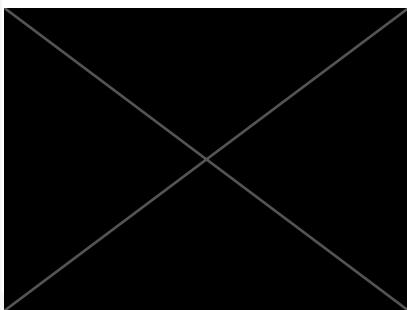




## CONTACT ME



## EDUCATION

**Corso di Alta Formazione di 120h in Tourism Management Incoming Italia**

Scuola di Comunicazione IULM

12.04.2007 - 06.10.2007

### Maturità Scientifica

Liceo Scientifico Statale di Rivoli - Charles Darwin

42/60

1979 - 1984

## SKILLS

- Ottime capacità e competenze **RELAZIONALI**
- Ottime capacità e competenze **ORGANIZZATIVE**
- Ottime capacità e conoscenze **TECNICHE**
- H.R.
- I.C.T.
- Conoscenza della **gestione della Pubblica Amministrazione**
- Conoscenze contabili e di **redazione di Bilanci civilistici** di aziende pubbliche e private

# Bruno Bertero

## Destination Manager

## WORK EXPERIENCE

### PRESIDENTE

**Enoteca Regionale Colline del Moscato d'Asti**

Piazza XX Settembre, 19 - 12056 Mango (CN)

Associazione, senza scopo di lucro, che opera per la valorizzazione del patrimonio culturale e del paesaggio attraverso la promozione del Castello del Comune di Mango e del territorio circostante. Organizza e gestisce attività culturali e di interesse generale volte alla diffusione della cultura del vino e alla promozione dell'enoturismo.

### DIRETTORE - SITE MANAGER

Marzo 2025 - ATTUALE

**Associazione per il Patrimonio dei Paesaggi Vitivinicoli di Langhe Roero e Monferrato**

Piazza Alfieri, 30 - 14100 Asti (AT)

Associazione che ha lo scopo di coordinare tutte le attività di governance, dalla promozione della candidatura alla pianificazione integrata dei progetti che riguardano il sito UNESCO.

### DIRETTORE GENERALE

Gennaio 2024 - 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 quale ATL (Agenzia di Accoglienza e Promozione Turistica Locale) come previsto dalla L.R. 75/96 e ss.mm.ii. L.R. 14/16.

### DIRETTORE MARKETING

Novembre 2022 - ATTUALE

**PromoTurismoFVG**

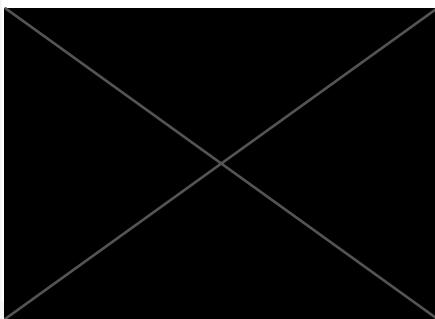
Via Carso, 3 - 33052 Cervignano del Friuli (Udine)

14 Dicembre 2015 - 26 Ottobre 2022

Assunto la Direzione Marketing con Decreto del Direttore Generale n. 1597 del 10/12/2015. Contratto assunzione dirigente, ai sensi del D.Lgs. 368/2001 - D.Lgs. 165/2001, dell'art. 22 L.R. 2/2002 del vigente CCN dei Dirigenti di aziende del terziario, della distribuzione e dei servizi e successivi rinnovi



## CONTACT ME



## LANGUAGES

- **ITALIANO** - Madrelingua
- **INGLESE** - Scritto - Buono
- **INGLESE** - Parlato - Buono
- **INGLESE** - Letto - Buono

## OTHER INFORMATION

- **Formatore** per PromoTurismo FVG 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 di Marketing territoriale.
- **Formatore** presso TSM-Trentino School of Management nei corsi di Marketing territoriale.
- **Organizzazione di eventi.**

# Bruno Bertero

## Destination Manager

## WORK EXPERIENCE

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

- sovrintendere alle attività preparatore del Piano Operativo annuale e alla pianificazione strategica dell'Ente, per quanto di propria competenza;
- coordinare l'attività dei punti informativi del 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 appartenenza;
- 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, Comunication Web, Communication Social, Accoglienza, Informazione e Magazzino, Formazione e Progettazione Territoriale, nei seguenti ambiti e con i seguenti risultati.

