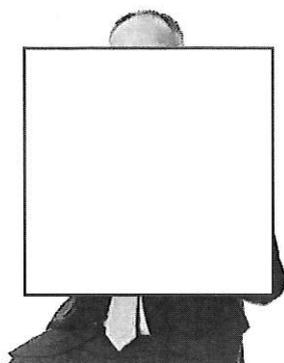


FORMATO EUROPEO
PER IL CURRICULUM
VITAE



INFORMAZIONI PERSONALI



Nome
Indirizzo
Telefono
E-mail
Nazionalità
Data di nascita

Bruno Bertero

V
+
b
Ita
04

ESPERIENZA LAVORATIVA

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

29 ottobre 2022 – attuale

*ENTE TURISMO LANGHE MONFERRATO ROERO
PIAZZA RISORGIMENTO, 2 – 12051 ALBA (CN)*

Società Consortile a responsabilità limitata costituita nel 1996, e riconosciuta dalla Regione Piemonte Agenzia di Accoglienza e Promozione Turistica Locale come previsto dalla L.R. 75/96 e ss.mm.ii. L.R. 14/16

DIRETTORE GENERALE.

14 dicembre 2015 – 28 ottobre 2022

*PromoTurismoFVG
Via Carso, 3 - 33052 Cervignano del Friuli (Udine)
DMO Turistica*

Direttore Marketing, nominato con Decreto del Direttore generale n. 1597 del 10/12/2015
Contratto assunzione dirigente, ai sensi del Decreto legislativo 6 settembre 2001, n. 368, D.lgs 165/2001, dell'articolo 22 della legge regionale 16 gennaio 2002, n. 2, del vigente Contratto Collettivo Nazionale dei Dirigenti di aziende del terziario, della distribuzione e dei servizi e successivi rinnovi.

• Principali mansioni e responsabilità

Nell'esercizio delle sue funzioni di direttore marketing coordina l'attività operativa di marketing di PromoTurismoFVG, e in particolare provvede a:

- Sovrintendere alle attività preparatorie del piano operativo annuale ed alla pianificazione strategica dell'ente per quanto di competenza
- Coordinare l'attività dei punti informativi sul territorio regionale
- Coordinare le aree e gli uffici compresi nella Direzione di propria competenza delle cui funzioni è responsabile nei confronti del Direttore generale
- In collaborazione con il Direttore della Direzione affari generali e giuridici, amministrazione, finanza e controllo, concordare le modalità operative per addivenire alla realizzazione delle politiche turistiche regionali
- Coordinare le risorse umane assegnate alle aree di propria competenza
- Esprimere i pareri di congruità economica relativi allo svolgimento delle attività di propria pertinenza
- Curare i rapporti con i clienti dei servizi erogati da PromoTurismoFVG e con i beneficiari degli interventi della medesima Agenzia per quanto riguarda l'aspetto qualitativo delle prestazioni erogate
- Assistere il Direttore Generale nelle attività di coordinamento con le altre aree funzionali e le sedi operative territoriali di PromoTurismoFVG.

Durante l'esperienza lavorativa, ha svolto attività di coordinamento delle aree Marketing, Promotion, Prodotto, Communication Web, Communication Social, Accoglienza Informazione e Magazzino, Formazione e Progettazione Territoriale, nei seguenti ambiti e con i seguenti risultati.

DESTINATION MARKETING

- Incremento della conoscenza e notorietà del FVG nei diversi mercati (Italia, Austria, Germania, Svizzera, Rep. Ceca, Ungheria, Slovacchia, Polonia, Russia, Kazakistan, USA, Gran Bretagna, Olanda, Belgio, Svizzera, Finlandia, Francia, Canada, Cina).
- Posizionamento e visibilità nazionale ed internazionale della destinazione per i principali target turistici
- Facilitazione al turista nell'accesso alle informazioni, anche tramite l'implementazione di tutti i servizi web
- Incremento dell'efficacia delle azioni di marketing, in rapporto agli investimenti
- Implementazione dei servizi di informazione e accoglienza turistica a gestione diretta, attraverso il miglioramento delle procedure di erogazione del servizio
- Implementazione delle competenze del personale dei punti informativi e apporto di nuove tecnologie (Corner VR città UNESCO, presso gli uffici di Palmanova, Cividale, Aquileia, Grado)
- Consolidamento dei rapporti organizzativi tra l'ente e i 50 punti di informazione e accoglienza turistica UIAT.

