

## CURRICULUM VITAE

### INFORMAZIONI PERSONALI

Nome	<b>GARDELLA MARISA</b>
Data di nascita	30.05.1969
Qualifica	FUNZIONARIO AMMINISTRATIVO TITOLARE DI POSIZIONE ORGANIZZATIVA DI RESPONSABILITA'
Amministrazione	COMUNE DI GENOVA
Incarico attuale	POSIZIONE ORGANIZZATIVA
Numero telefonico dell'ufficio	010 5575256
*	
E-mail istituzionale	<a href="mailto:mgardella@comune.genova.it">mgardella@comune.genova.it</a> marisa.gardella@hotmail.it

**TITOLI DI STUDIO E  
PROFESSIONALI ED ESPERIENZE  
LAVORATIVE**

<p>Titolo di studio</p>	<p>2019 Laurea Specialistica in Informazione ed Editoria –DISPO Università di Genova Voto: 110 con lode 2015 Laurea triennale in Scienze della Comunicazione - Università di Genova Voto: 108/110  1987 Istituto R. Lambruschini <i>Diploma Magistrale (5 anni)</i></p>
<p>Altri titoli di studio e professionali</p>	<p>2003 Themis Corso di formazione sulle attività di informazione e comunicazione, ai sensi del DPR 422/2001, attuativo della comunicazione pubblica Comunicatore pubblico 2002 .Ferpi – Federazione Relazioni Pubbliche Italiana Seminario di aggiornamento professionale. Il ruolo delle relazioni pubbliche a supporto di una migliore relazione amministrazione pubblica. Attestato di partecipazione 1999 Sogea - Scuola di Formazione Aziendale Master in Marketing e Comunicazione Aziendale Marketing e Comunicazione Diploma di Master 1997 Accademia della Comunicazione – Milano Corso annuale di comunicazione d'impresa Attestato di partecipazione</p>

Esperienze professionali (incarichi ricoperti)

01 2020

Direzione Comunicazione ed Eventi

Responsabile ufficio Comunicazione di Marketing, Digital-Social-Media Strategy, Sviluppo del brand Genova

Posizione Organizzativa Fascia 1

Funzioni invariate.

03 2018 al 012 2020

Direzione Marketing Territoriale, Promozione della Città, Attività Culturali

Responsabile ufficio Comunicazione di Marketing, Digital-Social-Media Strategy, Sviluppo del brand Genova

Posizione Organizzativa Fascia 1

**Comunicazione di marketing:** Progettazione strategica, pianificazione e gestione della comunicazione di marketing digitale e offline relativa alla promozione della “destinazione Genova”, delle risorse e dell’offerta turistica, culturale, di eventi della città e dell’offerta del sistema museale e del patrimonio storico e artistico. Coordinamento della comunicazione esterna del Comune, di concerto con il Gabinetto del Sindaco (portavoce e addetto alla comunicazione). Pianificazione e gestione del budget di comunicazione di marketing. Gestione del nuovo portale visitgenoa.it, dei portali culturali, portale “Investincultura” e del blog Genova more than this.

Razionalizzazione, coordinamento e gestione dei social media del Comune mirati alla comunicazione di marketing e alla promozione del brand Genova a fini di messa a sistema e ottimizzazione dei mezzi utilizzati, coerentemente con gli obiettivi del Piano Annuale di Comunicazione Marketing della Città, approvato dalla Giunta Comunale.

**City branding:** definizione e gestione di un percorso, condiviso con gli stakeholder cittadini e i partner europei, per lo sviluppo del brand Genova

**Digital Strategy, Social Media Communication,:** coordinamento e gestione del Social Media Team del Comune di Genova e della Città di Genova. Definizione della social media strategy; coordinamento della redazione social e della gestione dei canali social finalizzati alla comunicazione di marketing e promozione del brand Genova

**Gestione delle media relations** con i mezzi della carta stampata, radio, televisivi, web, nazionali ed internazionali. Promozione e diffusione del loro Genova more than this e gestione della sua corretta applicazione.

**Gestione delle relazioni e contrattazioni,** per conto dell’Ente, con le concessionarie di pubblicità e con i soggetti del mondo della comunicazione; definizione di piani pubblicitari e publiredazionali

Individuazione e pianificazione di azioni di comunicazione di marketing del territorio, volte alla promozione turistica, culturale ed economica.. Stesura e gestione programmi di accoglienza per delegazioni o gruppi a fini di concretizzazione di opportunità di marketing.

