

Spett.le
REGIONE CAMPANIA

**Direzione Generale per le Politiche Culturali
e il Turismo**

c.a. Direttore Generale

Dott.ssa Rosanna Romano

dg.501200@pec.regione.campania.it

rosanna.romano@regione.campania.it

**Dirigente di Staff Supporto Tecnico Operati-
vo per la Promozione e Valorizzazione dei
Beni Culturali**

Dott.ssa Nadia Murolo

staff.501291@pec.regione.campania.it

nadia.murolo@regione.campania.it

SCABEC S.p.A
Prot. n. 680
del 05/03/2024
IN USCITA

**Oggetto: Progetto Campania>Artecard annualità 2024. Ricon-
tro VS nota prot. PG/2024/0116372 del 05.03.2024**

In riferimento alla nota in oggetto, Scabec trasmette le integra-
zioni richieste al Progettualità 2024 relativa a "Campa-
nia>Artecard"

Distinti saluti

D'ordine del Direttore Generale

Giuseppe Ariano

Direttore Marketing e Comunicazione

Il Responsabile Unico del Progetto

Piergiorgio Gambardella

Piergiorgio Gambardella



CAMPANIA>ARTECARD

1° Gennaio – 31 Dicembre 2024

Progetto

Indice

Premessa.....	3
1. Il Progetto e l'offerta campania>artecard 2024.....	3
2. I servizi per la gestione ordinaria.....	8
3. Il sistema di biglietteria.....	9
4. Il piano marketing e comunicazione.....	10
5. Monitoraggio	17
6. Tempi e Costi.....	19

PREMESSA

Voluto e promosso dalla Regione Campania, il progetto campania>artecard è stato ideato, sviluppato e realizzato sin dal 2002 dalla Scabec, che da allora ne cura l'evoluzione e l'attuazione.

Campania>artecard è la prima card turistica realizzata in Italia, che integra e mette a sistema gli ingressi museali e il trasporto pubblico.

Il pass campania>artecard rappresenta un valido sistema integrato musei–trasporti, nato con l'obiettivo di potenziare la fruizione del patrimonio culturale della Campania. Attraverso il pass, che offre servizi integrati e favorisce una più agevole e vantaggiosa visita del territorio regionale, i turisti e visitatori hanno la possibilità di scoprire il patrimonio artistico culturale campano, agevolando la fruizione dei servizi culturali e l'accessibilità ai luoghi, mentre gli operatori del settore hanno la possibilità di arricchire e migliorare l'esperienza del viaggio e del soggiorno per i turisti, italiani e stranieri, ai quali si rivolgono.

Inoltre, la diversificazione dell'offerta del sistema contribuisce a potenziare la valorizzazione culturale dell'intero territorio, favorendo anche la promozione di siti minori.

Campania>artecard, inoltre, costituisce un importante strumento di supporto alle azioni di promozione e valorizzazione del turismo culturale che la Regione Campania mette in campo partecipando alle fiere, a convegni specifici, etc.

L'integrazione con i trasporti pubblici ha costituito un valore aggiunto tale da farla diventare da subito un modello ampiamente seguito nella progettazione delle altre card turistiche, sia italiane che europee. L'importanza del sistema "Campania>artecard" è testimoniata anche dai riconoscimenti e citazioni ottenuti, quali il premio PA alla Regione Campania nel 2003 e la citazione in "Marketing del Turismo" di Philip Kotler nel 2007 e 2010.

1. IL PROGETTO E L'OFFERTA CAMPANIA>ARTECARD 2024

Il progetto Campania>artecard si basa sull'Accordo Operativo di Attuazione, firmato dalla Regione Campania e dalla Direzione Generale Musei del MiC. All'Accordo Operativo di Attuazione e alla sua validità si lega il Disciplinare Tecnico, firmato da Scabec, coordinatore-gestore del sistema per conto della Regione Campania, Polo Museale della Campania, Istituti Autonomi del MiBACT (oggi MiC) e Consorzio Unico Campania, con cui si definiscono modalità, termini e caratteristiche del prodotto Campania>artecard, nonché le tariffe da riconoscere ai

diversi siti del circuito Campania>artecard per i passaggi registrati con i pass e la gestione del Fondo di Compensazione. Questo documento è stato revisionato e rinnovato a settembre 2023.

La nuova offerta Campania>artecard si concretizza in versioni "turistiche" da 3 e 7 giorni e in due pass validi 365 giorni, 2 versioni di abbonamenti al patrimonio culturale rivolti principalmente ad un target residente che diventa turista del proprio territorio. La diversificazione dell'offerta del sistema contribuisce a potenziare la valorizzazione culturale dell'intero territorio, favorendo anche la promozione di siti minori. È uno strumento adattabile che può accogliere anche progetti di valorizzazione territoriale stagionali ed ampliati rispetto alla sola fruizione del patrimonio culturale, con eventi ed attività che completino l'offerta al pubblico. Si auspica che la Regione favorisca nei rapporti con il Ministero competente la centralità di campania>artecard nell'ambito delle politiche di bigliettazione tariffaria adottate dai singoli istituti museali, soprattutto in riferimento agli abbonamenti annuali adottati dagli istituti stessi.

Nel corso del 2024 si potranno implementare, compatibilmente alle risorse disponibili, alcune card territoriali, e la rete dell'offerta artecard sarà sempre in continua evoluzione, perché tenderà ad essere sempre più estesa ed inclusiva, secondo le indicazioni ricevute dalla Direzione delle politiche culturali della Campania.

Di seguito le tipologie ordinarie dei pass:

- ❖ **Napoli Artec card** – con la versione *giovani*
- ❖ **Regione 3 giorni** – con la versione *giovani*
- ❖ **Regione 7 giorni**
- ❖ **365 Abbonamento Gold**, con la versione *giovani*
- ❖ **365 Lite**, con la versione *giovani*

Oggi il sistema campania>artecard mette in rete circa 90 siti culturali con il sistema dei trasporti pubblici regionali, ma la rete dell'offerta campania>artecard si pone in un'ottica sempre inclusiva e tende a seguire le indicazioni ricevute dalla Direzione Generale per le politiche culturali e il Turismo della Campania.

Sono in corso le interlocuzioni con il Gran Cono del Vesuvio per rendere nuovamente accessibile il sito naturalistico anche per i possessori di Campania>artecard, che non vi potevano accedere a causa del mancato allineamento della nuova tecnologia di accesso installata ai varchi del cratere. Si evidenzia che, nei primi mesi del 2024, il Museo del Tesoro di San Gennaro, il Museo Archeologico Nazionale di Pontecagnano e il Museo Archeologico Nazionale del Sannio Caudino – Montesarchio hanno effettuato il suo ingresso nel circuito Artec card.