DESTINATION MANAGEMENT

- Aumento della competitività ed efficienza della struttura di PromoTurismoFVG, tramite l'implementazione delle competenze del personale (formazione al personale interno di PromoTurismoFVG per un totale di 500 ore – circa 70 dipendenti formati).
- Incremento della riconoscibilità dell'ente come leader verso il territorio, implementando i rapporti tra l'ente e il tessuto territoriale turistico (Consorzi, Reti d'impresa, GAL, UTI).
- Organizzazione del Forum del Turismo in FVG 2017 e stesura delle linee guida per lo sviluppo turistico regionale, con prospettiva al 2025. Tale attività ha visto coinvolti più di 700 operatori nei due giorni di evento e nei successivi incontri territoriali di progettazione partecipata (10 word café itineranti sul territorio).
- Valutazione di 48 proposte progettuali a valere su bandi standard e strategici dei Programmi Interreg Italia-Austria, Italia-Slovenia e Italia-Croazia. Partecipazione di PromoTurismoFVG come partner di 19 progetti presentati. Attuale gestione di 6 progetti finanziati (dato 01/08/2018).

FOCUS GRANDI EVENTI

Strategia di Prodotto su Grandi Eventi

In particolare:

- Concerti
- Mittelfest

- o Barcolana
- o Giro d'Italia
- o No Border
- o Ein Prosit

SPONSORIZZAZIONI SPORTIVE

Squadre:

- o Udinese Calcio
- o Allianz Pallacanestro Trieste
- o Pordenone Calcio
- o Triestina Calcio

Singoli atleti:

- o Navarra Mara
- o Toniolo Veronica
- o Vitozzi Lisa
- o Della Mea Lara
- o Pittacolo Michele
- o Milan Jonathan

MEDIA PLANNING

Rafforzamento della percezione del brand FRIULI VENEZIA GIULIA e dei suoi valori attraverso la promozione delle singole Experience in chiave promo-commerciale.

Strutturazione del piano media per stagionalità attraverso la scelta di mezzi in grado di garantire un'adeguata copertura sia su stampa nazionale che internazionale (con l'utilizzo di quotidiani nazionali e locali, femminili e familiari, inserti dedicati al turismo, iniziative speciali, ecc.) e sia su radio e TV nazionali.

Il media mix percentuale dei mezzi utilizzati:

- o Quotidiani nazionali e areali (30%);
- o Mensili di viaggio (30%);
- o Settimanali femminili e familiari (20%);
- o Radio -area Triveneto e Nazionali (10%);
- o TV (10%).

La pianificazione delle singole Experience sui principali mercati:

- o Italia (centro-nord)
- o Austria e Germania
- o Slovenia, Croazia,
- o UK

Mediaset / Publitalia 80 (anno 2022)

CREATIVITÀ

Realizzazione di una campagna di comunicazione off line attraverso la prospettiva "in soggettiva". Si è posizionato al centro della comunicazione l'esperienza vissuta dal turista, raccontando la vacanza raccontata con sguardo di chi la vive. Attraverso uno storytelling, lo spettatore è stato coinvolto nella scoperta di un paesaggio emozionante e vero che non smetterà mai di raccontare.

Rielaborazione della brande image grafica per la realizzazione dei materiali di promozione ed accoglienza.

Il marchio: IO SONO FRIULI VENEZIA GIULIA

ON LINE MARKETING

Ideazione e attuazione di una strategia avanzata di posizionamento del sito web www.turismofvg.it, tramite l'integrazione delle attività delle aree Communication Web e Communication Social.

