

**FORMATO EUROPEO
PER IL CURRICULUM
VITAE**



INFORMAZIONI PERSONALI

Nome	PELIZZON TIZIANA
Data di nascita	05.07.1974
Qualifica	DIRIGENTE PSICOLOGO
Amministrazione	Azienda ospedaliera "Mellino Mellini" Chiari (Bs)
Incarico attuale	Responsabile Marketing e Comunicazione Esterna
Telefono dell'Ufficio/U.O./Servizio	030.7102727
Fax dell'Ufficio/U.O./Servizio	030.7102373
E-mail dell'Ufficio/U.O./Servizio	tiziana.pelizzon@aochiari.it
<ul style="list-style-type: none">• Date (da 01.02.2012 – tutt'ora)• Nome e indirizzo del datore di lavoro<ul style="list-style-type: none">• Tipo di azienda o settore• Tipo di impiego• Principali mansioni e responsabilità	<p>Azienda Ospedaliera Mellino Mellini Dirigente Responsabile Marketing e Comunicazione Esterna</p> <p>A.O Mellino Mellini sede legale Viale Mazzini, 4 – 25032 Chiari (Bs)</p> <p>Azienda Ospedaliera Dirigente Responsabile Unità Marketing e Comunicazione Esterna.</p> <ul style="list-style-type: none">- Attività di Marketing sanitario strategico finalizzato alla promozione del servizio di prestazione sanitaria erogata presso i 5 presidi di riferimento.- Individuazione ed analisi delle criticità ed attuazione di strategie per trasformarle in opportunità- Strategie di autofinanziamento attraverso la partecipazione a progetti regionali ed europei- Iniziative di Found raising- Marketing territoriale- Gestione dell'Ufficio Stampa- Attività di Public Relation
<ul style="list-style-type: none">• Date (da 01.01.2007 –1.02.2012)• Nome e indirizzo del datore di lavoro<ul style="list-style-type: none">• Tipo di azienda o settore• Tipo di impiego	<p>Responsabile del Marketing & Communication per la società DMD srl divisione trattamento acque.</p> <p>DMD srl via Monte Comun n° 25, 37057 San Giovanni Lupatoto Verona.</p> <p>Dal 2007 la società DMD srl è distributore in esclusiva per l'Italia della Twinoxide International, multinazionale che produce e detiene il brevetto per un nuovo biocida Twinoxide, impiegato per il trattamento delle acque primarie.</p> <p>Dirigente tramite contratto di consulenza esclusivo</p>

• Principali mansioni e responsabilità

Al fine di poter consolidare la predetta attività mi è stato conferito l'incarico di responsabile marketing con attività di gestione nell'area product marketing con i seguenti obiettivi:

- Marketing strategico ed operativo sui prodotti Twinoxide ed Aquasmarter e sul servizio di gestione
- Formazione e training dei clienti e della forza vendite
- Attività relazionale e gestione dei contatti (Public Relation)
- Produzione ed editing strategico del sito web (www.dmdsrl.eu)
- Gestione ed aggiornamento sito web (www.dmdsrl.eu)
- Programmazione, organizzazione eventi, meeting tecnici, fiere e congressi
- Studio, analisi ed aggiornamento della legislazione europea in materia di immissione di biocidi per il trattamento delle acque primarie.
- Applicazione dei prodotti con redazione di protocolli sulla loro utilizzazione e sul servizio di assistenza fino alla formazione dell'offerta nonché il monitoraggio successivo degli impianti e del rapporto con il cliente (fidelizzazione)
- Ricerca e sviluppo nuovi mercati e nuove applicazioni

Nel 2010 a seguito di un'esperienza maturata proprio nell'ambito del trattamento del rischio legionella ho dato avvio, su mia proposta, allo sviluppo di un nuovo dispositivo per il flussaggio in automatico da applicare presso i rubinetti al fine di migliorare l'attività di sorveglianza del rischio legionellosi. Il progetto, grazie allo sviluppo produttivo effettuato in collaborazione con la società Soema ha dato avvio a **FLUSH MATIC TAP** .