Nel corso del 2024, per far fronte alle continue modifiche dello scenario turistico-culturale e, contemporaneamente, per delineare un'offerta coerente con la nuova domanda di mercato, si lavorerà per arricchire l'offerta con dei pass tematici dedicati ai progetti gestiti da Scabec o a un determinato territorio. A mero titolo esemplificativo si annoverano:

- Il pass dedicato al Vesuvio, un progetto sperimentale che includerà non solo alcuni tra i principali siti culturali dei 13 comuni del Parco Nazionale del Vesuvio ma anche alcune esperienze turistiche/culturali da vivere sul territorio (es. percorsi enogastronomici, bike trekking, tour guidati, ecc.)
- il BSB pass che metterà in rete tutti i borghi coinvolti nel progetto "Borghi Salute e Benessere", offrendo esperienze culturali quali accessi museali, percorsi degustativi, scontistiche riservate in strutture alberghiere, partnership con privati e prezzi dedicati per partecipare agli eventi programmati da Scabec
- Ischia pass che metterà in rete i principali siti culturali di Ischia (Castello Aragonese, Museo Pitheculae, Museo La Mortella, ecc.) abbinati a un'ipotetica scontistica sul trasporto pubblico locale e su alcune esperienze turistico-culturali da vivere sull'isola
- Caserta pass che metterà in rete i principali siti culturali del territorio casertano (es. Caserta Vecchia, Reggia di Caserta, Reggia di Carditello, San Leucio, ecc.) con alcune esperienze turistico-culturali da vivere sul territorio

In aggiunta, si continuerà a lavorare per favorire l'ingresso di altri siti culturali all'interno del circuito Campania>artecard al fine di integrare e arricchire l'offerta (es. Museo Diocesano San Matteo, Museo del Tesoro di San Gennaro, ecc.). Infine, sfruttando la possibilità di creare un codice che garantisca all'utente un piccolo sconto sull'acquisto online di alcuni pass, si lavorerà per stringere degli accordi di partnership sia con alcuni luoghi della cultura del territorio (es. teatri) sia con alcuni referenti strategici del comparto (es. strutture ricettive, vettori di trasporto, ecc.) che garantiscano visibilità al pass e che, al contempo, offrano un codice sconto realizzato ad hoc per l'utenza.

Si riporta di seguito l'elenco dei siti inclusi nell'offerta Campania>artecard:

Napoli e Provincia

1. Museo Archeologico Nazionale di Napoli

2. MADRE - Museo d'arte contemporanea Donnaregina
3. Museo Duca di Martina
4. Museo Nazionale di Capodimonte
5. Museo Pignatelli Cortes
6. Museo Civico Castel Nuovo
7. Museo Civico Gaetano Filangieri
8. Museo del Tessile e dell'Abbigliamento Elena Aldobrandini (sito in scontistica)
9. Museo Diocesano di Napoli
10. Museo Hermann Nitsch (sito in scontistica)
11. Certosa e Museo di San Martino
12. Museo del Corallo Ascione
13. Complesso Monumentale di S. Maria La Nova
14. Complesso Monumentale San Lorenzo Maggiore (sito in scontistica)
15. Complesso Museale Santa Maria delle Anime del Purgatorio ad Arco (sito in scontistica)
16. Complesso Monumentale S. Anna dei Lombardi
17. Città della Scienza (sito in scontistica)
18. Catacombe di Napoli - San Gennaro e San Gaudioso (in scontistica)
19. Palazzo Reale
20. Castel Sant'Elmo
21. Napoli Sotterranea (sito in scontistica)
22. Gallerie d'Italia - Palazzo Zevallos Stigliano
23. MuSA - Museo degli Strumenti Astronomici (sito in scontistica)
24. Pio Monte della Misericordia (sito in scontistica)
25. Galleria Borbonica (sito in scontistica)
26. Fondazione PLART - Plastiche e Arte
27. Museo ARCA - Arte Religiosa Contemporanea
28. Centro Musei delle Scienze Naturali e Fisiche (sito in scontistica)
29. Parco Archeologico - Ambientale del Pausilypon (sito in scontistica)
30. Area Marina Protetta Parco Sommerso Gaiola (sito in scontistica)
31. Basilica di Santa Restituta nel Duomo di Napoli
32. Ospedale delle Bambole (sito in scontistica)
33. Museo Nazionale Ferroviario di Pietrarsa (sito in scontistica)
34. Museo CAM_Casoria Contemporary Art Museum (sito in scontistica)
35. Villa Arbusto - Ischia (sito in scontistica)
36. ilCartastorie | Museo dell'Archivio Storico del Banco di Napoli
37. Puteoli Sacra - rione terra (in scontistica)
38. Museo del Tesoro di San Gennaro

Campi Flegrei

1. Museo Archeologico dei Campi Flegrei e Castello di Baia
2. Parco Archeologico di Baia
3. Anfiteatro Flavio
4. Parco Archeologico di Cuma
5. Vulcano Solfatara (sito in scontistica, momentaneamente sospeso per il sussistere di indagini giudiziarie)

Area Vesuviana

1. Parco Archeologico di Pompei
2. Parco Archeologico di Ercolano
3. Scavi di Oplontis
4. Scavi di Stabia (Villa San Marco, Villa Arianna)
5. Scavi di Boscoreale ed Antiquarium

6. MAV – Museo Archeologico Virtuale
7. Gran Cono del Vesuvio (dal mese di Giugno 2020, momentaneamente sospeso)
8. Villa Campolieto

Sorrento

1. Museo Correale di Terranova (sito in scontistica)
2. Museobottega della Tarsialigna – Muta (sito in scontistica)

Caserta e Antica Capua

1. Reggia di Caserta
2. Museo Archeologico dell'Antica Capua
3. Museo dei Gladiatori
4. Anfiteatro Campano
5. Mitreo
6. Museo Provinciale Campano di Capua (sito in scontistica)
7. Real Sito di Carditello

Salerno e Cilento

1. Museo e Parco Archeologico di Paestum
2. Parco Archeologico di Paestum
3. Certosa San Lorenzo – Padula
4. Grotte Pertosa-Auletta
5. Sito di Scavi del Monastero della Santissima Trinità
6. Complesso Monumentale di Villa Rufolo
7. Museo del Duomo di Ravello
8. Auditorium "Oscar Niemeyer"
9. Grotte di Castelcivita (sito in scontistica)
10. Museo Archeologico Nazionale "Marcello Gigante" – Buccino
11. Casa museo "Joe Petrosino"
12. Battistero San Giovanni in Fonte
13. Museo Civico Multimediale di Padula
14. Museo Diocesano di Salerno
15. Museo Logos (in scontistica)

Benevento

1. Area Archeologica del Teatro Romano di Benevento
2. Hortus Conclusus
3. Area Archeologica Arco del Sacramento
4. Museo Diocesano e percorso archeologico Ipogeo
5. Museo del Sannio
6. Museo Arcos
7. Museo dell'Arco di Traiano
8. Museo Paleo-Lab di Pietraroja

Avellino

Museo Abbaziale di Montevergine

2. I SERVIZI PER LA GESTIONE ORDINARIA

Il funzionamento del sistema Campania>artecard si basa sulla realizzazione di un insieme di servizi e di attività, in parte internalizzati dal 2020, che garantiscono il corretto funzionamento dell'integrazione tariffaria, dell'accesso ai siti del circuito e delle azioni di promozione e comunicazione.