05 2014 – 04.2018

Attività di comunicazione, promozione e, city branding

Direzione Turismo e Promozione della Città

Attività di comunicazione, promozione e, city branding

Posizione Organizzativa Fascia 2

Comunicazione di marketing: Progettazione e gestione della comunicazione di marketing digitale e offline relativa alla promozione della “destinazione Genova”, delle risorse e dell’offerta turistica, culturale. Pianificazione e gestione del budget di comunicazione per la promozione della destinazione turistica. Progettazione, realizzazione e gestione del nuovo portale visitgenoa.it e del blog Genova More Than This. Creazione e gestione dei social media del Comune mirati alla comunicazione di marketing e alla promozione del brand Genova a fini di messa a sistema e ottimizzazione dei mezzi utilizzati, coerentemente con gli obiettivi del Piano Annuale di Comunicazione Marketing della Città, approvato dalla Giunta Comunale.

City branding: definizione e gestione di un percorso, condiviso con gli stakeholder cittadini e i partner europei, per lo sviluppo del brand Genova mediante il progetto europeo Citylogo. Processo di indizione di gara per la creazione di un nuovo logo del brand Genova: lancio e gestione dell’immagine coordinata del logo Genova More Than This.

Digital Strategy, Social Media Communication,,: creazione e gestione del Social Media Team del Comune di Genova e della Città di Genova. Definizione della social media strategy; coordinamento editoriale della redazione social e della gestione dei canali

social finalizzati alla comunicazione di marketing e promozione del brand Genova  
Gestione delle media relations con i mezzi della carta stampata, radio, televisivi, web, nazionali ed internazionali. Promozione e diffusione del loro Genova more than this e gestione della sua corretta applicazione.

06.2009 – 03.2013

Attività di comunicazione, promozione e, city branding

Direzione Comunicazione e Promozione della Città

Posizione Organizzativa Fascia 2

Supporto Amministratori e Dirigenti di riferimento nell'individuazione di strategie di comunicazione, nella scelta delle azioni e nella pianificazione della comunicazione integrata. Progettazione della comunicazione esterna: definizione degli obiettivi e dei target, individuazione di azioni e strumenti, gestione del budget. Media planning, Gestione delle relazioni con le concessionarie di pubblicità, le agenzie di comunicazione e cura la contrattazione delle offerte con le concessionarie di pubblicità, media e fornitori diversi. Studia, definisce e attua azioni di comunicazione mirate attraverso il web e i social media. Definizione di strategie di promozione e immagine della città: definizione e attuazione di progetti e iniziative di promozione mirate, in sinergia con i settori dell'ente e soggetti esterni, sia pubblici che privati. Definizione e realizzazione di piani di comunicazione integrati volti a promuovere l'immagine della città, a valorizzare il city branding e le eccellenze del territorio. Definizione e realizzazione dei piani di comunicazione dei grandi eventi della città. Gestione delle relazioni con l'ufficio stampa interno ed uffici stampa di soggetti esterni e ufficio stampa nazionale per la comunicazione e promozione della città e di grandi eventi. Cura dello sviluppo della comunicazione verso la cittadinanza, l'opinione pubblica e specifiche fasce di pubblico. Collaborazione ai processi comunicativi strategici dell'ente, attraverso il coordinamento e la gestione della comunicazione integrata esterna, con particolare attenzione a garantire affidabilità, equilibrio e uniformità nelle scelte d'immediato impatto verso il mondo della comunicazione e l'esterno. Gestione delle relazioni, relativamente agli aspetti comunicativi e promozionali, con il Tavolo di Promozione della Città. Collaborazione con le funzioni dell'area preposte a gestire le problematiche correlate alla correttezza e regolarità formale e sostanziale degli atti da adottare, curando costantemente l'armonizzazione della dimensione della dimensione burocratico - amministrativa con l'esigenza di celerità di soluzioni immediate, atte a far fronte alle criticità operative che possono emergere in relazione alla definizione a eventi e iniziative diverse nell'area della comunicazione e promozione della città. Cura delle relazioni con gli sponsor per garantire gli impegni contrattuali inerenti la visibilità e il ritorno di comunicazione.

