

INFORMAZIONI  
PERSONALI

Roberta Cristallo



📍 Via Giovanni Antonio Magini 8, 00176, Roma

☎ 3665832463

✉ roberta.cristallo@gmail.com

👤 Sesso F | 📅 Data di nascita 03/10/1981 | 🇮🇹 Nazionalità Italiana

Sono una professionista della comunicazione a 360 gradi. Ho maturato esperienza di oltre 10 anni come responsabile comunicazione e organizzazione all'interno di una associazione confindustriale, seguendo tutte le attività dall'ufficio stampa all'organizzazione di eventi, e ho peso parte alla rete del marketing di Confindustria. Ho fatto parte del comitato di redazione di diverse riviste di divulgazione tecnica e scientifica (tra cui un paio del Sole24Ore) e newsletter ordinarie e di ricerca. Mi occupo dell'ideazione e attuazione di piani di comunicazione tagliati su misura, della dissemination di progetti finanziati dalla Comunità Europea, della redazione di contenuti per la pubblicità e per il web. Sto collaborando, assieme ad un team dell'Università di Firenze, alla nascita di una piattaforma di e-learning per la formazione a distanza e gestendo un bando di collaborazione universitario in ambito pedagogico. Ho seguito la creazione di diversi portali web definendone strategia e contenuti, e ho gestito le pagine social di alcuni committenti.

Ci tengo a mettere al centro il risultato strategico e gli obiettivi qualitativi, collaborando in maniera propositiva con la squadra, ponendo attenzione ai dettagli ed affrontando con entusiasmo percorsi e sfide professionali nuove.

ESPERIENZA  
PROFESSIONALE

(da settembre 2018)

Consulente esterno presso INVALSI - Istituto Nazionale per la Valutazione del sistema educativo di istruzione e di formazione

Invalsi [www.invalsi.it](http://www.invalsi.it)

- **Divulgazione scientifica e dissemination** a livello nazionale ed internazionale della ricerca "Valu.E (Valutazione/ Autovalutazione Esperta)" inquadrata nel progetto PON; elaborazione e gestione dei contenuti digitali e dei social media; rassegna stampa, relazioni con i partner e gli stakeholder; rapport con i principali interlocutori internazionali coinvolti nel progetto.

Attività o settore: Miur, Invalsi, ricerca, dissemination, social media, editing, newsletter.

(da maggio 2007 a gennaio 2018)

Responsabile comunicazione e organizzazione presso ANDIL – Confindustria Laterizi

ANDIL – Associazione Nazionale degli Industriali dei Laterizi, via Alessandro Tortonia 15, 00161 Roma ([www.andil.it](http://www.andil.it)) ([www.laterizio.it](http://www.laterizio.it))

- Progettazione e attuazione del **piano di comunicazione** per stabilire gli obiettivi e gli strumenti comunicativi dell'Associazione: definizione dei messaggi chiave e pianificazione annuale dei canali.
- **PR e ufficio stampa**: redazione comunicati stampa, elaborazione articoli, rapporti con giornalisti e testate di settore, collaborazioni editoriali periodiche e mirate.
- Membro del **comitato di redazione e articolista** della rivista bilingue italiano/inglese: "**LIT-Laterizi d'Italia**", *house organ* semestrale di ANDIL edito da Edi.Cer. con tiratura di 4.000 copie (precedentemente "L'Industria dei Laterizi", pubblicato da Business Media, Il Sole 24 Ore).
- Membro del **comitato di redazione e articolista** della rivista "**CIL - Costruire in Laterizio**", trimestrale edito da Tecniche Nuove (precedentemente da Business Media Il Sole 24 Ore), con tiratura di 23.300 copie distribuite in abbonamento cartaceo e 10.000 invii tramite indirizzario online.
- Membro del **comitato di redazione e articolista** per la rivista internazionale "**C+CA Tiles & Bricks International**" edita da Innovacer.
- **Supervisione ed editing** del materiale divulgativo: manuali, brochure, pubblicazioni.
- **Gestione dei siti** [www.andil.it](http://www.andil.it) e [www.laterizio.it](http://www.laterizio.it) e della "**Newsletter del Laterizio**" con 10 numeri l'anno e un'audience di 40.000 professionisti iscritti: redazione, elaborazione contenuti, selezione foto, editing.
- **Social media marketing**: gestione dei contenuti dei presidi Facebook e Twitter dell'Associazione e creazione di campagne ad hoc ideate per raggiungere gli obiettivi di comunicazione.
- **Creazione del canale YouTube di ANDIL**: caricamento sulla piattaforma del materiale video di archivio e realizzazione ex novo di interviste e video dimostrativi.
  