Il processo di smaterializzazione e digitalizzazione del prodotto Campania>artecard, iniziato nel 2019 nell'ambito del progetto di digitalizzazione della Regione Campania, Progetto ARCCA - ARchitettura della Conoscenza Campana, si è concretizzato negli anni a seguire con l'integrazione tra la Piattaforma ARCCA, ambiente digitale sviluppato con tecnologie innovative, e la Piattaforma digitale SVR dedicata al sistema di biglietteria Artec card.

Il processo di digitalizzazione ha restituito una piattaforma SVR su cui, a partire dal 1° Luglio 2020, è incominciata la vendita dei pass, inizialmente della tipologia senza trasporti per il mancato allineamento dell'infrastruttura tecnologica installata sui vettori di trasporto e, dal mese di giugno 2021, anche dei pass smaterializzati comprensivi dei trasporti. La nuova piattaforma prevede un sistema di controllo accessi presso le biglietterie integrate dei vari siti del circuito attraverso l'utilizzo di un device, tablet, su cui è installata una app di controlleria. L'implementazione di nuove funzionalità ha restituito oggi una piattaforma che permette di vendere, oltre i pass Campania>Artec card, anche abbonamenti ad eventi.

La gestione, il funzionamento e la manutenzione dell'infrastruttura tecnologica realizzata a supporto di Smart Artec card vengono garantiti dalla Scabec, attraverso il CRED regionale.

Si evidenzia che a seguito delle interlocuzioni con le Direzioni di riferimento la Scabec non si occuperà più del Disaster Recovery della SVR, che resterà di gestione dell'Ufficio Speciale per la crescita e la transizione digitale 60.11.00, bensì si occuperà solo della manutenzione evolutiva per far fronte alle esigenze di adattamento della piattaforma alle miglione dell'offerta Campania>Artec card.

Si descrivono di seguito i servizi che vengono garantiti nell'ambito dell'ordinaria gestione del sistema Campania>Artec card e che vengono poi incrementati in funzione delle azioni di valorizzazione previste dai singoli progetti che eventualmente si "poggiano" sulla piattaforma integrata Campania>Artec card.

3. IL SISTEMA DI BIGLIETTERIA

Il sistema di biglietteria, a seguito dello sviluppo di innovazioni tecnologiche, è gestito a partire dal 01 luglio 2020 internamente alla società tramite la piattaforma digitale SVR.

La generazione di tutti i pass campania>artecard avviene sulla piattaforma digitale mediante un QRcode identificativo di ogni pass: l'acquisto di una campania>artecard "digitale" da parte di un utente profilato sul sito web www.campaniartecard.it, nasce e si perfeziona esclusivamente online (sul sito Campania>artecard o tramite App, disponibile gratuitamente per iOS e Android), mentre l'acquisto di una campania>artecard su supporto fisico avviene invece presso un rivenditore Artec card autorizzato.

Il sistema di biglietteria, inoltre, mette in circolazione e rende fruibili pass oggetto di offerte promozionali associati a codici sconto di volta in volta creati ad hoc.

Il sistema di biglietteria campania>artecard prevede non solo l'attività di produzione dei pass e di generazione dei codici QRcode, ma più in generale l'amministrazione dell'intera piattaforma. Il sistema di biglietteria campania>artecard viene garantito attraverso un servizio che prevede mansioni sia tecnico-informatiche che amministrative, con l'impiego di personale altamente qualificato, che si esplicano – a titolo esemplificativo - nelle seguenti attività:

- Generazione delle card (QRcode), associazione delle stesse a rivenditori/punti vendita/rivenditori-attrattori, autorizzazione del processo di stampa;
- Stampa delle card su supporto cartaceo e distribuzione delle stesse presso i punti vendita del circuito Campania>artecard. Al momento la rete vendita di Campania>artecard conta oltre 50 punti vendita suddivisi in ticket point, operatori virtuali, agenzie di viaggi, biglietterie digitali, etc.
- Assistenza amministrativa per la rendicontazione e ripartizione degli introiti da biglietteria;
- Assistenza tecnica alle biglietterie e ai rivenditori autorizzati, con numero telefonico e indirizzo di posta elettronica dedicati;
- Archiviazione dei dati di distribuzione e fruizione.

Tutti i soggetti coinvolti nella rete di vendita delle card versano periodicamente gli introiti derivanti dalla vendita delle stesse alla Scabec, la quale ripartisce gli incassi ai soggetti cui spettano gli introiti, fungendo da tesoriere per il cosiddetto Fondo di Compensazione gestito dal MiC.

Le quote relative ad economie derivanti dal mancato utilizzo di tutta la quota spettante ai musei - predeterminato nell'80% dell'intera economia per i siti statali e nel 20% per quelli non statali – sia per le card ordinarie sia per quelle giovani, confluiscono in un fondo di compensazione (f.d.c.).

Il fondo di compensazione è al netto anche di eventuali disavanzi derivanti dall'utilizzo delle card delle tipologie 365 che vanno compensati dalle economie di gestione. Per la parte spettante ai siti statali, il fondo di compensazione viene così ripartito: il 30% resta nella disponibilità della

Regione per la gestione ordinaria delle card e le compensazioni per i trasporti; il 70% resta nella disponibilità del MiC per interventi di valorizzazione, promozione dei siti/musei statali inseriti nei circuiti Campania>artecard (secondo le modalità stabilite dal Tavolo di Concertazione)".

La Scabec comunica al Tavolo di Concertazione e al Tavolo tecnico regionale, con cadenza semestrale e precisamente al 30 giugno e al 31 dicembre, i dati relativi alle card con l'indicazione degli introiti che vanno a costituire il f.d.c.. Detti dati dovranno essere trasmessi entro i primi 5 giorni del mese successivo al semestre di riferimento.

Per le Card 365 il calcolo effettuato al 30 giugno fa riferimento alle card attivate nel secondo trimestre dell'anno precedente.

A fronte di un'analisi di marketing e della necessità di efficientare alcuni processi legati alla gestione della piattaforma Artec card, per apportare delle migliorie tecniche e offrire un miglioramento nell'esperienza dell'utente finale si provvederà a collaborare con la società che ha realizzato il sistema di biglietteria (AlmaViva) per eseguire una serie di interventi relativi alla gestione del clearing, ai rimborsi e al processo di produzione dei pass.

A seguito dell'analisi dei dati vendita del 2023 è stato riscontrato che circa il 60% degli utenti non ha scelto il portale online per l'acquisto; la preferenza di una card "cartacea", soprattutto per quanto concerne l'offerta con trasporti, è stata registrata anche a seguito di molte richieste che sono giunte tramite i canali di customer service di Campania>artecard (es. e-mail, whatsapp, messenger, ecc.). Pertanto, nel corso dell'anno, assieme a UnicoCampania sarà predisposta una stampa di pass con trasporto che, successivamente, saranno condivisi con la rete vendita.