Riportando il dato di partenza del 2015 (11.983 sessioni, 7.673 utenti, 35.776 visualizzazioni), si nota un graduale trend di incremento degli accessi, che nel 2017 sono saliti a 12.087 sessioni, 7.297 utenti, 36.117 visualizzazioni, per consolidare il risultato nel 2018 con 12.710 sessioni, 7.632 utenti e 37.126 visualizzazioni (dato al 31 luglio 2018).

I risultati sono stati ottenuti attraverso un'attività di SEO, e una strategia social legata ai principali social media gestiti dall'area Communication Social: Facebook, Twitter, Instagram e Youtube.

L'ideazione e la realizzazione del progetto Social Ambassador e del relativo blog

fvglivexperience.it ha contribuito al conseguimento dei risultati, attraverso una forte attività cross mediale, coinvolgendo oltre 300 Ambassador.

In particolare collaborano al progetto in forma volontaria 114 Social Ambassadors con un totale di 375 articoli prodotti dall'inizio del progetto.

Trasformazione Digitale (Digital Plan) + Data Platform

SVILUPPO PRODOTTI TURISTICI

Creazione di un sistema di gerarchizzazione del portfolio prodotti in base alla capacità attrattiva:
Prioritari: mare, enogastronomia, culture a città d'arte, montagna attiva, bike, montagna inverno, trekking e avventura

Secondari: rurale e slow, itinerari culturali, meeting e events, nautica, scolastico

Nicchie ad alto potenziale: turismo religioso, accessibile, mototurismo, golf, terme e wellness

Nicchie a basso potenziale: turismo fluviale

I principali risultati conseguiti sono:

1. 5 club di prodotto:
 - o Bike Experience (45 operatori aderenti)
 - o Family Mare (23 operatori aderenti)
 - o Walking FVG (14 operatori aderenti)
 - o City stay (11 operatori aderenti)
2. Progetto Strada del Vino e dei Sapori FVG. Risulta essere ad oggi il primo esempio in Italia di regia regionale per la gestione della rete degli operatori non esclusivamente legati al mondo wine, ma anche a tutto il tema food, dai produttori agli artigiani. Totale Aderenti SVS al 01/08/2018: 268 di cui Wine, Beer&Spirits: 131, Taste: 94 e Food&Crafts: 43
3. Progetto Italy Golf & More: fino al dicembre 2017 il progetto interregionale è stato gestito con la partecipazione di oltre 10 regioni italiane. A conclusione del progetto 7 regioni italiane, capofila Regione Friuli Venezia Giulia, stanno sottoscrivendo un protocollo per la prosecuzione del progetto per il triennio 2018 – 2020, in regime di autofinanziamento, con la compartecipazione di ENIT e FIG.

CANALI DI DISTRIBUZIONE TURISTICA

Canali diretti: Sistema di booking

Una delle principali strategie messe in campo è stata l'implementazione del numero di aderenti al sistema di booking regionale. Da un valore di 893 aderenti nel 2015, il dato aggiornato al 31 luglio 2018 è di 1186.

Tale attività ha avuto come effetto positivo l'incremento delle prenotazioni che sono passate da 636 nel 2015 a 1153 nel 2017, con un trend di crescita anche sul fatturato (186.689,00 € nel 2017).

Canali indiretti: Coordinamento e pianificazione del piano annuale fiere B2B e B2C dell'ente, workshop, educational, nonché realizzazione del BuyFVG 2016 (119 buyers e 152 sellers) e 2018 (131 buyers e 149 sellers), e Borsa dell'outdoor 2017 (50 buyers e 39 sellers).

Creazione Reti:

- o Golf
- o Wedding

Piani Specifici:

- o Montagna 365
- o Sportland
- o Collio
- o Carso

• Date (da – a)

• Nome e indirizzo datore di lavoro

• Tipo di azienda o settore

• Tipo di impiego

• Principali mansioni e responsabilità

Settembre 2008 – 11 dicembre 2015

Four Tourism S.r.l. - Corso Ciriè 21, Torino

Società esperta in consulenza in management della destinazione attraverso azioni di marketing territoriale. Consulenze e assistenza per la determinazione del marketing mix e quindi l'organizzazione e definizione della politica dei prezzi, delle attività promozionali e della distribuzione di idee, beni e servizi.