### DESTINATION MARKETING

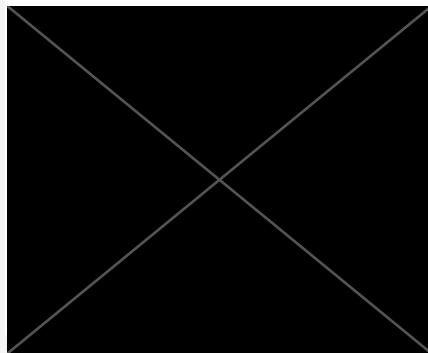
- Incremento della conoscenza e notorietà del FVG nei diversi mercati (Italia, Austria, Germania, Svizzera, Rep. Ceca, Ungheria, Slovacchia, Polonia, Russia, Kazakistan, USA, Gran Bretagna, Olanda, Belgio, Svizzera, Finlandia, Francia, Canada, Cina).
- Posizionamento e visibilità nazionale ed internazionale della Destinazione per i principali target turistici.
- Facilitazione al turista all'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 de 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.



# Bruno Bertero

## Destination Manager

**CONTACT ME**



### WORK EXPERIENCE

#### 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 Alcotra 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 -

- Concerti
- Mittelfest
- Barcolana
- Giro d'Italia
- No Border
- Ein Prosit

#### SPONSORIZZAZIONI SPORTIVE - Squadre -

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

#### SINGOLI ATLETI

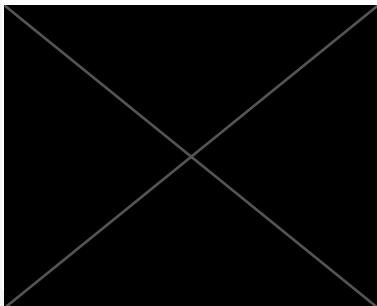
- Navarria Mara
- Toniolo Veronica
- Vitozzi Luisa
- Della Mea Lara
- Pittacolo Michele
- Milan Jonathan



# Bruno Bertero

## Destination Manager

**CONTACT ME**



## WORK EXPERIENCE

### 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:

- Quotidiani nazionali e areali (30%)
- Mensili di viaggio (30%)
- Settimanali femminili e familiari (20%)
- TV (10%)

La pianificazione delle singole Experience sui principali mercati:

- Italia (Centro-Nord)
- Austria e Germania
- Slovenia e Croazia
- U.K.

Mediaset/Publitalia 80 (anno 2022)

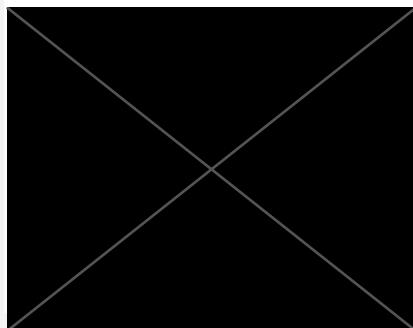
### CREATIVITA'

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 attraverso lo sguardo di chi la vive. Mediante lo storytelling, lo spettatore è stato coinvolto nella scoperta di un paesaggio emozionante e vero, che non smetterà mai di raccontare.

Rielaborazione della "Brand Image Grafica" per la realizzazione dei materiali di promozione ed accoglienza per il marchio "IO SONO FRIULI VENEZIA GIULIA".



CONTACT ME



# Bruno Bertero

## Destination Manager

### WORK EXPERIENCE

#### ONLINE MARKETING

Ideazione e attuazione di una strategia avanzata di posizionamenti del sito web [www.turismofvg.it](http://www.turismofvg.it) tramite l'integrazione delle attività delle aree Comunication Web e Comunication 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, 7297 utenti, 36.117 visualizzazioni, per consolidare il risultato, nel 2018, con 12.710 sessioni, 7632 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 Comunication Social: Facebook, Twitter (X), Instagram e YouTube.

L'ideazione e la realizzazione del progetto Social Ambassador e del relativo blog [fvgliveexperience.it](http://fvgliveexperience.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 Ambassador con un totale di 375 articoli pubblicati dall'inizio del progetto.

Trasformazione Digitale (Digital Plan) & Data Platform.

#### Sviluppo prodotti turistici

Creazione di un sistema di gerarchizzazione del portfolio prodotti in base al criterio della "capacità attrattiva".

Prioritari: mare, enogastronomia, cultura e città d'arte, montagna attiva, bike, montagna inverno, trekking e avventura.

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

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

Nicchie a basso potenziale: turismo fluviale.

