner serio ed affidabile per sviluppare i propri progetti.

Altre capacità e competenze/Hobbies

Fin da piccola, accompagnata nella crescita da mia zia (artista eclettica: pittrice, scultrice, scrittrice), scrivo mini-racconti e disegno nature morte utilizzando il carboncino, appassionata del dettaglio e della perfezione/imperfetta.
Pratico quotidianamente running e prediligo escursioni "slow" alla scoperta dei territori attraverso l'arte del camminare... zaino in spalla.