Rispetto ai miei obiettivi sopra descritti, dal 2010 quindi, è stato inserito anche l'attività di marketing strategico ed operativo del dispositivo brevettato **FLUSH MATIC TAP**:

Nel 2009 in collaborazione con la società JACUZZI leader mondiale nella produzione di vasche idromassaggio ho partecipato alla progettazione di un modello di vasca idromassaggio in cui potesse essere applicato il dispositivo di disinfezione Aquasmarter collaborando anche con l'ufficio marketing e comunicazione della stessa azienda, per tutta l'attività di posizionamento del nuovo modello di vasca.

Fra i più importanti clienti da me introdotti e gestiti si elencano:

CULLIGAN EUROPA,SIRAM,GRUPPO SICURA , GRUPPO PRIMAVERA,COFELY

- Date (da 01.01.2006 – tuttora)
- Nome e indirizzo del datore di lavoro
- Tipo di azienda o settore
- Tipo di impiego
- Principali mansioni e responsabilità

Contratto di consulenza con la società multinazionale Twinoxide International B.V
Twinoxide International sede principale presso Best , De Maas n°28 Olanda

Multinazionale produttore del biocida di nome Twinoxide di cui detiene il brevetto a livello mondiale e di altri prodotti specifici per il trattamento dell'acqua primaria

Introduction market consultant

L'obiettivo del mio incarico riguarda :

- Analisi delle opportunità nel mercato del trattamento delle acque in Italia
- Individuazione di un rivenditore in grado di attuare la penetrazione del prodotto Twinoxide presso tutti i mercati di applicazione dello stesso nel mercato italiano
- Attività di intermediazione linguistica e commerciale fra i rivenditori italiani e la multinazionale olandese
- Ricerca e procacciamento di clienti quali società di gestione delle municipalizzate dove per contratto la vendita fra la multinazionale e le suddette è in diretta
- Diffusione del know how applicativo del prodotto Twinoxide presso tutti gli altri rivenditori della stessa multinazionale

- Date (da 01.01.2003 –31.12.2005)

Consulente presso la Segreteria Tecnica Vice-Ministro, Ministero delle Attività Produttive con delega all'Internazionalizzazione ed al Commercio con l'Estero

- Nome e indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni e responsabilità
- Ministero dello Sviluppo Economico Dipartimento per l'Impresa e l'Internazionalizzazione
 Viale Boston n° 25, 00144 Roma
 Ente Pubblico Istituzionale
 Consulente tramite incarico di studio
 Le mie mansioni riguardavano:
- Consulenza sulle strategie di promozione e comunicazione degli strumenti istituzionali per il supporto delle imprese italiane nei processi di internazionalizzazione.
 - Gestione delle Public Relations ed organizzazione dell'agenda e degli incontri del Vice Ministro a vantaggio della propria immagine coordinando tutti gli strumenti di stampa e media in generale.
 - Coordinamento organizzativo di eventi Istituzionali alcuni fra i quali:
 - "Seminario sulla promozione tra Italia e Cina" 6-7 maggio 2004; presso la sede nazionale di Confindustria, Roma;
 - "Tutela del Made in Italy" 12 Aprile 2004 Padova, presso la sede della fiera di Padova finalizzato alla presentazione ed alla diffusione del disegno di legge sulla tutela del Made in Italy ;
 - Azione di Lobby per il supporto di progetti istituzionali tesi a far incontrare le esigenze del privato con il pubblico nei confronti di associazioni di categoria, imprenditori ed altri concretizzandosi con il conseguimento di accordi quadro, di settore ed aperture di tavoli di confronto.
 - Supporto promozionale a vantaggio delle associazioni di categoria degli strumenti di internazionalizzazione ad esempio Fondi strutturali (L212/92 e L84/2001), Bando sugli studi di fattibilità etc...
-
- Date (da 01.09.2004 – 01.06.2005)
 - Nome e indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni e responsabilità
- Incarico di collaborazione con la Fondazione Fare Futuro attraverso mandato di Agenfor Italia
 Agenfor Italia, Piazza Tre Martiri n°43, Rimini
- Società per servizi d'impresa
 Consulente per le attività di Fund Raising ,Pubbliche Relazioni, ed organizzazione eventi con rapporto di esclusiva per Fondazione FareFuturo
- Gli obiettivi oggetto dell'incarico riguardavano:
- La gestione delle attività di Fund Raising sia presso società di diritto privato che enti pubblici attraverso finanziamenti pubblici a vantaggio della realizzazione di progetti di stampo culturale proposti dalla Fondazione
 - La gestione delle attività di Pubbliche Relazioni collaterale all'attività di Fund Raising
 - La gestione delle attività di organizzazione di eventi di stampo culturale collaterale all'attività di Fund Raising