I principali risultati conseguiti sono:

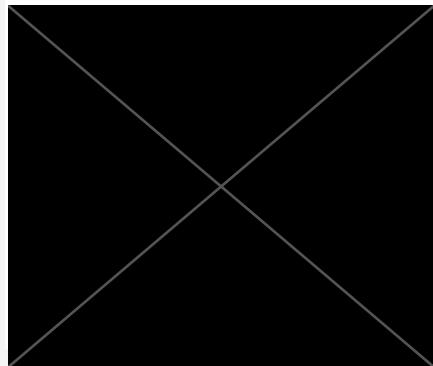
- 5 Club di Prodotto
  - Bike experience (45 operatori aderenti)
  - Family Mare (23 operatori aderenti)
  - Walking FVG (14 operatori aderenti)
  - City stay (11 operatori aderenti)
- Progetto Strada del Vino e dei Sapori FVG. Risulta essere, ad oggi, il promo esempio in Italia di regia regionale per 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
- Progetto Italy Golf & More: fino a dicembre 2017, il progetto interregionale è stato gestito con la partecipazione di oltre 10 regioni italiane. A conclusione del progetto 7 regioni italiane, con capofila il 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.



# Bruno Bertero

Destination Manager

CONTACT ME



## WORK EXPERIENCE

### 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 31.07.2018, ammonta a 1.186.

Tale attività ha avuto come effetto positivo l'incremento delle prenotazioni che sono passate da 636, nel 2015, a 1.153, 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 **BuyFVG2016** (119 buyer e 152 seller) e **BuyFVG2018** (131 buyer e 149 seller) per finire con la **Borsa dell'outdoor 2017** (50 buyer e 39 seller).

#### Creazione Reti:

- Golf
- Wedding

#### Piani Specifici:

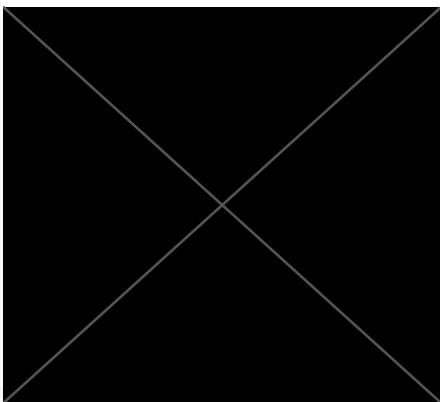
- Montagna 365
- Sportland
- Collio
- Carso



# Bruno Bertero

Destination Manager

## CONTACT ME



## WORK EXPERIENCE

### CO-FOUNDER &

Settembre 2008 - 11 Dicembre 2015

### AMM.RE DELEGATO

**Four Tourism s.r.l.**

CORSO CIRIÈ, 21 - TORINO (TO)

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.

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

- Redazione di Piani Strategici Integrati e d'Area.
- Gestione dei progetti di formazione su moduli definiti e micro progettazione su richiesta del committente.
- 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 e 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 del 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 al 2014;
- per l'anno 2016: incremento di arrivi del 6,5% e di presenze del 4,8% rispetto al 2015;
- per l'anno 2017: incremento di arrivi del 5,4% e di presenze del 5,2% rispetto al 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 Promo-commercializzazione della Destinazione Malcesine. Risultati conseguiti: creazione della rete d'impresa operatori del Comune di Malcesine.



# Bruno Bertero

Destination Manager

CONTACT ME



## WORK EXPERIENCE

- **(2013-2014) Museo della Città di Bologna srl:** servizio di gestione commerciale delle diverse attività legate al percorso Genus Bononiae finalizzate all'ottimizzazione della gestione delle risorse e affiancamento/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 dei 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 del 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 stakeholder.
- **(2010) Consorzio Dolomiti.org:** progettazione nuovo portale di promo commercializzazione dolomiti.org e web marketing. Risultati conseguiti: incremento della visibilità della Destinazione e crescita commerciale dell'offerta turistica.
- **(2010) Azienda Speciale Camera di Commercio di Caserta:** piano operativo per rilancio della Destinazione. Risultati conseguiti: costruzione della prima DMO della Città di Caserta.
- **(2009-2010) Fondazione Cassa di Risparmio di 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.
- **(2009) Provincia di Imperia:** realizzazione del Piano Strategico, Operativo e di Promo Commercializzazione. Risultati conseguiti: creazione della prima DMO.
- **(2009) Associazione Industriale Province della Sardegna Meridionale:** realizzazione del Piano Operativo riguardante la "Destinazione Turistica Cagliari". Risultati conseguiti: creazione della prima DMO.
- **(2008-2009) Provincia di Savona:** realizzazione del 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. Risultati conseguiti: creazione della prima DMO.