Co-fondatore di Four Tourism S.r.l. e a partire da marzo 2014 Amministratore Delegato

Responsabile Area Progettazione e Marketing, Formazione, Prodotto - Servizi per il Turista.

- o Redazione di piani strategici integrati e d'area
- o Gestione dei progetti di formazione su moduli definiti o micro progettazione su richiesta del committente
- o Gestione di prodotti turistici complessi e strutturati, e di servizi turistici territoriali in

- linea con le esigenze del territorio
- Progettazione dei Servizi rivolti ai Turisti ed in particolar modo gestione della rete dei punti di Informazione ed Accoglienza Turistica del territorio.

DESTINATION MARKETING

- (2015) Comune di Genova: Servizio di realizzazione del Destination Reputation Strategic Plan. *Risultati conseguiti*: definizione di una strategia social media che ha prodotto nel primo periodo di attività oltre il 20% di incremento della visibilità della destinazione.
- (2014-2015) Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia: Redazione e attuazione del Piano del Turismo della Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia per il periodo 2014-2018
Risultati conseguiti:
Per l'anno 2015 incremento di arrivi del 5.1% e di presenze del 4.1%, rispetto all'anno 2014.
Per l'anno 2016 incremento di arrivi del 6.5% e di presenze del 4.8%, rispetto all'anno 2015.
Per l'anno 2017 incremento di arrivi del 5.4% e di presenze del 5.2%, rispetto all'anno 2016.
- (2014) Comune di Parma: Affidamento del servizio di creazione di un sistema integrato di accoglienza turistica. *Risultati conseguiti*: creazione del punto di informazione e Accoglienza Turistica del comune di Parma
- (2014) Comune di Malcesine: Piano di Promocommercializzazione della destinazione Malcesine. *Risultati conseguiti*: creazione della rete d'impresa degli operatori del comune di Malcesine
- (2013-2014) Museo della città di Bologna S.r.l.: Servizio di gestione commerciale delle diverse attività legate al percorso Genus Bononiae finalizzate all'ottimizzazione della gestione delle risorse e affiancamento e assistenza al Dipartimento Comunicazione e Marketing per lo sviluppo turistico e la promozione del percorso Genus Bononiae".
Risultati conseguiti: implementazione di oltre il 20% del numero di visitatori nel corso del primo anno di attività, fino all'organizzazione della mostra "La ragazza con l'orecchino di perla" che ha raggiunto l'obiettivo record di 342.626 visitatori.
- (2012) Società Museo della Città di Bologna: Attività di affiancamento al consorzio Bologna Welcome per la predisposizione del progetto Card Turistica città di Bologna. *Risultati conseguiti*: realizzazione della card turistica.
- (2011-2012) Fondazione cassa di risparmio di Bologna: realizzazione del piano di valorizzazione e sviluppo turistico museale della Rocchetta Mattei. *Risultati conseguiti*: apertura al pubblico del museo.
- (2011-2012) Regione Marche: Realizzazione di servizi di comunicazione turistica e promozione del brand Marche. *Risultati conseguiti*: creazione del primo social media team della regione.
- (2010-2011) Società Museo della Città di Bologna: realizzazione piano di marketing strategico e di promo commercializzazione di Genus Bononiae. *Risultati conseguiti*: inserimento del circuito fra le mete turistiche della città di Bologna.
- (2010-2011) Provincia di Cosenza: Progetto di rilancio strategico della Provincia di Cosenza. *Risultati conseguiti*: redazione e presentazione agli stakeholders.
- (2010) Consorzio Dolomiti.org: Progettazione nuovo portale di promo commercializzazione dolomiti.org e web marketing. *Risultati conseguiti*: incremento di visibilità della destinazione e crescita commerciale dell'offerta turistica.
- (2010) Azienda Speciale Camera di Commercio di Caserta: Piano operativo per rilancio della destinazione Caserta. *Risultati conseguiti*: costruzione della prima DMO della città di Caserta.
- (2009-2010) Fondazione Cassa di risparmio Ascoli Piceno: realizzazione del progetto "valore al territorio per un territorio di valore" con piano di

comunicazione e attività di promozione in merito al progetto. *Risultati conseguiti*: presentazione del progetto.