- **Organizzazione meeting, convegni e fiere di settore**:
  - Assemblee annuali rivolte a tutte le aziende produttrici di laterizio su territorio nazionale, associate ad ANDIL, tenute presso la Confindustria o altre location strategiche e di rappresentanza come Assolombarda (definizione del programma, stipulazione di accordi, gestione e contatti con gli ospiti e i relatori, scelta e contratto con location e catering, convenzioni con gli hotel, grafiche evento, inviti ospiti, inviti stampa, cartella stampa, pianificazione trasferimenti, gestione evento, problem solving, ringraziamenti, rassegna stampa online).
  - Organizzazione dell'evento "L'Europa da costruire", **l'Assemblea generale congiunta di ANDIL** (l'associazione che rappresenta, in Italia, l'intero settore dei laterizi) e **TBE**, Tiles and Bricks of Europe (la federazione europea dei laterizi), con la partecipazione di **150 ospiti internazionali** (Napoli 2014).
  - Organizzazione di contenuti e logistica di **convegni e seminari formativi** di alto profilo, grazie alla partecipazione dei principali attori del settore delle costruzioni, destinati alle imprese edili e ai tecnici (architetti, ingegneri e geometri), con il riconoscimento di CFP da parte degli organi professionali nazionali e locali.
  - Stipulazione di accordi con partner strategici; patrocinio con i più rilevanti eventi del settore; partecipazione a fiere di settore con stand istituzionale; **ideazione dei temi e dei contenuti e coordinamento dell'area espositiva di 300 mq** dedicata al laterizio e alla ceramica all'interno del **SAIE di Bologna**, realizzata in collaborazione con Confindustria Ceramica.
  
- Partecipazione alla **rete del marketing di Confindustria** che coinvolge tutti gli addetti ai lavori delle associazioni aderenti a Confindustria: incontri tecnici, seminari formativi e workshop finalizzati all'attuazione di una strategia condivisa all'interno del vasto e variegato sistema di appartenenza.

**Attività o settore:** Confindustria, industria delle costruzioni, editoria, redazione, comunicazione, marketing, siti internet, ufficio stampa, web content, social media marketing, eventi.

(dal 2015 al 2018) **Comunicazione e disseminazione del progetto LIFE HEROTile**

[www.lifeherotile.eu/it/](http://www.lifeherotile.eu/it/)

- Elaborazione e attuazione del **piano di comunicazione e disseminazione del progetto LIFE HEROTile**: divulgazione delle varie fasi del progetto di sperimentazione di nuove tegole laterizie a elevata innovazione tecnologica.
- La **ricerca triennale** è stata **finanziata dalla Comunità Europea** tramite **HORIZON 2020 LIFE PROGRAM** per un importo complessivo pari a 2,5 milioni di euro, e ha coinvolto differenti partner e siti di sperimentazione dislocati in Italia, Francia, Germania, Spagna e Israele. I manufatti oggetto di sperimentazione hanno maggiore permeabilità all'aria, favorendo la dispersione delle radiazioni solari tramite la ventilazione sottotegola, e assicurano un migliore rendimento energetico degli edifici.