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

- Date (da ottobre 2006 a aprile 2007)
 - Corso "Talenti:Il primo corso sulla raccolta fondi nelle organizzazioni no profit culturali ed enti religiosi".

<ul style="list-style-type: none"> • Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione 	<p>Organizzato da Centrale Etica ,società di consulenza e servizi per il nonprofit e gli enti pubblici, sede: Corso della Repubblica, 19 47100 Forlì in collaborazione con Dimensione etica sede: Piazzetta Municipio n° 8 Verona e con la Facoltà Teologica del Triveneto. Responsabile scientifico: il Prof. Valerio Meandri. Scopo della frequentazione di questo corso è acquisire le competenze specifiche necessarie per poter svolgere il ruolo di fund raiser all'interno di società no profit possibilmente con gli strumenti più adatti a comunicare efficacemente e coinvolgere direttamente la comunità.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio 	<p>Scopo della frequentazione di questo corso è acquisire le competenze specifiche necessarie per poter svolgere il ruolo di fund raiser all'interno di società no profit possibilmente con gli strumenti più adatti a comunicare efficacemente e coinvolgere direttamente la comunità.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Qualifica conseguita • Livello nella classificazione nazionale (se pertinente) 	<p>Attestazione di superamento del test finale del corso Corso di perfezionamento</p>
<p>Date (da dicembre 2002 a dicembre 2003)</p>	<p>Corso finanziato dal Fondo Sociale Europeo in "Textile Marketing and Communication"</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione 	<p>Presso la sede di formazione della camera nazionale della Moda Italiana , via Santa Marta n°18 , 20123 Milano</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio 	<p>IL corso ha come finalità quella di creare all'interno dell'organizzazione aziendale, una sinergia tra le figure che governano la parte stilistica e di prodotto, e quelle che governano la parte di marketing management. Si vuole, quindi, infondere all'utente di questo corso la cultura imprescindibile in un settore ad alto contenuto estetico e la creatività necessaria a sviluppare nuove idee per promuovere la crescita e il rinnovamento dell'azienda.. Gli studenti, oltre a frequentare corsi teorici o tecnici in alcuni casi propedeutici ad altri corsi, come elementi di statistica e macroeconomia studiano, in modo approfondito e con riferimento al settore della moda, discipline quali comunicazione, brand management, retail management e sistema distributivo. Uno studio approfondito con un approccio multidisciplinare, che crea collegamenti tra le materie, è necessario per un duplice motivo: dare agli studenti una panoramica disciplinare che li aiuta scegliere consapevolmente la propria specializzazione una volta terminati gli studi; e dotare lo studente degli strumenti indispensabili per elaborare il progetto del 2° semestre, che consiste nella creazione di un piano di marketing per un'azienda operante nel settore moda-accessori.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Qualifica conseguita • Livello nella classificazione nazionale (se pertinente) 	<p>Attestazione di superamento del test finale del corso Corso di perfezionamento</p>