- o (2009) Provincia di Imperia: realizzazione Piano strategico e operativo e di promo commercializzazione. *Risultati conseguiti*: creazione della prima DMO.
- o (2009) Associazione Industriale Province della Sardegna Meridionale: realizzazione del piano operativo riguardante la "Destinazione Turistica Cagliari". *Risultati conseguiti*: creazione della prima DMO.
- o (2008-2009) Provincia di Savona: realizzazione piano operativo con l'obiettivo di individuare e gestire la progettazione e realizzazione di prodotti e servizi al fine di rendere competitiva e turisticamente fruibile la Provincia di Savona. *Risultati conseguiti*: creazione della prima DMO.

DESTINATION MANAGEMENT

Redazione e presentazione dei seguenti piani e progetti.

- o (2015) Comune di Monte Sant'Angelo (Foggia): Attività di affiancamento e accompagnamento per la realizzazione di un Piano Marketing partecipato per lo sviluppo del turismo nell'area del comune di Monte Sant'Angelo.
- o (2013) Comunità Montana Valsassina- Valvarrone – Val D'Esino e Riviera: Progettazione esecutiva strategica delle azioni relative al progetto "Servizi e Strumenti Integrati di Comunicazione, Fruizione e Promozione Territoriale Della Valsassina Valvarrone Val D'Esino e Riviera".
- o (2013) Consorzio Promotrieste: Piano di riorganizzazione del Consorzio Promotrieste ai fini promo commerciali e di sviluppo turistico della destinazione Provincia di Trieste
- o (2012-2013) Federturismo – Confindustria: Attività di consulenza strategica e affiancamento strategico.
- o (2012) Consorzio Destination Management Organization Padova: Servizio di Temporary Management finalizzato alla messa in funzionamento dell'intera DMO nelle sue diverse aree e servizio di formazione e affiancamento del personale operativo.
- o (2012) Consorzio Destination Management Organization Padova: Servizio e di assistenza tecnica per l'avviamento delle attività e l'operatività dei primi mesi del consorzio sul turismo congressuale "DMO Padova".
- o (2011-2012) Consorzio Dolomiti Belluno: Analisi di competitività della Destinazione Cortina e Conca Ampezzana, individuazione di un piano prodotti, club di prodotto e individuazioni delle migliori modalità di costruzione di pacchetti turistici.
- o (2010-2011) Europroject Consulting: Progetto per il rilancio strategico per il turismo della Provincia di Cosenza
- o (2010) S.I.N.T.E.S.I. Azienda Speciale Camera di Commercio Caserta: Analisi strategica sulle opportunità di sviluppo, sull'individuazione delle soglie di miglioramento e sull'immagine turistica del territorio casertano
- o (2009-2010) Consorzio Turistico provinciale di Sondrio: progettazione di una DMO per la destinazione turistica Valtellina, piano operativo e di promo commercializzazione
- o (2009) Camera di Commercio Industria Artigianato Agricoltura di Padova: Predisposizione del Progetto "Destinazione Padova" con le seguenti attività: analisi del sistema complessivo di offerta turistica, analisi delle risorse e attrattive turistiche del territorio, analisi di competitività turistica di Padova e provincia, mappatura del "network" più ampio di relazioni e sinergie, analisi della domanda e del target, analisi portafoglio prodotti turistici esistenti, analisi accessibilità e presenza offerta commerciale di Padova nel mercato
- o (2009) Associazione Industriali Province della Sardegna Meridionale Cagliari, Carbonia-Iglesias e Medio Campidano – CONFINDUSTRIA: Realizzazione del Piano Operativo riguardante la "Destinazione Turistica Cagliari" (D.M.C. – D.M.O.).