- L'obiettivo principale della comunicazione e della disseminazione del progetto è consistito nel divulgare, con l'ausilio di vari canali e seguendo una strategia ben delineata, le attività del progetto LIFE al fine di renderlo efficace e sostenibile. Per raggiungere gli obiettivi è stato redatto un piano di comunicazione e disseminazione, e sono stati messi in campo numerosi strumenti. Lo scopo del piano di disseminazione e comunicazione è stato formalizzare tutte le azioni di comunicazione e disseminazione pianificate nel progetto: sono state fornite le linee guida sull'approccio e stabilite le date chiave relative agli eventi e alle azioni pianificate per garantire la condivisione delle informazioni con gli stakeholder, in modo tempestivo e con i mezzi più efficaci.
- La strategia adottata ha previsto: la pianificazione dei momenti di comunicazione in modo costante e articolato su più piani e canali; l'informazione e l'aggiornamento puntuali sui progressi della ricerca, incoraggiando l'interazione tra le parti interessate; il coordinamento di tutti i livelli e i tipi di comunicazione messi in campo e il coinvolgimento attivo di quei partner dotati di canali di comunicazione consolidati ed autonomi capaci di fare da ulteriore cassa di risonanza ai messaggi veicolati tramite i canali ordinari.

Azioni principali:

- **Creazione del logo e declinazione dell'identità visiva.**
- **Ufficio stampa** (redazione comunicati, articoli per testate di settore, diffusione della rassegna stampa ai partner e online).
- **Web content editor** del sito internet e dei canali social (Twitter, Facebook, LinkedIn) associati al progetto.
- Creazione e redazione della **newsletter internazionale (in lingua inglese)** associata al progetto e inviata agli iscritti a cadenza trimestrale. Nelle varie edizioni sono stati resi noti gli eventi e gli appuntamenti calendarizzati, e le fasi di avanzamento della sperimentazione con relativa diffusione dei risultati della ricerca.
- Organizzazione di **seminari scientifici** presieduti dall'Università di Ferrara e dai partner istituzionali del progetto.
- **Interviste video e trascritte** (per le testate e per il web) ai partner del progetto.
- Partecipazione a **fiere di settore** con **mock-up** espositivi dei prototipi.
- Ideazione e supervisione di contenuti e grafica di tutto il **materiale informativo** (locandine, flyer, totem, ecc.).
- **Policy-report e policy-draft.**
- Attività di **networking.**
  
- Le attività di divulgazione sono iniziate dal 1° giorno del progetto per sensibilizzare l'opinione pubblica, gli stakeholder e i principali attori europei del settore delle costruzioni (in particolare le associazioni Andil e TBE e i vari produttori dislocati in area mediterranea) interessati ad adottare approcci eco-sostenibili. Sono stati periodicamente redatti dei report e confezionate presentazioni sull'avanzamento del progetto e dei goal di comunicazione raggiunti.

**Attività o settore:** comunicazione, sostenibilità ambientale, ricerca, divulgazione scientifica, innovazione di prodotto, edilizia, newsletter, progetto LIFE, HORIZON 2020.

(dal 2012 al 2018) **Ideazione e scrittura creativa per la pubblicità**

- Sviluppo creativo e ideazione di soggetti pubblicitari per diversi brand: **Vodafone, Fernet Branca, Trollbeads, Ford, FFE.**

**Attività o settore:** comunicazione pubblicitaria, copywriter, scrittura creativa, pubblicità.

(dal 2006 al 2009) **Collaborazione cattedra di Sociologia del Lavoro, prof. Domenico De Masi**

Università Sapienza di Roma

- **Affiancamento alla didattica e coordinamento di 3 ricerche** annuali sul lavoro nelle organizzazioni postindustriali, eseguite da altrettanti gruppi formati da 7-8 studenti di sociologia del lavoro che hanno presentato i risultati della ricerca come esame finale. Il coordinamento è consistito nel guidare gli studenti nelle varie fasi della ricerca: un primo approfondimento ha riguardato la parte teorica e il contesto storico, ben inquadrando il paradigma della società postindustriale; successivamente si è passati alla fase di scouting, utile all'individuazione di due realtà da comparare nella ricerca, e alla definizione della metodologia da applicare.
- Le riunioni si sono tenute all'insegna della **creatività individuale e di gruppo** e della

contaminazione delle fasi di **lavoro, studio e gioco**. Gli studenti sono stati stimolati a creare un insieme coeso, dando a ciascun membro rilevanze specifiche determinate dalle proprie conoscenze, competenze e dagli interessi extrauniversitari. Gli incontri tra coordinatore e studenti, a cadenza settimanale, sono stati svolti con l'intento di assottigliare il confine tra "dovere" e "piacere" cercando di rendere la ricerca interessante e modellata dalla personalità di ciascun membro del gruppo e, soprattutto, dall'unione di tutti i membri, capace di dare valore ben oltre la somma delle singole parti.