4. IL PIANO MARKETING E COMUNICAZIONE

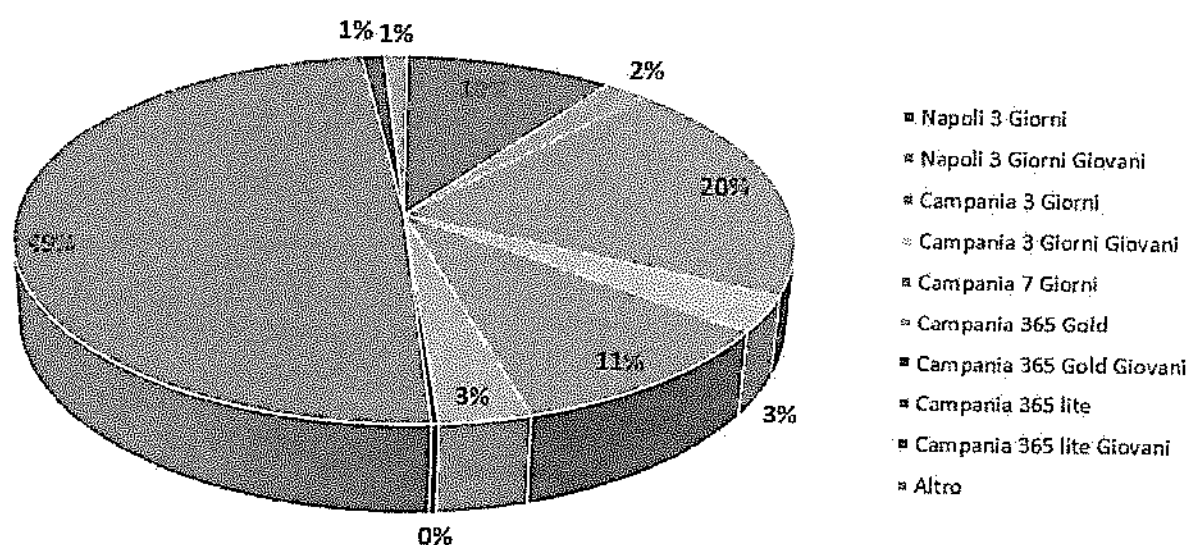
Il 2023 ha confermato, in termini di affluenze e di andamento delle vendite di Artec card, il trend dei flussi turistici in Campania degli ultimi mesi che sono stati fotografati da uno studio di Svimez, associazione per lo Sviluppo dell'industria e del Mezzogiorno, denominato "Il turismo in Campania". Secondo quanto incluso nel documento, infatti, la Campania è stata la regione del Sud Italia più visitata nel 2022: 18 milioni di persone provenienti da tutto il mondo. Un flusso che, come riporta la ricerca e come ha confermato l'Assessorato al Turismo della Regione Campania, è addirittura rafforzato nel 2023, con una netta ripresa registrata a Napoli e in Campania dopo i tempi bui del Covid 19.

VENDITA 2023

A conferma della ripresa registrata nel 2023 rispetto agli anni segnati dalla pandemia, in totale sono state vendute circa **135.000 Campania>artecard**, una cifra che si traduce in un aumento di

oltre il 100% rispetto alle vendite dell'anno precedente. Nel 2023 il mese di novembre è stato quello caratterizzato dalla vendita più significativa con oltre 35.000 pass venduti. Il pass più venduto è la Campania 365 lite adulti (49%); al secondo posto la Campania 3 Giorni Adulti (20%) e a seguire la Campania 7 Giorni (11%).

Vendite Artec card 2023



OBIETTIVI 2024

Pertanto, alla luce dello scenario analizzato, sono stati individuati due gruppi di obiettivi:

Qualitativi - Posizionamento e reputazione

- ✓ Continuare a supportare il comparto museale nella promozione del patrimonio culturale
- ✓ Offrire una cultural experience dedicata al target turistico
- ✓ Aumentare la brand awareness del pass nei confronti di un pubblico locale

Quantitativi e di offerta

- ✓ Integrare alcune offerte campania>artecard rispetto al cambiamento dello scenario economico
- ✓ Inserire nuovi siti culturali all'interno dell'offerta campania>artecard
- ✓ Efficientare la rete vendita
- ✓ Allacciare partnership con stakeholder di rilievo
- ✓ Implementare il primo flagship store
- ✓ Azioni di co-marketing
- ✓ Social engagement

STRATEGIA

Con l'obiettivo di promuovere campania>artecard a un pubblico sempre più ampio e in maniera sempre più mirata, in termini di Paesi di provenienza, di fasce d'età e di interessi, nel corso del 2024 verrà delineata e implementata una strategia coordinata che coinvolgerà l'utilizzo di diversi canali. Nel corso dell'anno, infatti, verranno attivate azioni di comunicazione online, offline, b2b, di media relations, di stakeholder engagement, di social e digital educational. In tal senso, alla luce dello scenario di ripresa, la strategia di marketing e comunicazione che sarà implementata vedrà l'investimento di risorse significative in attività digitali. Tra queste, a) storytelling 2.0: la narrazione realizzata tramite il sito web e i profili social per raccontare il prodotto, sviluppare lo scenario, stimolare il bisogno e creare fiducia; b) influencer marketing: il coinvolgimento di testate digitali di riferimento e opinion leader, tra cui blogger, instagramers e youtubers che, attraverso la condivisione di contenuti con la propria fanbase, incidono in maniera significativa sulla visibilità di un prodotto, sulle azioni dei followers e sulle loro decisioni di acquisto; c) Adv: l'attivazione di campagne social di primo livello che prevedono la promozione di contenuti su base sociodemografica, con geolocalizzazione, in riferimento ad alcuni interessi e a gruppi di appartenenza con pianificazione organica; d) stakeholder engagement: l'individuazione di partner strategici in termini di canali di vendita, portali informativi, testate trade, aziende private e pubblici di riferimento. A integrazione del piano digitale, una serie di attività offline verrà implementata allo scopo di realizzare gli obiettivi proposti. Tra queste, le principali saranno: 1) Ampliamento del circuito dei siti culturali che fanno parte dell'offerta campania>artecard e stipula convenzione temporanea con strutture ed eventi; 2) Produzione di materiale promozionale dedicato al prodotto da distribuire tramite punti vendita, infopoint, agenzie turistiche, alberghi, luoghi della

cultura, ecc; 3) Accordi di collaborazione con gruppi editoriali specializzati nel settore turistico e della valorizzazione dei beni culturali; 4) Coordinamento tra il brand Campania>artecard e i vari progetti che saranno promossi da Scabec nel corso dell'anno (es. Estate da Re, Campania By Night, Open Art, ecc); 5) Attività di co-marketing con partner pubblici e privati finalizzate alla presentazione di campagne speciali durante alcuni periodi strategici dell'anno (es. Pasqua, Natale, ecc.); 6) Ampliamento e integrazione dei partner commerciali inseriti nella rete vendita; 7) Attività di merchandising dedicata al pass e, più in generale, al patrimonio culturale della Campania; 8) Potenziamento dell'Infopoint Artec card di Piazza del Gesù.

ATTIVITÀ 2024

La strategia di comunicazione delineata sarà finalizzata alla promozione di Campania>artecard a target differenti di viaggiatori, turisti, cittadini italiani e residenti campani mediante diverse tipologie di attività, tra cui:

- **Brand Awareness**

accrescere la notorietà di Campania>artecard tramite azioni di brand positioning che aumentino la reputazione del marchio nei confronti di un pubblico straniero e locale

- **Direct Marketing**

realizzazione di prodotti promozionali realizzati ad hoc per un target specifico (es. video, pubblicità su testate giornalistiche, invio di Newsletter dedicate, ecc.)