<p>Date (da giugno 1999 a dicembre 2000)</p>	<p>Master finanziato dal Fondo Sociale Europeo "Internet Marketing and Communication"</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione 	<p>Organizzato da Fondazione Cuoa sede: Villa Valmarana Morosini , Altavilla Vicentina, Vicenza</p>
	<p>L'obiettivo del corso è quello di elevare il livello culturale e fornire strumenti nella gestione del marketing e della comunicazione per il successo delle imprese. Il corso fornisce strategie, metodologie e strumenti operativi indispensabili per le decisioni e la pianificazione delle azioni del processo di marketing: IL corso si è articolato in: 11 moduli tecnico-specialistici su temi collegati alle problematiche strategiche e operative della gestione del marketing e della comunicazione d'impresa : Marketing strategico operativo; Budget; ricerche ed analisi di mercato; metodo , applicazione ed interpretazione, dal marketing alla comunicazione; il neuromarketing; comunicazione aziendale; il web marketing; Marketing metrics; Brand Value management; customer loyalty; ed i social media marketing.</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Qualifica conseguita • Livello nella classificazione nazionale (se pertinente) 	<p>Attestazione di superamento del test finale del Master Specialista in Internet Communication and Marketing</p> <p>Master di specializzazione</p>
<p>Date (ottobre 1995-luglio 2002)</p>	<p>Laurea Specialista in Psicologia del lavoro e delle organizzazioni conseguita presso L'università degli studi di Padova con discussione finale della seguente tesi: " Tecniche di comunicazione persuasiva: dai Media tradizionali ai New Generation Media "</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione <ul style="list-style-type: none"> • Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio • Qualifica conseguita • Livello nella classificazione nazionale (se pertinente) 	<p>Università degli Studi di Padova, Facoltà di Psicologia</p> <p>Fra le 30 materie di studio segnalo: Analisi delle pratiche conversazionali; Ergonomia sociale e nuovi ambienti di comunicazione; Formazione e empowerment; gestione delle risorse umane; Marketing; Psicologia della Politica; Psicologia delle decisioni; Psicologia delle relazioni interpersonali; Tecnologia dell'E-learning</p> <p>Dottore Specialista in Psicologia</p> <p>Laurea Specialistica (vecchio ordinamento)</p>
<p>Date (Giugno 1996- Settembre1996) (Giugno 1997-Settembre 1997) (Giugno 1998-Settembre 1998)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione <ul style="list-style-type: none"> • Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio • Qualifica conseguita • Livello nella classificazione nazionale (se pertinente) 	<p>Summer session "<i>Advanced Studies in political, economical and social sciences</i>" Summer session "<i>Advanced Studies in political, economical and social sciences</i>" Summer session "<i>Advanced Studies in political, economical and social sciences</i>"</p> <p>University of Notre Dame, Indiana ,U.S.A</p> <p><i>Corso avanzato in scienze politiche, economiche e sociali.</i></p> <p>Attestazione di superamento del test finale in lingua inglese</p> <p>Corso di perfezionamento presso università americana</p>