INDENNITÀ DI RESPONSABILITÀ – (EX ART. 17)

**DAL 17.02.2004 al 30.06.2009**

**Responsabile Ufficio Campagne di Comunicazione e Ricerca Risorse Finanziarie**

**Struttura Organizzativa di Comunicazione nell'ambito della Direzione Generale**

**e, a seguire, dal 1° marzo 2009 presso il Settore Promozione della Città, Turismo, Eventi**

Progettazione, gestione e realizzazione dei piani di comunicazione dell'Ente, che si rendono necessari in relazione alle esigenze di comunicazione del Comune, delle aree tematiche e dei settori(uffici): dalla comunicazione istituzionale a quella di servizio, da quella ambientale a quella culturale e di promozione della città e valorizzazione del territorio. Tra i principali piani di comunicazione: adozione del nuovo piano del traffico "*Piano Winkler*", Adozione delle *Aree Blu*, Guida ai Servizi, Campagna di promozione della Città in occasione del Natale e dell'estate: *Genova Una splendida occasione* e *Genova Estate*, campagne di tutela ambientale: dalla corretta manutenzione degli impianti termici al bollino blu – Urban 2 - Servizi Civici etc. Ideazione e allestimento di stand in occasione di fiere di settore: Forum della P.A., Salone della Comunicazione e in occasione di eventi nazionali e internazionali come Euroflora, Festa Nazionale del Partito Democratico, etc.

Partecipazione ai processi comunicativi in occasione di eventi speciali come il G8 nel 2001 e collaborazione con Genova 2004, in occasione di Genova Capitale Europea della Cultura.

Gestione del budget: definizione obiettivi e target comunicazionali, piani di comunicazione, pianificazione media, coordinamento e ricerca interventi finanziari attraverso la ricerca di sponsor e/o la vendita di spazi pubblicitari, coordinamento rapporti con le agenzie e concessionarie di pubblicità.

INDENNITÀ DI RESPONSABILITÀ – (EX ART. 17)

**Dal 20.9.2000 al 16.02.2004**

**Coordinatore Ufficio Campagne di Comunicazione**

**Unità Organizzativa Comunicazione**

Coordinatore Ufficio

Cura delle relazioni con le concessionarie di pubblicità, agenzie e mass-media. Predisposizione

	<p>capitolati speciali, bandi e lettere d'invito per lo svolgimento delle gare. Partecipazione alle commissioni per la scelta dei progetti presentati dalle agenzie. Individuazione degli obiettivi con le direzioni coinvolte. Stesura dei piani di comunicazione non commissionati all'agenzia. Definizione e gestione dei costi relativi alle singole campagne. Segmentazione dei pubblici di riferimento per l'azione comunicativa. Scelta degli strumenti da utilizzare in relazione ai pubblici di riferimento. Messa a punto dei messaggi e dei comunicati. Monitoraggio dell'andamento delle campagne e dei risultati conseguiti. Principali piani di comunicazione: apertura della Biblioteca Berio, pubblicizzazione del Bilancio comunale, promozione dei musei "Genova Superba", campagne di sensibilizzazione sui rischi derivanti dalle alluvioni e dalle Industrie a Rischio del ponente Cittadino. Urban 1, Genova Estate etc.</p> <p>1994 -1996 Ente Colombo '92 in liquidazione Redazione dell'inventario dei beni mobili dell'area del Porto Antico, di proprietà dell'Ente Colombo '92 in liquidazione per il trasferimento al Comune di Genova</p> <p>1989 – 1993 Ente Colombo '92 Segreteria organizzativa del Consiglio di Amministrazione – cura della convocazione delle sedute del Consiglio di Amministrazione – stesura degli ordini del giorno su indicazione dell'Amministratore Delegato, definizione della documentazione su indicazione del Direttore Generale, assistenza alle sedute di Consiglio, redazione dei verbali delle sedute e, in generale, di tutte le attività connesse all'organizzazione e allo svolgimento delle sedute di Consiglio.</p>
Capacità linguistiche	Inglese livello base
Capacità nell'uso delle tecnologie	Gruppi di lavoro Network europeo "Eurocities"
Altro(partecipazione a convegni e seminari, pubblicazioni, collaborazioni a riviste,ecc., ed ogni altra informazione che si ritiene di dover pubblicare)	