- Oggetto delle indagini sono state aziende o agenzie, dislocate sul territorio italiano, formate da gruppi creativi operanti in realtà dinamiche e relativamente recenti, il cui ambito di intervento è stato stabilito di anno in anno dalla cattedra (a.a. 2006/2007 agenzie pubblicitarie, a.a. 2007/2008 festival, a.a. 2008/2009 case discografiche). Le organizzazioni oggetto di indagine sono state contattate a più riprese e intervistate trasversalmente a seconda delle ipotesi formulate, sempre sotto la supervisione del coordinatore.
- Al centro delle indagini sono stati posti metodi, dinamiche di lavoro e leadership (funzionale ed emotiva). Su questi temi, al coordinatore è stato affidato anche il compito di supervisionare uno studente ombra che ha preso parte alle riunioni settimanali del gruppo senza intervenire, studiando le dinamiche dei membri e somministrando periodicamente sociogrammi e psicogrammi.
- Gli studenti sono stati infine preparati dal coordinatore a impaginare e presentare in pubblico i risultati della ricerca.

**Attività o settore:** università, ricerca, sociologia del lavoro, creatività, lavoro di gruppo, coesione, coordinamento, ozio creativo.

#### (2007) Stage presso General Motors Italia

- Sviluppo rete: rapporti con i rivenditori e i riparatori autorizzati della rete **Opel, Saab e Chevrolet**.

**Attività o settore:** automotive.

## ISTRUZIONE E FORMAZIONE

(dal 2006 al 2007)

### Corso alta formazione post laurea in Corporate Communication

Luiss Business School, Roma

- Corso di 5 mesi full time, per un totale di **360 ore di formazione** articolate in insegnamenti di **general management, marketing e comunicazione integrata d'impresa**, tenuti da docenti dell'Università Luiss Guido Carli e da altri prestigiosi atenei, da liberi professionisti, manager di aziende e società di consulenza.
- Il corso ha permesso di consolidare l'acquisizione delle tecniche e degli strumenti per la gestione delle **attività di comunicazione dei pubblici interni ed esterni di imprese, enti pubblici, organizzazioni no profit, agenzie e società di consulenza**.
- **Insegnamenti: general management** (diritto societario, contabilità e bilancio, strategia, organizzazione, marketing e comunicazione); **teorie della comunicazione; etica della comunicazione; comunicazione istituzionale e d'impresa** (corporate identity, corporate social responsibility e bilancio sociale, corporate image e visual identity, corporate advertising, eventi e sponsorizzazioni); **progettazione della comunicazione** (variabili di mercato e obiettivi aziendali, pubblici e target, ricerche di marketing qualitative e quantitative, ricerche sugli stili di vita e sull'opinione pubblica, strategia e messaggi chiave, piano di comunicazione); **linguaggio aziendale** (forme e stili di scrittura, regole del parlare in pubblico, comunicazione interpersonale); **comunicazione con il mercato** (clienti potenziali e reali, intermediari, campagne pubblicitarie, media planning e media buying, direct marketing e promozioni); **comunicazione interna** (dialogare con i dipendenti e attuare la gestione del cambiamento, obiettivi, strategie e pianificazione, reti e flussi di comunicazione, comunicazione di line e di staff); **sistema dei media** (diritto della comunicazione e dell'informazione, diritto della proprietà intellettuale, norme amministrative e penali concernenti la stampa, agenda setting, ufficio stampa, comunicato stampa, conferenza stampa, intervista, rassegna stampa, monitoraggio dell'immagine sui media); **comunicazione di crisi** (prevenzione, gestione, dopo crisi); **multimedialità e interattività** (new media, internet, mobile communication, digitale terrestre); **comunicazione delle istituzioni e Pubblica Amministrazione; lobby; comunicazione di borsa; comunicazione no profit; comunicazione ambientale**.
- Diverse prove di valutazione hanno permesso di verificare il livello di apprendimento durante il corso e le competenze acquisite sono state applicate a problematiche e casi aziendali, nello specifico sono stati simulati ideazione, progettazione e lancio di una nuova Toyota. Il project work è stato sottoposto

alla casa automobilistica direttamente interessata che ha a sua volta espresso grande apprezzamento per il lavoro svolto.