- **Social e Digital Engagement**

gestione e sviluppo delle pagine social dedicate al pass, aggiornamento sito internet, avvio campagne pubblicitarie, partecipazione a fiere del settore turistico, ecc.

- **Stakeholder relations**

avvio di collaborazioni con i principali operatori del mercato di riferimento e altri progetti culturali della regione Campania

- **Marketing Promotion**

rimodulazione dell'offerta di alcuni pass a seguito di studi di marketing e analisi di settore

- **Brand awareness Campania>artecard**

Promuovere campania>artecard presso alcuni dei punti strategici della regione - in termini di visibilità e di affluenza turistica - attivando una serie di campagne brand awareness presso alcuni dei seguenti punti:

- ❖ / Stazione ferroviaria
- ❖ / Metropolitane
- ❖ / Porto
- ❖ / Siti culturali

➤ **Campania>artecard trasporti**

Circa il 35% dei pass venduti nel 2023 sono dotati di trasporto; alla luce di questa tendenza di mercato, nel corso dell'anno si cercherà di promuovere qualche progetto speciale che includa la brandizzazione di alcune location e/o mezzi di trasporto in target con l'offerta. Ad esempio, si cercherà di valutare la possibilità di brandizzare spazi all'interno dell'Alibus (la navetta che collega porto, aeroporto e stazione della città di Napoli).

➤ **Store Campania>artecard**

A seguito di un accordo con l'Agenzia Regionale per La Promozione del Turismo della Regione Campania si continuerà a gestire l'**Artecard Flagship Store** al centro di Napoli (Piazza del Gesù); all'interno della struttura, infatti, il personale incaricato continuerà a supportare lo staff dell'Agenzia tramite la fornitura dei seguenti servizi:

- ❖ Infopoint
- ❖ Vendita al pubblico
- ❖ Punto distribuzione
- ❖ Consegna materiali e gadget
- ❖ Promozione
- ❖ Customer care

In circa **3 mesi** di apertura (dal 4 settembre al 31 dicembre 2023), lo **Store Artecard** ha venduto oltre **1.000 pass**, la media di oltre **10 pass** al giorno.

A seguito di questi buoni risultati, nel corso dell'anno si cercherà, in collaborazione con l'Agenzia, di effettuare degli interventi di manutenzione finalizzati a ottimizzare la brandizzazione e a offrire un servizio sempre più integrato.

➤ **Merchandising Artecard**

Nel 2024 si continuerà a realizzare una linea di **gadget brandizzati Artec card** da commercializzare e distribuire, unitamente al pass, attraverso i canali di vendita di Scabec (online e fisici). Nel corso degli anni pregressi, infatti, sono stati avviati alcuni progetti di co-marketing con delle aziende operanti in settore diversi da quello dei beni culturali (es. Gay-Odin, Dal Negro, Rubik, ecc.). La vendita del pass tramite la realizzazione di prodotti ad hoc con i partner (Uovo di Pasqua Artec card, Mercante in Fiera dedicato al patrimonio culturale della Campania, cubo di Rubik brandizzato Artec card, Tombola dell'Arte, ecc.) ha ottenuto un buon riscontro in termini di vendita.

➤ **Fiere di settore**

Uno stand informativo e promozionale dedicato a **campania>artecard** verrà previsto in alcune tra le principali fiere internazionali dedicate al settore turistico; in collaborazione con la Regione si cercherà di presentare l'offerta Artec card durante alcuni eventi internazionali quali:

- WTM di Londra
- ITB di Berlino
- BMTA di Paestum
- BMT di Napoli
- Ulisse Fest di Ancona

➤ **Eventi Internazionali**

Con l'obiettivo di arrivare a pubblici in target e, contemporaneamente, di sfruttare la potenzialità di alcune iniziative che hanno un'eco mediatica internazionale, si lavorerà a stringere accordi di co-marketing con alcune iniziative degne di nota (es. Giro d'Italia) al fine di garantire una buona visibilità al pass.

➤ **Convenzioni Mostre**

Una volta che saranno individuate delle mostre d'arte d'interesse o degli eventi in target con Artec card (es. mostra Degas a Napoli) si procederà alla stipula di un accordo che preveda la possibilità per il possessore Artec card di beneficiare di uno sconto sull'ingresso.

➤ **Live Experience Campania>artecard**

Implementare la sezione "Live Experience" del sito Artec card, pagina che presenta agli utenti l'ampia offerta del territorio campano, includendo esperienze da vivere in prima persona. Itinerari esclusivi, eventi speciali, aperture straordinarie, anteprime alle mostre più prestigiose in programma e visite organizzate ad hoc: grazie a **campania>artecard** si accede ad un vero e

proprio club della cultura che offre visite guidate dedicate, inviti riservati a iniziative artistiche e agevolazioni di accesso alla cultura. Un focus particolare sarà dedicato ad Ischia e ai suoi patrimoni culturali che avranno bisogno di un rilancio rispetto agli ultimi accadimenti relativi all'alluvione degli scorsi mesi.

➤ **Attività digitali**

Promuovere una strategia di comunicazione social media volta a proseguire il racconto dell'offerta di Campania>artecard in un momento in cui la mobilità è ridotta. All'interno di questo scenario si inseriscono alcuni progetti nativi digitali che propongono visite virtuali all'interno dei musei che fanno parte del circuito. Grazie all'ausilio del web, infatti, gli utenti potranno continuare a usufruire del patrimonio culturale locale tramite interviste mirate su testate online, iniziative social, brand journalism e media tour.

➤ **Ricerca partnership**

Tramite regolare manifestazione d'interesse saranno individuati degli stakeholder (aziende private o soggetti pubblici) in target con la mission di Campania>artecard; obiettivo dell'iniziativa sarà quello di delineare e realizzare un piano di attività finalizzato all'ampliamento dei canali di comunicazione e a organizzare iniziative ad hoc per promuovere in maniera strategica il pass.

➤ **Media Educational**

Avviare una proficua collaborazione con i principali protagonisti del mondo della stampa, sia specializzata che laica, ospitando giornalisti/reporter/influencer sul territorio al fine di organizzare dei press tour presso alcuni dei siti culturali del territorio. L'attività sarà finalizzata alla realizzazione di contenuti speciali da diffondere tramite i canali gestiti da alcuni partner strategici (Lonely Planet, Repubblica Viaggi, Dove, Kilimangiaro, ecc.).

➤ **Rete vendita**

Al momento la rete vendita di Campania>artecard conta di oltre 50 punti vendita suddivisi in ticket point, operatori virtuali, agenzie di viaggi, biglietterie digitali, ecc.

Nel corso dell'anno si lavorerà per ottimizzare e implementare i canali commerciali tramite una strategia che contempli il cambiamento dello scenario attuale. Nel 2024, per esempio, si procederà a lavorare in partnership con progetti collaterali (es. Campania Teatro Festival) per coinvolgere delle attività strategiche. In aggiunta, si lavorerà per incrementare la lista dei partner digitali d'interesse. Tra questi ultimi, infatti, verranno attivati alcuni player digitali in grado di coprire fette di mercato internazionale.