# Bruno Bertero

Destination Manager

CONTACT ME



## WORK EXPERIENCE

### DESTINATION MARKETING

Redazione e presentazione dei seguenti Piani e Progetti:

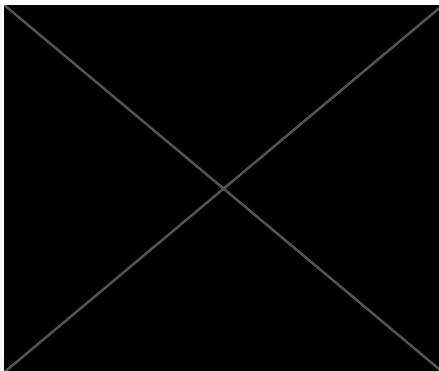
- **(2015) Comune di Monte Sant'Angelo (Foggia):** attività di affiancamento e accompagnamento per la realizzazione di un Piano di Marketing compartecipato per lo sviluppo del turismo nell'area del Comune di Monte Sant'Angelo.
- **(2013) Comunità Montana Valsassina-Valvarrone-Val d'Esino e Riviera:** 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".
- **(2013) Consorzio Promotrieste:** piano di riorganizzazione del Consorzio Promotrieste ai fini promo commerciali e di sviluppo turistico della Destinazione Provincia di Trieste.
- **(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.
- **(2012) Consorzio Dolomiti Belluno:** analisi di competitività della Destinazione Cortina e Conca Ampezzana, individuazione di un Piano Prodotti, Club di Prodotto e individuazione delle migliori modalità di costruzione di pacchetti turistici.
- **(2010-2011) Europroject Consulting:** progetto di rilancio strategico per il turismo della Provincia di Cosenza.
- **(2010) S.I.N.T.E.S.I. Azienda Speciale - Camera Commercio di Caserta:** analisi strategica sulle opportunità di sviluppo, sull'individuazione delle soglie di miglioramento e sull'immagine turistica del territorio casertano.
- **(2009-2010) Consorzio Turistico Provinciale di Sondrio:** progettazione di una DMO per la Destinazione turistica Valtellina, Piano Operativo e Promo Commercializzazione.
- **(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 delle 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 portfolio dei prodotti turistici esistenti, analisi di accessibilità e presenza dell'offerta commerciale di Padova nel mercato.
- **(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.).



# Bruno Bertero

Destination Manager

## CONTACT ME



## WORK EXPERIENCE

### SVILUPPO PRODOTTI TURISTICI

- (2014-2015) Comune di Parma: servizio di realizzazione del Piano Marketing del Turismo di Parma. Affiancamento operativo per la realizzazione del Club di Prodotto.
- (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 di marketing e promo commerciale.
- (2014) Consorzio Grado Turismo: realizzazione Piano dei Prodotti Turistici per la Destinazione Grado.
- (2014) Consorzio Lignano Vacanze: consulenza strategica e realizzazione del Piano Strategico dei Prodotti turistici di Lignano Sabbiadoro.
- (2013) Gargano: Piano di Organizzazione della DMC, Piano Prodotti, portale web.
- (2010) Associazione Le Terre dei Savoia: redazione Piano Strategico, Product Plan e Progettazione finanziamenti progetti e Progetto Sviluppo Web della Destinazione.
- (2010-2011) Cortina Turismo: Piano Strategico della Destinazione, Piano Prodotti ed Piano di Promo-commercializzazione e Formazione operatori.
- (2010) Provincia Autonoma di Trento: incarico per la creazione di un prodotto turistico nell'ambito del progetto "Listen to the voice of villages".
- (2010) APT Basilicata: assistenza tecnica al Piano di Marketing per la realizzazione di strategie di prodotto per la Destinazione.
- (2010) Dolomiti Stars: definizione e progettazione portfolio nuovi prodotti turistici e impostazione linee guida strategiche e di marketing&promozione turistica Dolomiti Stars.