(dal 2000 al 2006)

**Laurea in Scienze della Comunicazione – indirizzo Comunicazione Istituzionale e d’Impresa**

voto 108/110

Università Sapienza di Roma

- Principali materie: comunicazione istituzionale e d’impresa, teorie e tecniche della comunicazione, marketing, pubblicità, sociologia, psicologia, diritto pubblico dell’economia, economia aziendale, comunicazione politica, metodologia e tecnica della ricerca sociale.
- Project work di grafica della cattedra prof. Antonio Romano: Brand Consultant per la realizzazione del piano di comunicazione dell’identità visiva di ComOn, Festival di Scienze della Comunicazione.
- Tesi di laurea in Sociologia del Lavoro sulla creatività di gruppo nelle organizzazioni postindustriali, prof. Domenico De Masi.

**COMPETENZE PERSONALI**

Lingua madre Italiano

Altre lingue	COMPRESIONE		PARLATO		PRODUZIONE SCRITTA
	Ascolto	Lettura	Interazione	Produzione orale	
Inglese	C1	C1	C1	C1	C1
Francese	A1	A1	A1	A1	A1

Livelli: A1/A2: Utente base - B1/B2: Utente intermedio - C1/C2: Utente avanzato  
[Quadro Comune Europeo di Riferimento delle Lingue](#)

**Competenze comunicative** Consolidate competenze comunicative avviate con gli studi universitari e maturate con l’esperienza sul campo. Piena padronanza dei canali di comunicazione disponibili, selezionati modulando i contenuti in base al committente e alla fonte utilizzata.

**Competenze organizzative e gestionali** Ottima capacità di gestire scadenze e di raggiungere gli obiettivi in sintonia con il team e razionalizzando le risorse.

**Competenze professionali** Comunicatore a 360 gradi.

Competenze digitali	AUTOVALUTAZIONE				
	Elaborazione delle informazioni	Comunicazione	Creazione di Contenuti	Sicurezza	Risoluzione di problemi
	Utente avanzato	Utente avanzato	Utente avanzato	Utente autonomo	Utente autonomo

Livelli: Utente base - Utente intermedio - Utente avanzato  
[Competenze digitali - Scheda per l’autovalutazione](#)

Sostituire con il nome dei certificati TIC

- Altre competenze informatiche possedute:
- Ottima padronanza del pacchetto Microsoft Office (conseguimento corso presso la Luiss Business School)
  - Conoscenza dei programmi di grafica e fotoritocco (Photoshop)

- Conoscenza del sistema Joomla, con possibilità di modifica e inserimento contenuti
  - Conoscenze SEO
  - Padronanza di pianificazione dei contenuti social e inserimento inserzioni online (Google, Facebook, Twitter)
- Altre competenze**      Capacità di negoziazione con soggetti strategici:
- instaurazione di sponsorship/partnership
  - cambio merce con pubblicazione sulle testate
  - fundraising
- Patente di guida**      Tipo B

---

## ULTERIORI INFORMAZIONI

**Pubblicazioni**      *“Costruire certificato in laterizio a Spoleto, Perugia”* a cura di Roberta Cristallo, Luca Devigili, Gianfranco Di Cesare, Luca Federici, Costruire in Laterizio 131, Business Media Il Sole 24 Ore, 2009.

*“Diverserighestudio: residenze a San Pietro in Casale”* a cura di Roberta Cristallo, Costruire in Laterizio 132, Business Media Il Sole 24 Ore, 2009.

---

**Dati personali**      Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi del Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196 "Codice in materia di protezione dei dati personali".