SVILUPPO PRODOTTI TURISTICI

- o (2014-2015) Comune di Parma: Servizio di realizzazione del Piano Marketing del Turismo a Parma. Affiancamento operativo per la realizzazione club di prodotto.
- o (2014-2015) GAL Montefeltro: Servizio per la realizzazione di analisi territoriale volta alla definizione dei contenuti specifici dei cluster individuati dalla Regione Marche: individuazione e definizione product plan, definizione strategia marketing e promo commerciale.
- o (2014) Consorzio Grado Turismo: Realizzazione piano dei prodotti turistici per la destinazione Grado.

- o (2014) Consorzio Lignano Vacanze: Consulenza strategica e realizzazione del Piano strategico dei prodotti turistici di Lignano Sabbiadoro.
- o (2013) Gargano: Piano organizzazione DMC, piano prodotti, portale.
- o (2010) Associazione Le Terre dei Savoia: redazione Piano Strategico, Product Plan e Progettazione finanziamenti progetti e Progetto Sviluppo Web della destinazione.
- o (2010-2011) Cortina Turismo: piano strategico della destinazione, piano prodotti e piano di promocommercializzazione e formazione operatori.
- o (2010) Provincia Autonoma di Trento: Incarico per la creazione di un prodotto turistico nell'ambito del progetto "Listen to the voice of villages".
- o (2010) Apt Basilicata: assistenza tecnica al piano Marketing per la realizzazione di strategie di prodotto per la destinazione.
- o (2010) Dolomiti Stars: definizione e progettazione portfolio nuovi prodotti turistici e impostazioni linee strategiche di marketing e promozione turistica di Dolomiti Stars.

FORMAZIONE

- o (2015) Associazione Strada del vino Erice DOC: Corso di formazione: "Informazione 2.0: come sfruttare i nuovi strumenti", "Facebook e Twitter per il settore turistico", "Gli altri Social Media per il settore turistico", "Le strategie sui Social Media per il settore turistico".
- o (2014) Comune di Ferrara: Attività di formazione su "Commercializzazione Turistica".
- o (2014) Associazione Strada del vino Erice DOC: Attività di formazione su Social Media Marketing.
- o (2013-2014) LUISS Business School: Attività di formazione nell'ambito dell'Executive Hotel.
- o Management sui temi "Brand Reputation online": creazione e posizionamento Web 2.0 e Mash up" e "Promo commercializzazione per Hotel".
- o (2013-2014) Comune Di Pula: Attività di formazione Destination Social Media Marketing.
- o (2013) Trient Consulting Group S.r.l.: Attività di formazione per il personale interno: "Fondamenti di marketing per la promozione delle città d'arte: il caso della città di Bologna".
- o (2013) Trentino School of Management: Attività in merito alla redazione del vademecum per il personale front-line dei punti info.
- o (2013) Accor Hospitality Italia S.r.l.: Attività seminariale durante l'evento "Il Club Franchising Accor".
- o (2013) Trentino School of Management: Attività di formazione sul prodotto turistico Family.
- o (2013) Sincrotone: Attività formativa sul tema "Event Management"
- o (2012) Amministrazione Provinciale di Siena (Terre di Siena): Attività formativa sul tema "Informazione e Accoglienza 2.0" on site.
- o (2012) Trentino School of Management: Attività formativa relativa al corso/progetto "fm.2012/2012.smt.infopoint,fassa".
- o (2012) Provincia di Padova: Servizio relativo all' Organizzazione di 4 corsi in materia di turismo – progetto Padova 2.0.
- o (2012) ENAI FVG: Attività formativa sul tema "Gestione Eventi".
- o (2009) Provincia di Savona: Servizio relativo al coordinamento e affiancamento operativo per la realizzazione del nuovo sistema turistico su web STL Italian Riviera.

• Date (da – a)

• Nome e indirizzo datore di lavoro

• Tipo di azienda o settore

• Tipo di impiego

• Principali mansioni e responsabilità

Febbraio 2006 – Settembre 2008

Agenzia Turismo Friuli Venezia Giulia - Codroipo – Udine

Agenzia Regionale per lo Sviluppo del Turismo del Friuli Venezia Giulia

Responsabile Area Accoglienza, Informazione Turistica ed Animazione del Territorio – Attività svolta in collaborazione professionale (febbraio 2006 - luglio 2006) e co.co.pro. (agosto 2006 – gennaio 2008).