### FORMAZIONE

- (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".
- (2014) Comune di Ferrara: attività di formazione su "Commercializzazione Turistica".
- (2014) Associazione Strada del Vino Erice DOC: attività di formazione nell'ambito dell'Executive Hotel. Management sui temi "Brand Reputation online": creazione e posizionamento "Web 2.0 e Mash-Up" e "Promo commercializzazione per Hotel".
- (2013-2014) Comune di Pula: attività di formazione Destination Social Media Marketing.
- (2013) Trient Consulting Group srl: attività di formazione per il personale interno "Fondamenti di marketing per la promozione delle città d'arte: il caso delle città di Bologna"



# Bruno Bertero

Destination Manager

**CONTACT ME**

## WORK EXPERIENCE

- (2013) Trentino School of Management: attività in merito alla redazione del vademecum per il personale front-line dei Punti Info.
- (2013) Accor Hospitality Italia srl: attività seminariale durante l'evento "Il Club Franchising Accor".
- (2013) Trentino School of Management: attività di formazione sul Prodotto turistico Family.
- (2013) Sincrotone: attività formativa sul tema "Event Management".
- (2012) Amministrazione Provinciale di Siena (Terre di Siena): attività formativa sul tema "Informazione e Accoglienza 2.0" on site.
- (2012) Trentino School of Management: attività formativa relativa al corso/progetto "fm.2012/2012.sm.t.infpoint,fassa".
- (2012) Provincia di Padova: servizio relativo all'organizzazione di n. 4 corsi in materia di turismo - Progetto "Padova 2.0".
- (2012) ENAIP FVG: attività formativa sul tema "Gestione Eventi".
- (2009) Provincia di Savona: servizio relativo al coordinamento e affiancamento operativo per la realizzazione del nuovo sistema turistico su web STL Italian Riviera.

## RESPONSABILE AREA

**Accoglienza, Informazione Turistica e**      Febbraio 2006 - Settembre 2008

**Animazione del Territorio**

**Agenzia Turismo Friuli Venezia Giulia - Codroipo - Udine**  
**Agenzia Regionale per lo Sviluppo del Turismo del Friuli Venezia Giulia**

Attività svolta in collaborazione professionale (febbraio 2006 - luglio 2006) e co.co.pro. (agosto 2006 - gennaio 2008).

Gestione della rete dei Punti di Informazione e 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).

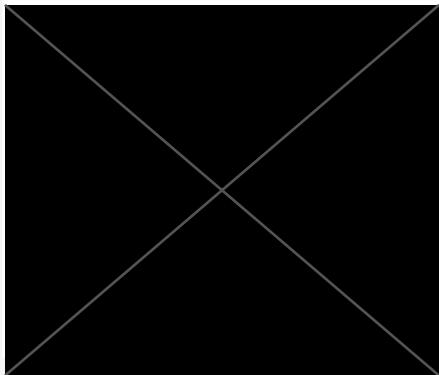
Gestione degli orari di lavoro e pianificazione.



# Bruno Bertero

Destination Manager

**CONTACT ME**



## WORK EXPERIENCE

Studio, redazione e messa in opera della Carta dei Servizi. Messa a sistema del Sistema Informativo, mediante adozione di idonee tecnologie (CRM). Esecuzione del layout interno e 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 e 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 prodotto dell'evento. Gestione del magazzino e del materiale assegnato.

### DIRETTORE DEL CONSORZIO

15 Aprile 2002 - 03 Febbraio 2006

**Turismovest**

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

Attività svolta in collaborazione professionale.

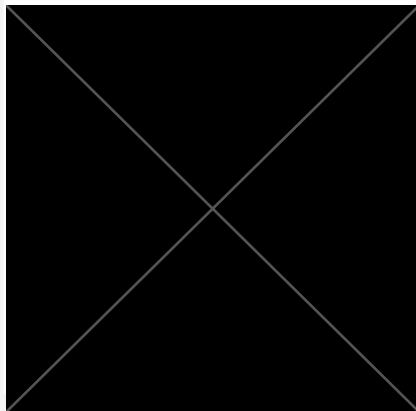
- Gestione del personale del Consorzio.
- Gestione dell'amministrazione del Consorzio.
- Ideazione, progettazione e consulenza per l'avvio e la messa in funzione del Consorzio.
- Studio per le potenzialità del Prodotto Turistico Rivoli
- Ideazione dei principali eventi Turistici della Città di Rivoli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



# Bruno Bertero

Destination Manager

**CONTACT ME**



## WORK EXPERIENCE

**RESPONSABILE delle Relazioni**  
con i Comuni dell'Area Metropolitana di Torino

31 luglio 1999 - 31 dicembre 2002

01 novembre 2004 - 28 febbraio 2005

**Turismo Torino**

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

Attività svolta 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 dei Comuni Consorziati di specifici piani di sviluppo, in particolare per i Comuni di: Carmagnola, Chieri, Poirino e Venaria.
- Responsabile della progettazione e gestione del "Road Show" anni 2011/2022.
- Coordinatore per conto della Provincia di Torino del progetto "Città di Charme".