**CAPACITÀ E COMPETENZE
PERSONALI**

PRIMA LINGUA

ITALIANO

ALTRE LINGUE

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

INGLESE

Eccellente,
Eccellente
Eccellente

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

OLANDESE

Buona
Buona
Buona

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

FRANCESE

Sufficiente
Sufficiente
Buona

INCARICO PRESSO LA SOCIETÀ DMD srl.(da gennaio 2007 a tuttora)

In base agli obiettivi sopradescritti le mie competenze relazionali si possono dividere in tre sezioni:

1. Pubbliche Relazioni:

Ho promosso avviato e gestito attività relazionali di lobby con figure amministrative statali (sindaci, assessori regionali e dirigenti statali ministeriali) con gli opinion leader, gli stakeholder ed eventuali operatori che potrebbero avere interesse collaterali legati alla commercializzazione del prodotto Twinoxide.

Alcuni esempi:

Al fine di avviare una strategia di consenso ampio nell'utilizzo del biossido di Cloro per il controllo del rischio microbiologico, ho coinvolto attraverso incontri scientifici direttori sanitari e direttori di Uffici tecnici di Aziende Ospedaliere ed esperti accademici, impegnati nell'elaborazione delle linee guida italiane per il controllo della legionellosi.

Ho promosso l'attività di sorveglianza e controllo del rischio legionellosi anche all'interno di realtà sportive sia pubbliche che private, attenzionando con incontri specifici assessorati comunali e regionali con deleghe alle attività sportive .

Ho coinvolto la Twinoxide International e la multinazionale Jacuzzi nello svolgimento di uno studio per la progettazione di un modello di vasca idromassaggio che fosse trattata chimicamente con il suddetto prodotto creando così un network fra coloro chi detengono le conoscenze specifiche sul merito delle applicazioni del biossido di Cloro.

Ho coinvolto, per conto della DMD srl, la società Soema nell'avviamento della produzione del prodotto FLUSH MATIC TAP di cui sono intestataria della proprietà intellettuale (essendo nato da un mio studio e progetto). Anche in questo caso sono a capo di un team composto da tecnici della Soema con cui mi relazio per il continuo aggiornamento e miglioramento del sistema Flush Matic Tap.

Ho coinvolto la società Castiglione Piscine Leader europeo nella progettazione e produzione di piscine sia private che pubbliche per l'applicazione in modalità di co-marketing del biossido di Cloro Twinoxide .

2. Marketing strategico

Al fine del successo commerciale del progetto di commercializzazione del prodotto Twinoxide è stato fondamentale la creazione da me operata di una rete vendita in grado di coprire tutto il territorio italiano. L'aspetto innovativo di questo prodotto esclusivo e brevettato è stato proprio superato dalle mie capacità relazionali e questo mi ha permesso di ottenere questo primo obiettivo in tempi veloci coinvolgendo nel progetto imprenditoriale rivenditori quali multinazionali leader nel settore del trattamento dell'acqua come la società Culligan dal 2009 o società leader nella gestione della legionella per grandi impianti quali Siram, Cofely, Gruppo Primavera, Manutencoop.

Oltre a creare gestire la rete vendita organizzo incontri annuali con la possibilità di solidificare e condividere le esperienze quotidiane riguardanti l'applicazione del prodotto Twinoxide. Mi occupo della formazione continua sia dei miei collaboratori che dei rivenditori.

3. Comunicazione:

Interna.

Gestisco la comunicazione interna condividendo in riunioni mensili con l'area commerciale tecnica ed amministrativa i progetti operativi ed i nuovi obiettivi.

Mi occupo della formazione dei nostri operatori tecnici e del loro audit. Mi occupo della gestione delle informazioni e del network con l'area tecnica, commerciale e marketing della casa madre Twinoxide International.

Esterna.

Creo e gestisco il network fra tutti i responsabili marketing dei nostri rivenditori, al fine di aggiornarli di ogni informazione riguardante la problematica della legionellosi nel nostro paese o riguardante l'applicazione del biossido di Cloro come biocida in sé.

Dopo aver creato in termini di contenuti e web design il sito www.dmdsrl.eu attualmente lo gestisco aggiornandolo. Ho pubblicato alcuni editoriali riguardanti il progetto commerciale italiano Twinoxide (corriere ortofrutticolo ottobre 2007) ed ho partecipato a vari workshop e congressi in qualità di relatrice quali :

ottobre 2007: Workshop " Twinoxide il nuovo biossido di Cloro" organizzato dalla DMD srl presso l'evento fieristico Aquaria ente Fiera di Verona

ottobre 2010:Convegno "Piscina, sicurezza e risparmio energetico" organizzato dall'Associazione Italiana Consulenti Ambientali e dalla Federazione Italiana Nuoto,Roma

aprile 2011: Convegno "l'acqua nelle strutture sanitarie e di comunità" organizzato dalla Società Italiana Architetti ed Ingegneri Sanitari , Vicenza.