- Gestione della rete dei Punti di Informazione ed Accoglienza Turistica della Regione Friuli Venezia Giulia. Coordinamento e gestione dei servizi di accoglienza sul territorio regionale. Coordinamento del personale della rete dei punti informativi. Selezione e formazione degli operatori del front office (rete punti informativi diretti e rete punti IAT). Gestione degli orari di lavoro e pianificazione. Studio, redazione e messa in opera della Carta dei Servizi. Messa a sistema del sistema informativo mediante l'inserimento di idonee tecnologie (CRM). Esecuzione del layout interno ed esterno

della rete dei punti informativi Gestione della ripartizione delle risorse finanziarie per il funzionamento dei punti informativi. Gestione della logistica del materiale informativo. Progettazione e messa in opera del sistema di distribuzione del materiale sul territorio regionale. Gestione dei rapporti di stage con gli enti di formazione regionale.

- Gestione dei principali servizi di accoglienza turistica nei siti storici regionali quali Aquileia, Cividale con l'attivazione di innovative modalità di fruizione dei beni architettonici in chiave turistica anche mediante l'attivazione di narrazione del bene stesso.
- Gestione di grandi eventi sul territorio regionale: Coppa del Mondo di Sci di Tarvisio e Campionati Mondiali di Corsa su Strada di Udine. Pianificazione degli interventi per la valorizzazione turistica del territorio regionale. Organizzazione e coordinamento del personale operativo sia esso dipendente o volontario. Coordinamento e formazione dei programmi di volontariato. Progettazione e gestione della logistica, dei trasporti dell'organizzazione dell'evento. Gestione delle "burocracies" e del protocollo dell'evento. Gestione del magazzino e del materiale assegnato.

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

15 aprile 2002 – 03 febbraio 2006

Turismovest - Rivoli (TO)

Consorzio per la Promozione e lo Sviluppo Turistico della Città di Rivoli

Direttore del Consorzio con collaborazione professionale.

- Gestione del personale del Consorzio
- Gestione dell'amministrazione del Consorzio
- Ideazione, progettazione e consulenza per l'avvio e la messa in funzione del Consorzio
- Studio per le potenzialità del Prodotto Turistico Rivoli
- Ideazione dei principali eventi Turistici della Città di Rivoli
- Ideazione dei principali servizi Turistici della città di Rivoli

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

31 luglio 1999 – 31 dicembre 2002 e 01 novembre 2004 – 28 febbraio 2005

Turismo Torino - Torino

Consorzio per la Promozione Turistica della Città di Torino e della sua Area Metropolitana

Responsabile relazione con i Comuni dell'Area Metropolitana di Torino in collaborazione professionale

- Progettazione delle prime azioni per lo sviluppo turistico dell'Area Metropolitana di Torino
- Redazione delle ricerche per conto della Regione Piemonte sullo sviluppo del Circuito delle Residenze Reali (Fase I e II)
- Redazione per conto della Provincia di Torino del Progetto di Sviluppo dell'Area Metropolitana Torino Sud
- Redazione per conto dei Comuni Consorziati di specifici piani di sviluppo ed in particolare per i Comuni di: Carmagnola, Chieri, Poirino, Venaria
- Responsabile della progettazione e gestione del "Road Show" anni 2001/2002.
- Coordinatore per conto della provincia di Torino del progetto "Città di Charme"

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

2002 (gennaio – dicembre)

Provincia di Torino – Torino

Ente Pubblico

Consulenza all'Assessorato Provinciale per la redazione dello studio: "Turismo Scolastico nella Provincia di Torino"

- Rappresentanza nei circuiti Provinciali delle iniziative a favore dello sviluppo del turismo scolastico in Provincia di Torino
- Redazione di un piano marketing per lo sviluppo del turismo scolastico in Provincia di Torino
- Coordinamento e gestione del tavolo provinciale inerente al turismo scolastico