**CONSULENTE**

2002 (Gennaio - Dicembre)

All'Assessorato Provinciale per la redazione dello  
studio "Turismo Scolastico nella Provincia di Torino"

**Provincia di Torino**  
Ente Pubblico

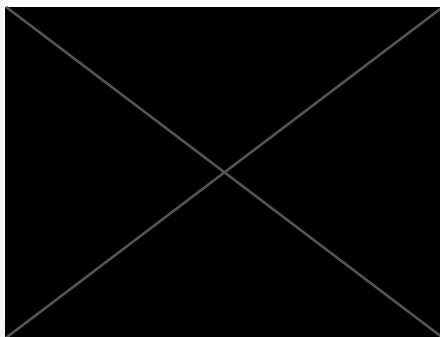
- Rappresentanza nei circuiti provinciali delle iniziative a favore dello sviluppo del turismo scolastico nella Provincia di Torino.
- Redazione di un Piano di Marketing per lo sviluppo del turismo scolastico in Provincia di Torino.
- Coordinamento e gestione del Tavolo Provinciale inerente al turismo scolastico.



# Bruno Bertero

## Destination Manager

**CONTACT ME**



### WORK EXPERIENCE

**CONSULENTE**  
Al Turismo della Città di Rivoli (TO)

Novembre 1998 - Dicembre 1999

**Comune di Rivoli (TO)**  
Ente Pubblico

- Rappresentanza nei Circuiti Provinciali: Città d'Arte a Porte Aperte, Rievocazioni storiche.
- Rappresentanza nei Circuiti Regionali: Residenze Reali, Circuito Rievocazioni Storiche Regionali.
- Coordinamento e Gestione eventi turistici locali

**PRESIDENTE del Consiglio di Amm.ne**

2002 (Gennaio - Dicembre)

**Cooperativa Memo - Torino (TO)**  
Cooperativa per la gestione di servizi turistici

Attività svolta in collaborazione professionale.

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

**RESPONSABILE di Filiale**

1985 - 1998

**Agenzia Immobiliare in franchising (TORINO)**

- Responsabile del personale addetto alla vendita.
- Venditore e acquirente.
- Responsabile della formazione del personale di agenzia.

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, attualmente residente a Alba (CN), 12051, Via G. Miroglia, 35 - cell. 337224124, 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.

BRUNO BERTERO



## VERBALE CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DEL 20 DICEMBRE 2024

Il giorno 20 dicembre 2024 alle ore 16.30, presso la sede dell'Ente Turismo sita ad Asti in Piazza Alfieri n.33 e online, si è riunito il Consiglio di Amministrazione.

Sono presenti i componenti del Consiglio di Amministrazione Sigg: Giovanna Quaglia (Presidente) in loco, Giuseppe Rossetto (Vicepresidente) da remoto, Roberto Passone (Consigliere) in loco, Gianfranco Baldi (Consigliere) in loco e Gianfranco Comaschi (Consigliere) da remoto.

Partecipa, in presenza, in qualità di invitato permanente il sig. Bruno Bertero (Direttore site-manager dell'Associazione).

Presiede la sig.ra Giovanna Quaglia. Viene nominata segretaria verbalizzante la sig.ra Giulia Pelassa che accetta, in qualità di dipendente dell'Associazione.

Vista la validità della seduta si passa ad esaminare l'ordine del giorno che prevede la discussione dei seguenti argomenti:

1. Aggiornamento avanzamento lavori per il Piano di Gestione
2. Aggiornamento piano finanziario dell'associazione e stato avanzamento delle rendicontazioni
3. Pratiche amministrative
4. Collaborazione con AlexaLa
5. Convocazione assemblea dei soci 2025
6. Rinnovo dell'incarico al direttore site-manager
7. Varie ed eventuali

La Presidente dichiara il presente Consiglio validamente riunito ai sensi dello Statuto e apre la seduta.

### OMISSIS

Al sesto punto all'ordine del giorno, la Presidente richiama l'attenzione dei presenti sulla necessità di procedere al rinnovo della nomina del Direttore Site-Manager, Bruno Bertero, quale soggetto referente del sito UNESCO "Paesaggi Vitivinicoli del Piemonte: Langhe-Roero e Monferrato" presso il Ministero della Cultura, nell'ambito delle disposizioni previste dalla Legge 77/2006. In qualità di legale rappresentante dell'Associazione, la Presidente propone pertanto di confermare l'incarico a Bruno Bertero come referente del sito, ai sensi dell'art. 2 della Circolare del Segretariato Generale n. 76/21, in quanto Direttore Site-Manager dell'Associazione, nominato dal Consiglio di Amministrazione in data 22/01/2024 con incarico esteso e valido fino al 01/01/2026. Dopo attenta valutazione, il Consiglio prende atto della proposta e approva all'unanimità il rinnovo della delega.