➤ **Nuova app**

Per migliorare ulteriormente l'esperienza degli utenti e al fine di trasformare maggiormente il pass in una piattaforma di conoscenza del patrimonio culturale campano, si avvierà un restyling dell'App che integrerà non solo l'acquisto e l'uso del pass ma che consentirà di avere a portata di mano info, sconti, itinerari e live news.

➤ **Pass d'autore**

Durante la fase di stampa delle card si lavorerà per coinvolgere alcuni artisti/fumettisti al fine di realizzare delle edizioni grafiche dei pass a tiratura limitata che saranno supportati da una campagna di comunicazione dedicata e che avranno come obiettivo quello di stimolare l'acquisto della card fisica grazie a un supporto fisico da collezione.

➤ **Brand partnership**

Tramite una manifestazione d'interesse dedicata si cercherà di raccogliere l'interesse di brand operanti in diversi settori per promuovere delle attività di co-marketing dedicate ad aumentare la visibilità e, di riflesso, le vendite del pass.

5. MONITORAGGIO

Nell'internalizzazione della gestione campania>artecard, il monitoraggio dei dati di fruizione e di vendita sta rivestendo un ruolo sempre più fondamentale, sia per valutare il livello di qualità dei servizi erogati, sia per controllare il flusso generato dalla vendita delle card, dalla ripartizione economica ai siti, dal fondo di compensazione.

L'analisi dei dati concernenti le dinamiche di vendita e la fruizione degli attrattori culturali inseriti nel circuito campania>artecard, a seguito dell'internalizzazione del servizio, si fonda principalmente sull'estrapolazione e l'elaborazione di valori statistici, matematici e finanziari derivanti dalla piattaforma digitale SVR, che integra e interconnette gli accessi museali in modalità gratuita e un nuovo modello di vendita on line snello e veloce. La Scabec provvede ad avere costantemente aggiornate le statistiche di vendita e di fruizione del sistema campania>artecard.

La piattaforma digitale permette di consultare in maniera costante ed istantanea una considerevole ricco database, garantendo così un'attività continua di monitoraggio e controllo

delle informazioni, elaborando prospetti riepilogativi variegati e multiformi, calibrati sulla base di scadenze temporali giornaliere, settimanali e mensili.

Per quanto riguarda l'analisi degli ingressi museali in modalità gratuita, va sottolineato che è possibile tracciare il percorso di visita intrapreso dal turista secondo le varie tipologie di offerta culturale contemplate dalle singole card e in funzione del periodo di validità.

Si fotografano passaggi avvenuti negli attrattori culturali più rinomati e conosciuti del panorama regionale e accessi registrati nei siti culturali "minori".

La registrazione degli accessi gratuiti sulla piattaforma digitale SRV permette di analizzare i prospetti riepilogativi delle presenze nei circuiti maggiormente visitati e in quelli meno battuti. I dati riportano seriale e PNR della card, data di accesso giornaliero, data di primo accesso, data di fine offerta, specificazione di accesso consentito o negato, gruppo di siti visitabili, sito di accesso, sito minicircuito, numero accessi minicircuito. Tali indicazioni sono suddivise per tipologia di offerta culturale, comprendente anche eventuali finestre promozionali attive. Attraverso l'analisi del seriale e del PNR associato ad ogni tipologia di card possono essere, inoltre, rilevati taluni accessi non consentiti a causa della scadenza del termine di utilizzo della card e, in secondo luogo, potenziali accessi istantanei per singola card riportati a causa di un errore di digitazione dell'operatore di biglietteria.

Ogni operatore di biglietteria presso i vari attrattori culturali rientranti nel circuito ha la possibilità di gestire da remoto un'attività di reporting degli ingressi in modalità gratuita registrati direttamente sul proprio tablet, concesso in comodato d'uso dalla Scabec.

Per quanto attiene la sfera della vendita delle card va sottolineato che, attraverso la piattaforma digitale SVR, si possono estrapolare prospetti riepilogativi, che raggruppano una molteplicità di dati: giorno di vendita, intervallo di riferimento, tipo di dispositivo utilizzato per la gestione della vendita, tipo di supporto considerato (card profilata, card non profilata, ticketless, ticketless non profilato).

Le tabelle statistiche attualmente disponibili consentono di effettuare ricerche di vendita suddivise per tipologia di offerta, mese di riferimento, anno di riferimento, punti vendita o rivendite autorizzate ad operare nel circuito campania>artecard.

6. TEMPI E COSTI

Il piano di spesa per la realizzazione di attività relative alla gestione ordinaria campania>artecard con riferimento alle attività indicate della presente proposta ed al periodo 1° Gennaio– 31 Dicembre 2024, è stato formulato in funzione dell'importo stanziato sul pertinente capitolo di spesa del Bilancio gestionale della Regione Campania 2024-2026, approvato con DGR n. 3 del 10/01/2024 pubblicata sul BURC n. 6 del 15/01/2024, della somma di euro 512.569,22 euro lordi, come di seguito dettagliato.

CAMPANIA>ARTECARD			
PIANO ECONOMICO 2024			
	SERVIZI ED ATTIVITA'	IMPORTO	AFFIDAMENTI
1	BIGLIETTERIA		
1.a	Amministratore di Sistema	€ 28.000,00	Personale interno
1.b	Amministrazione economico-finanziaria	€ 32.000,00	Personale interno
1.c	Servizio assistenza siti	€ 24.000,00	Personale interno
1.d	Acquisto attrezzature hardware	€ 2.000,00	Fornitura esterna-ricerca di mercato
	Canoni tablet e sim dati	€ 8.000,00	Fornitura esterna-ricerca di mercato
1.e	Implementazione piattaforma biglietteria SVR + evolutive	€ 20.000,00	Fornitura esterna/Affidamento Consip
1.f	Servizio stampa e distribuzione Pass	€ 4.000,00	Fornitura esterna-ricerca di mercato
2	COMUNICAZIONE E MARKETING		
2.a	PERSONALE		
	Personale Comunicazione	€ 90.000,00	Personale interno
	Direzione Comunicazione	€ 25.000,00	Personale interno
2.b	ATTIVITA' DI MARKETING		
	Branding /posizionamento	€ 20.000,00	Fornitura esterna-ricerca di mercato
	web marketing	€ 15.000,00	Fornitura esterna-ricerca di mercato
	Trasferte e missioni	€ 5.000,00	Fornitura esterna-ricerca di mercato
2.c	ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE		
	Offline	€ 21.000,00	Fornitura esterna-ricerca di mercato
	Online	€ 20.000,00	Fornitura esterna-ricerca di mercato
	customer care e infopoint	€ 48.000,00	Fornitura esterna-ricerca di mercato
	Media Relations	€ 10.000,00	Fornitura esterna-ricerca di mercato
	NUOVA APP	€ 20.000,00	
3	MONITORAGGIO	€ 10.138,70	Personale interno
4	PROGETTAZIONE e RUP	€ 18.000,00	Personale interno
	Totale netto IVA	€ 420.138,70	
	IVA (22%)	€ 92.430,52	
	TOTALE COMPLESSIVO	512.569,22 €	
	copertura BILANCIO 512.569,22		



Documento firmato
da:
LUIGI RICCIO
05.03.2024
16:56:57 UTC

Oggetto: Progetto Campania>Artec card annualità 2024. DGR n. 3 del 10/01/2024 - BURC n. 6 del 15/01/2024. Clausola pantouflage.