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

Novembre 1998 – dicembre 1999

Comune di Rivoli – Torino

Ente Pubblico

Consulente al turismo della città di Rivoli

- Rappresentanza nei circuiti Provinciali: Città d'Arte a Porte Aperte, Rievocazioni Storiche

- o Rappresentanza nei circuiti Regionali: Residenze Reali, circuito Rievocazioni Storiche Regionali
 - o Coordinamento e gestione eventi turistici locali
 - o Coordinamento e gestione servizi turistici locali
- Date (da – a)
 - Nome e indirizzo datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni e responsabilità

Novembre 1998 – dicembre 1999
 Cooperativa Memo - Torino
 Cooperativa per la gestione di servizi turistici
 Presidente del Consiglio di Amministrazione attività svolta in collaborazione professionale

- o Consulenza in materia turistica
- o Servizi alle imprese turistiche
- o Ideazione, coordinamento e realizzazione di servizi turistici

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

1985-1998
 Agenzia Immobiliare in franchising - Torino
 Agenzia Immobiliare
 Responsabile di filiale

- o Responsabile sul personale di vendita
- o Venditore e acquirente
- o Responsabile della formazione del personale di agenzia

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

- Date (da – a)
- Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione
 - Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio

12 aprile – 6 ottobre 2007
 Scuola di Comunicazione IULM
 Corso di Alta Formazione della durata di 120 ore in Tourism Management Incoming Italia

- Date (da – a)
- Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione
 - Qualifica conseguita
 - Livello nella classificazione nazionale (se pertinente)

1979-1984
 Liceo Scientifico Statale di Rivoli Charles Darwin
 Viale Papa Giovanni XXIII, 21, 10098 Rivoli TO
 Maturità scientifica
 42/60

CAPACITÀ E COMPETENZE PERSONALI

MADRELINGUA

ITALIANA

ALTRE LINGUE

INGLESE

- Capacità di lettura
- Capacità di scrittura
- Capacità di espressione orale

LIVELLO BUONO
 LIVELLO BUONO
 LIVELLO BUONO

CAPACITÀ E COMPETENZE RELAZIONALI

Ottima capacità di relazione in qualsiasi ambiente lavorativo. Abilità nella gestione delle relazioni interpersonali e buona attitudine al coordinamento del personale.

CAPACITÀ E COMPETENZE ORGANIZZATIVE

Ottima capacità di gestione delle risorse umane e conoscenze di amministrazione pubblica ivi compresi bilanci pubblici e di aziende private.

CAPACITÀ E COMPETENZE TECNICHE

Ottima conoscenza dei principali programmi del pacchetto Office.

PATENTE O PATENTI

In possesso della patente "B"

ULTERIORI INFORMAZIONI

Formatore per PromoTurismoFVG presso i principali istituti di formazione professionale del Friuli Venezia Giulia

Formatore presso la sede IAL di Torino e Udine nei corsi di Marketing Territoriale, Organizzazione di Eventi, Promotore dei Beni Culturali

Formatore per la Turismo FVG nei corsi: Organizzazione di Eventi, Marketing del Territorio, Accoglienza

Formatore per Eurac Research Accademia Europea Bolzano nei corsi: marketing territoriale

Formatore presso TSM-Trentino School Of Management nei corsi di Marketing territoriale, Organizzazione di eventi.

DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA DELL'ATTO DI NOTORIETA' E DI CERTIFICAZIONE (art. 38 e 47, D.P.R. n. 445/2000)

Il sottoscritto Bruno Bertero, nato a Torino il 04.02.1963, at

A [redacted] 4; consapevole che le dichiarazioni mendaci sono punite ai sensi del codice penale e delle leggi speciali vigenti in materia, dichiara sotto la propria responsabilità che le informazioni contenute nel presente CV corrispondono al vero. Inoltre, il sottoscritto autorizza al trattamento dei dati personali, secondo quanto previsto dalla Legge 675/96 del 31 dicembre 1996.

Alba, 09/01/2023

Bruno Bertero