PAESAGGI VITIVINICOLI  
DEL PIEMONTE  
LANGHE ROERO  
E MONFERRATO



Il Direttore Bertero accetta l'incarico e chiede che sia verbalizzato che svolgerà tale ruolo a titolo gratuito.

---

## OMISSIS

---

Null'altro essendovi a deliberare, la riunione è sciolta alle ore 18.10.

Letto, approvato e sottoscritto.

La Segreteria  
Giulia Pelassa

La Presidente  
Giovanna Quaglia

Il sottoscritto BRUNO BERTERO nato il 04/02/1963, a TORINO (TO) con riferimento all'incarico di Direttore site-manager dell'Associazione per il Patrimonio dei Paesaggi Vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato, conferito in data 20 dicembre 2024, ai sensi dell'art. 20 del decreto legislativo dell'8 aprile 2013 n. 39, consapevole delle responsabilità penali in caso di dichiarazioni mendaci

**DICHIARA che**

- a) Non sussistono cause di inconferibilità ai sensi del medesimo decreto legislativo dell'8 aprile 2013 n.39
- b) Non sussistono cause di incompatibilità ai sensi del medesimo decreto legislativo dell'8 aprile 2013 n.39

Il sottoscritto si impegna altresì a comunicare tempestivamente eventuali variazioni del contenuto della presente dichiarazione.

Asti, 15 luglio 2025

F.to Bruno Bertero

**D.lgs. n. 33/2013, novellato dal D.lgs. n. 97/2016 recante “Revisione e semplificazione delle disposizioni in materia di prevenzione della corruzione, pubblicità e trasparenza, correttivo della legge 6 novembre 2012, n. 190 e del decreto legislativo 14 marzo 2013, n.33, ai sensi dell'articolo 7 della legge 7 agosto 2015, n. 124, in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche”**

**Dichiarazione ai sensi dell'art. 14 (“Obblighi di pubblicazione concernenti i titolari di incarichi politici, di amministrazione, di direzione o di governo e i titolari di incarichi dirigenziali)**

Il sottoscritto BRUNO BERTERO in qualità di DIRETTORE SITE-MANAGER dichiara altresì, ai sensi della lettera c), d) e della lettera e) del D.lgs. n. 33/2013, quanto segue:

**Art. 14, lettera c):**

- compensi di qualsiasi natura connessi all'assunzione della carica: NO
- gli importi di viaggi di servizio e missioni pagati con fondi pubblici: NO

**Art. 14, lettera d):**

*(barrare l'opzione che interessa)*

- di non ricoprire cariche presso enti pubblici o privati e di non ricoprire altri incarichi con oneri a carico della finanza pubblica;

X di ricoprire la seguente carica presso enti pubblici o privati (specificare)

- DIRETTORE GENERALE di ENTE TURISMO LANGHE MONFERRATO ROERO
- PRESIDENTE dell'Ass. ENOTECA REGIONALE COLLINE DEL MOSCATO D'ASTI

- oneri a carico della finanza pubblica \_\_\_\_\_

**Art. 14, lettera e):**

*(barrare l'opzione che interessa)*

X di non ricoprire altri eventuali incarichi con oneri a carico della finanza pubblica;

- di ricoprire altri eventuali incarichi con oneri a carico della finanza pubblica;  
indicazione dei compensi spettanti \_\_\_\_\_

Alba, 15/07/2025

F.to Bruno Bertero





CODICE FISCALE

## REDDITI

## QUADRO RN – Determinazione dell'IRPEF

QUADRO RN  
IRPEF

RN1	REDDITO COMPLESSIVO	Reddito di riferimento per agevolazioni fiscali	Credito per fondi comuni Credito art. 3 d.lgs.147/2015	Perdite compensabili con crediti di colonna 2	Reddito minimo da partecipazione in società non operative	5
		102.874,00	2 ,00	3 ,00	4 ,00	102.874,00
RN2	Deduzione per abitazione principale					,00
RN3	Oneri deducibili					,00