Ai sensi degli art 46 e 47 del D.P.R. n. 445 del 28/12/2000, consapevole delle sanzioni penali, nel caso di dichiarazioni non veritiere e falsità negli atti, richiamate dall'art 76 e della conseguente decadenza dei benefici di cui all'art 75 del citato decreto:

Il sottoscritto Luigi Riccio, nato a Napoli il 21/10/1962, in qualità di Direttore Generale della Scabec S.p.a. a socio unico, in riferimento al Progetto:

Campania>Artec card – Annualità 2024

DICHIARA

al fine dell'applicazione dell'art 53 comma 16-ter del DLgs n. 165/2001, introdotto dalla legge n. 190/2012 (attività successiva alla cessazione del rapporto di lavoro – pantouflage o revolving doors)

- **di non aver concluso contratti di lavoro subordinato e autonomo e, comunque, di non aver attribuito incarichi ad ex dipendenti che hanno esercitato poteri autoritativi o negoziali per conto della pubblica amministrazione, nei loro confronti, nel triennio successivo alla cessazione del rapporto.**

Il Direttore Generale

Luigi Riccio



Documento
firmato da:
LUIGI RICCIO
05.03.2024
16:57:23 UTC

Firma autografa sostituita dalla firma digitale ai sensi del D.lgs. n.82/2005 "Codice di Amministrazione Digitale" (CAD)

Campania>Artecard annualità 2024

DGR n. 3 del 10/01/2024

BURC n. 6 del 15/01/2024

Il sottoscritto Luigi Riccio, nato a Napoli il 21/10/1962, in qualità di Direttore Generale della Scabec S.p.a. a socio unico con sede legale in Via Santa Lucia n. 81, 80132 Napoli (NA) - C.F. 80011990639 - P.IVA 03516070632, sotto la propria responsabilità e consapevole delle conseguenze penali previste dall'art. 76 del D.P.R. 445/2000 per le false attestazioni,

DICHIARA

Che la società è in regola con gli obblighi di cui al D.Lgs. 81/2008, in materia di tutela della salute sui luoghi di lavoro.

Napoli, 05/03/2024

Il Direttore Generale

Luigi Riccio

Documento firmato
da:
LUIGI RICCIO
05.03.2024
16:57:45 UTC



Campania>Artecard annualità 2024

DGR n. 3 del 10/01/2024

BURC n. 6 del 15/01/2024

Dichiarazione di congruità dei prezzi applicati ai servizi e alle forniture

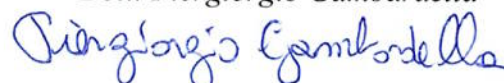
società campana
beni culturali

In riscontro VS nota prot. PG/2024/0116372 del 05/03/2024 e in riferimento al Progetto Artecard 2024 in riscontro VS nota prot. PG/2024/0052359 del 30.01.2024, si dichiara la congruità dei prezzi applicati ai servizi e alle forniture per la realizzazione delle attività, ritenuti coerenti e conformi ai correnti prezzi di mercato.

Napoli, 05/03/2024

Il Responsabile Unico del Procedimento

Dott. Piergiorgio Gambardella



CURRICULUM VITAE



INFORMAZIONI PERSONALI

COGNOME E NOME	GAMBARDELLA PIERGIORGIO
INDIRIZZO	VIA DEI PLATANI, 24/A – 80063 PIANO DI SORRENTO (NA)
CELL.	3393132579
E-MAIL	piergiorgio.gambardella@hotmail.it
NAZIONALITÀ	ITALIANA
LUOGO E DATA DI NASCITA	VICO EQUENSE 15.09.1984
C.F.	GMBPGR84P15L845F

ESPERIENZA LAVORATIVA

- Data 16 luglio 2018 a tutt'oggi
- Sede Società Campana Beni Culturali – Scabec Spa (Regione Campania)
- Tipo di azienda o settore Società in house della Regione Campania per la valorizzazione dei beni culturali
- Tipo di impiego Area Marketing & Comunicazione (lavoro subordinato a tempo determinato)
- Principali mansioni

Ideazione, gestione e promozione di campagne di comunicazione integrate dedicate ad alcuni tra i principali progetti di Scabec (Es. Operazione “Mercante in Fiera” nell'ambito di campania>artecard; la prima Guida Lonely Planet dedicata alla Campania; Uovo di Pasqua Gay-Odin contenente la speciale Campania 365 lite, ecc.);

Organizzazione di campagne di comunicazione outdoor con acquisto di spazi d'affissione dislocati in zone strategiche del territorio in target con gli obiettivi del progetto (es. stazioni centrali, aeroporti, zone turistiche, piazze, centri commerciali, autostrade, ecc.);

Coordinamento delle attività afferenti alla valorizzazione dei beni culturali e delle relazioni con i principali referenti istituzionali a livello locale, regionale e nazionale (es. Comuni, Provincia, Ministero, Società Inhouse, ecc.);

Creazione, gestione e implementazione della rete vendita di campania>artecard, il pass integrato promosso dalla Regione Campania che offre la possibilità di usufruire del patrimonio culturale regionale e del trasporto pubblico locale (es. attivazione di nuovi punti vendita fisici e online, invio contrattualistica, condivisione dati e report sul venduto, verifica della correttezza dei pagamenti effettuati in coordinamento con l'amministrazione, analisi di mercato finalizzata a reperire nuovi partner, ecc.);

Ideazione di politiche di marketing e strategie commerciali finalizzate all'aumento delle vendite di campania>artecard (es. partnership, sconti dedicati, ideazione nuove offerte, individuazione convenzioni, ecc.);

Gestione e aggiornamento della piattaforma di vendita di campania>artecard (es. caricamento nuove offerte, reportistica relativa al venduto e agli incassi registrati, condivisione dei dettagli amministrativi con i punti vendita, trasmissione stock di card ai punti vendita);

Produzione di report specifici e file di rendicontazione dedicati alle attività svolte nel corso dei progetti Scabec (es. dossier sulle attività svolte, analisi del profilo dell'acquirente medio Artec card, profilazione del cliente che acquista il pass, analisi trend di vendita, ecc.);

Stesura comunicati stampa, articoli di approfondimento, interviste per conto di Scabec, elaborazione rassegna stampa (attività di ufficio stampa con media locali e nazionali);

Gestione e accounting dei principali fornitori che supportano le attività di Scabec Spa (richiesta e comparazione di preventivi in coordinamento con l'amministrazione, analisi di mercato, valutazione costi/benefici, ecc.);

Sviluppo di accordi di natura commerciale con i principali gruppi editoriali nazionali e

internazionali (es. Le Figaro, Rai, Mediaset, RCS, Manzoni, Piemme, City News, ecc.);
 Stesura di piani mezzi dedicati che prevedono l'organizzazione di campagne di comunicazione finalizzate ad aumentare la visibilità specifica di un'iniziativa (es. campagne pubblicitarie sui media, produzione gadget, organizzazione di stampa materiali, lancio campagna affissione, ecc.).