CAPACITÀ E COMPETENZE
ORGANIZZATIVE

INCARICO PRESSO LA SOCIETÀ DMD SRL

Dalla siglatura del contratto per la rivendita in esclusiva del prodotto Twinoxide, ho subito organizzato un'indagine di mercato per poi produrre un piano marketing con obiettivi a lungo termine. Mi sono occupata operativamente delle strategie di vendita occupandomi anche dell'inserimento nella strategia commerciale di varie attività di servizio tecnico per la gestione e l'assistenza presso il cliente finale. Ho così elaborato un pacchetto di iniziative da proporre al cliente finale al fine di tutelarlo dal rischio Legionellosi e per fidelizzarlo al nostro servizio. All'interno del suddetto pacchetto uno strumento fondamentale da me elaborato è stata la produzione di protocolli di intervento (programmi di gestione delle attività) da offrire al cliente e l'elaborazione e gestione dei dati al fine di fornire allo stesso delle evidenze così da elaborare la reale attività di sorveglianza svolta.

Con l'inserimento nei prodotti del progetto Flush Matic Tap ho elaborato anche per questo un piano marketing al fine di attuare al meglio il suo inserimento nel pacchetto di attività elaborato.

INCARICO PRESSO LA MULTINAZIONALE TWINOXIDE INTERNATIONAL

Ho organizzato la mia attività di inserimento del prodotto Twinoxide individuando per la stessa multinazionale in DMD srl la società italiana in grado di svolgere il ruolo di rivenditore esclusivo per l'introduzione del prodotto biossido di Cloro Twinoxide, dopo aver avviato un'indagine di mercato al fine di poter garantire al cliente la miglior soluzione possibile.

INCARICO PRESSO IL MINISTERO DELLE ATTIVITÀ PRODUTTIVE CON DELEGA ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE ED AL COMMERCIO CON L'ESTERO PRESSO LA SEGRETERIA TECNICA VICE-MINISTRO.

Ho strutturato il mio lavoro organizzando reti di contatti che fossero utili ad operare un dialogo fra realtà pubbliche e private per il raggiungimento degli obiettivi ministeriali e trovando la modalità di apportare una professionalità specifica di marketing in un contesto pubblico quale quello ministeriale.

Questo ha comportato l'inserimento di business planning e di strumenti di pianificazione operativa utili al coordinamento dei progetti e dell'operatività dell'intero staff tecnico addetto alla segreteria tecnica del Vice-Ministro.

Nel caso del ciclo di convegni effettuati sul coinvolgimento di imprenditori rappresentativi del Made in Italy nel mondo, ho organizzato gruppi di studio per individuare quelli che fossero più rappresentativi in termini di posizionamento prodotto presso i mercati esteri.

INCARICO PRESSO LA FONDAZIONE FAREFUTURO

Ho organizzato il mio lavoro reperendo fondazioni presso altre nazioni sia europee che non e che fossero paritarie in termini di statuto ed obiettivi alla fondazione FareFuturo, al fine di avviare una rete utile alla compartecipazioni di bandi di gara per finanziamenti a progetti europei.

Ho strutturato l'immagine comunicativa della Fondazione FareFuturo mettendo al centro della proprio scopo di attività l'interscambio culturale al fine di organizzare una serie di attività per il fund raising della stessa struttura.

CAPACITÀ E COMPETENZE
TECNICHE

Elevata capacità di utilizzo di tutto il pacchetto office sia su sistema operativo Windows XP che su sistema operativo Macintosh OS X. Ho una buona dimestichezza anche con i programmi di utilizzo per la creazione di siti web e del linguaggio html.

CAPACITÀ E COMPETENZE
ARTISTICHE

Mi considero una persona molto creativa. Ho la passione del disegno e delle arti creative in generale. Ho studiato pianoforte per 5 anni.

ALTRE CAPACITÀ E COMPETENZE

Sin dai tempi dell'università ho mostrato interesse per le attività di volontariato. Infatti ho frequentato come socia fondatrice un club Rotary di Thiene e Schio. Attualmente sono iscritta alla sezione femminile (InnerWheel) del Rotary club di Peschiera del Garda. Dal maggio 2007 ho avuto l'opportunità di fornire il mio contributo volontario presso il Catholic Hospital of Wamba in Kenya con soggiorni di lavoro e con attività di fund raising.

PATENTE O PATENTI

Patente Europea auto B

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi del D.lgs. 196 del 30 giugno 2003.

Data, 21.9.2012