RN4 REDDITO IMPONIBILE (indicare zero se il risultato è negativo) 102.874,00

RN18	Residuo detrazione Start-up periodo d'imposta 2020	RN47, col. 1, Mod. Redditi 2023	Detrazione utilizzata		
		1 ,00	2 ,00		
RN19	Residuo detrazione Start-up periodo d'imposta 2021	RN47, col. 2, Mod. Redditi 2023	Detrazione utilizzata		
		1 ,00	2 ,00		
RN20	Residuo detrazione Start-up periodo d'imposta 2022	RN47, col. 3, Mod. Redditi 2023	Detrazione utilizzata		
		1 ,00	2 ,00		
RN21	Detrazione investimenti start up (Sez. VI del quadro RP)	RP80 col. 6	Detrazione utilizzata		
		1 ,00	2 ,00		
RN22	TOTALE DETRAZIONI D'IMPOSTA		943,00		
RN24	Crediti d'imposta che generano residui	Riacquisto prima casa Negoziazione e Arbitrato	Incremento occupazione Acquisto prima casa under 36	Reiniego anticipazioni fondi pensioni Contributo unificato	Mediazioni
		1 ,00 5 ,00	2 ,00 6 ,00	3 ,00 7 ,00	4 ,00 8 ,00
RN26	IMPOSTA NETTA (RN5 - RN22 - RN25; indicare zero se il risultato è negativo)				36.193,00
RN27	Credito d'imposta per altri immobili - Sisma Abruzzo				,00
RN28	Credito d'imposta per abitazione principale - Sisma Abruzzo				,00
RN29	Crediti d'imposta per redditi prodotti all'estero (di cui derivanti da imposte figurative)	1 ,00	2 ,00		
				Importo rata 2023	Total credito
				Cultura 1 ,00	2 ,00
					3 ,00
RN30	Credito imposta Scuola	5 ,00	6 ,00		Credito utilizzato
				Total credito	Credito utilizzato
				Videosorveglianza 7 ,00	8 ,00
RN31	Crediti residui per detrazioni incipienti				,00

**Modello di dichiarazione della situazione patrimoniale dei titolari di incarichi politici, di amministrazione, di direzione o di governo e dei titolari di incarichi dirigenziali- art. 14 d.lgs. 33/2013**

<b>I</b>	
<b>NOME</b> <b>BRUNO</b>	<b>COGNOME</b> <b>BERTERO</b>

**Dichiara di possedere quanto segue**

<b>II</b>			
<b>BENI IMMOBILI (TERRENI E FABBRICATI)</b>			
Natura del diritto (a)	Tipologia (indicare se fabbricato o terreno)	Quota di titolarità %	Italia/Esteri
<b>NON POSSIEDO TERRENI e/o FABBRICATI</b>			

a) Specificare se trattasi di proprietà, comproprietà, superficie, enfiteusi, usufrutto, uso, abitazione

<b>III</b>		
<b>BENI MOBILI ISCRITTI IN PUBBLICI REGISTRI</b>		
Tipologia – Indicare se Autovetture, aeromobile, imbarcazione da diporto	CV fiscali	Anno di immatricolazione
Autovettura	13	2024

<b>IV</b>			
<b>AZIONI E QUOTE DI PARTECIPAZIONE IN SOCIETA'</b>			
Denominazione della società (anche estera)	Tipologia (indicare se si posseggono quote o azioni)	n. di azioni	n. di quote
<b>NON NE POSSIEDO</b>			

<b>V</b>	
<b>ESERCIZIO DI FUNZIONI DI AMMINISTRATORE O DI SINDACO DI SOCIETÀ</b>	
Denominazione della società (anche estera)	Natura dell'incarico
<b>NULLA DA DICHIARARE</b>	

<b>VI</b>	
<b>TITOLARITA' DI IMPRESE</b>	
Denominazione dell'impresa	Qualifica
Ditta Bertero Bruno	Legale rappresentante

Sul mio onore affermo che la dichiarazione corrisponde al vero.

**Data**

Alba, 15/07/2025

**Firma del dichiarante**

F.to Bruno Bertero

**Modello di dichiarazione di negato consenso per il coniuge non separato e i parenti entro il 2° grado alla pubblicazione dei dati di cui all'art.14 del d.lgs. n.33/2013**

Io sottoscritto BRUNO BERTERO dichiaro che il mio coniuge ed i parenti entro il secondo grado non hanno consentito, com'è loro facoltà, alla pubblicazione dei dati reddituali e patrimoniali previsti dall'art.14 lett. f) del d.lgs. n. 33/2013.

Data

Alba, 15/07/2025

Firma del Dichiaraente

f.to Bruno Bertero