- Data
 - Sede
 - Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni
- Febbraio 2011 - Luglio 2018
 Burson-Marsteller
 Agenzia di consulenza in comunicazione del gruppo mondiale WPP
 Area Marketing & Comunicazione
 Stesura comunicati stampa per multinazionali tra cui: Johnson & Johnson, Danone, TotalErg, Abbott, Boehringer Ingelheim, ecc;
 Monitoraggio media per conto di: Samsung, Roche, Bayer, Johnson & Johnson Medical, Petroceltic, ecc;
 Realizzazioni campagne di comunicazione per iniziative promosse da diverse aziende, tra cui: One Mission One Million per Boehringer Ingelheim, La Tua Miglior Difesa per Johnson & Johnson, presentazione della Carta dei Diritti del Parkinsoniano per Abbvie, Farmacie Sapere & Salute per Bayer, ecc.;
 Gestione crisis communication tra cui: caso Avastin/Lucentis per Roche, Costa Concordia per Costa, Raffineria di Roma per TotalErg, ecc;
 Contatti con i media
-
- Data
 - Sede
 - Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni
- Novembre 2009 - Novembre 2010
 Johnson & Johnson Medical
 Azienda del comparto biomedicale del Gruppo Johnson & Johnson
 Stagiaire nella direzione della Comunicazione
 Realizzazione rassegna stampa;
 Stesura comunicati stampa;
 Composizione rassegna stampa legislativa;
 Monitoraggio media;
 Rapporti con i media
-
- Data
 - Sede
 - Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni
- Luglio 2008 - Aprile 2009
 Wind Telecomunicazioni
 Operatore telefonico
 Stagiaire presso Ufficio Stampa
 Elaborazione rassegna stampa;
 Stesura comunicati stampa;
 Rapporti con i media;
 Monitoraggio media
-
- Data
 - Sede
 - Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni
- Gennaio 2008 - Luglio 2008
 Radio Luiss
 Emittente radiofonica dell'università Luiss Guido Carli
 Speaker radiofonico
 Conduttore della trasmissione "Fratelli d'Italia"
-
- Data
 - Sede
 - Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni
- Dicembre 2005 - Dicembre 2007
 Agorà
 Settimanale d'informazione della Penisola Sorrentina
 Redattore
 Articolista cronaca

- Data Gennaio 2005 - Dicembre 2006
- Sede Agopress
- Tipo di azienda o settore Agenzia di stampa della Penisola Sorrentina
- Tipo di impiego Corrispondente da Sorrento
- Principali mansioni Coordinatrice
Redattore
Articolista cronaca

- Data Dicembre 2004 - Dicembre 2006
- sede Outside
- Tipo di azienda o settore Freepress periodico della Penisola Sorrentina
- Tipo di impiego Apprendista pubblicista
- Principali mansioni Corrispondente da Sorrento

**ALTRE CAPACITÀ E
TITOLI CONSEGUITI
(non precedentemente indicati)**

- Data Febbraio 2023
- Sede Consiglio Regionale dell'Ordine dei Giornalisti della Campania
- Tipo di impiego e principali mansioni Iscrizione al Registro Giornalisti professionisti con praticantato presso la testata SCABEC COMUNICAZIONE

- Data Febbraio 2019
- Sede LUISS Guido Carli - Libera università internazionale degli studi sociali
- Tipo di impiego e principali mansioni Partecipazione al modulo CSR & Stakeholder Management dell'Executive Course in Corporate Communication

- Data Dicembre 2018
- Sede LUISS Guido Carli - Libera università internazionale degli studi sociali
- Tipo di impiego e principali mansioni Partecipazione al modulo Corso in Corporate & Brand Communication dell'Executive Course in Corporate Communication

- Data Gennaio 2019
- Sede Consiglio Regionale dell'Ordine dei Giornalisti della Campania
- Tipo di impiego e principali mansioni Iscrizione al Registro dei praticanti Giornalisti professionisti con praticantato presso la testata SCABEC COMUNICAZIONE

- Data Febbraio 2008
- Sede Consiglio Regionale dell'Ordine dei Giornalisti della Campania
- Tipo di impiego e principali mansioni Iscrizione all'Ordine dei Giornalisti pubblicisti con praticantato presso diverse redazioni giornalistiche della Penisola Sorrentina

- Data Maggio 2007
- Sede University of Cambridge
- Tipo impiego e principali mansioni Conseguimento PET (Primary English Test)

- Data Maggio 2007
- Sede Institut Français de Naples Grenoble
- Tipo di impiego e principali mansioni Conseguimento DELF (Diplôme d'études en langue française)

- Date Maggio 2003

- Sede AICA (Associazione Italiana per l'Informatica ed il Calcolo Automatico)
- Tipo di impiego Consegimento ECDL (European Computer Driving Licence)

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

- Data Aprile 2010
- Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione LUISS Guido Carli - Libera università internazionale degli studi sociali
- Titolo conseguito Laurea Specialistica in "Comunicazione Politica, Economica e Istituzionale"
- Voto 110/110 cum laude
- Data Maggio 2007
- Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione Università degli Studi di Napoli "Suor Orsola Benincasa"
- Titolo conseguito Laurea Triennale in Scienze della Comunicazione
- Voto 106/110
- Data Giugno 2003
- Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione Liceo Scientifico Statale "G. Salvemini" - Sorrento
- Titolo conseguito Diploma di maturità Scientifica - Indirizzo sperimentale linguistico (Progetto Brocca)
- Voto 90/100

MADRELINGUA ITALIANA

ALTRA LINGUA INGLESE

- Capacità di lettura BUONA
- Capacità di scrittura BUONA
- Capacità di espressione orale BUONA
- ALTRA LINGUA** FRANCESE
- Capacità di lettura BUONA
- Capacità di scrittura BUONA
- Capacità di espressione orale BUONA

CAPACITÀ E COMPETENZE TECNICHE

Buona conoscenza del Pacchetto Office e dei principali sistemi operativi, in particolare, programmi di Word, Excell, Power Point, Project, Outlook, Access

CAPACITÀ E COMPETENZE RELAZIONALI

Ottime capacità relazionali e di ascolto. Ottime capacità di problem solving nonché totale autonomia nella gestione del lavoro e del rapporto con i clienti, le controparti e gli organi giudiziari.

Capacità di lavoro a progetto in scadenza.

Ottime capacità di lavoro sia individuale che in team acquisiti.

PATENTE O PATENTI

B

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali contenuti nel cv da parte di Scabec Spa e di soggetti terzi incaricati da Scabec Spa, ai sensi del Dlgs 196 del 30 giugno 2003 e dell'art.13 GDPR (Regolamento UE 2016/679) ai fini della ricerca e selezione del personale

Napoli, 11.08.2022

Firma
Piergiorgio Gambardella

