



INFORMAZIONI PERSONALI

Nome	DEMARIA LUCA
Indirizzo	
Città	
Cellulare	
E-mail	
Nazionalità	
Data di nascita	



Iscritto A.I.S.M. Associazione Italiana Sviluppo Marketing



Iscritto I.W.A. Associazione Internazionale per la Professionalità nel Web
Referente Regione Piemonte



Autore del libro "La Pubblicità sui media locali"

www.medialocali.it

Phatos Edizioni Torino - Edizione 2018



Relatore presso Smau Milano – edizioni 2019, 2020 e 2021.

CAPACITÀ E COMPETENZE TECNICHE	La comunicazione pubblicitaria. Creazione e programmazione di campagne pubblicitarie organizzate e strutturate con monitoraggio diretto. Microsoft Project nella gestione e nel controllo dei progetti. Comunicazione emozionale e comunicazione digitale. Procedure organizzative di advertising B2B e B2C. L'elaborazione dei costi standard e delle variazioni nell'advertising. Gli indicatori di performance per le campagne pubblicitarie. L'utilizzo dei report ai fini delle decisioni aziendali B2B e B2C.
---------------------------------------	---

INFORMATICA	PROJECT - OTTIMO WORD - OTTIMO EXCEL - OTTIMO ACCESS - OTTIMO POWERPOINT - OTTIMO INTERNET E POSTA ELETTRONICA - OTTIMO PROGRAMMI SOCIAL BUYER - OTTIMO PROGRAMMI SOCIAL NETWORK - OTTIMO
--------------------	--

MADRELINGUA	ITALIANA
ALTRE LINGUE	INGLESE: CONOSCENZA BUONA B2 FRANCESE: CONOSCENZA DISCRETA
VOLONTARIATO	Donatore Sangue AVIS Sezione di Dronero
PATENTI	Patente di Guida A e B
CAPACITÀ E COMPETENZE RELAZIONALI	Capacità di lavoro di gruppo acquisite principalmente: in collegio all'istituto Salesiano di Fossano, in personali esperienze di organizzazione di eventi e nei luoghi di lavoro. Servizio militare svolto alla Caserma Monte Grappa di Torino, sezione "Alti Comandi" nel Corpo degli Alpini: gestione turni di lavoro, manutenzioni e logistica mezzi.
RECENSIONI	In questi ultimi anni sono state effettuate oltre 300 recensioni e contributi su locali pubblici e privati, comprensive di foto sul noto portale TripAdvisor
ESPERIENZA LAVORATIVA	
Periodo	Dal 2014
	MoreNews Srl Campagne pubblicitarie strutturate B2B e B2C Comunicazione e marketing - Il social media marketing Campagne pubblicitarie generaliste
Periodo	Da settembre 2008 a dicembre 2013
	D & D srl - Vinadio (CN) Marketing & Comunicazione - Strategie di vendita di pacchetti turistici e pacchetti benessere - Controllo di gestione Gestione delle performance comunicative
Periodo	Dal 1997 al 2011
	IDEA Informatica - Cuneo Controllo di gestione - Marketing & Comunicazione Gestione dizionari multilingue per Gruppo De Agostini - Italiano - Francese - Inglese e Tedesco. (Fotocomposizione Finotello) Gestioni dati per gruppo UTET Tecniche di vendita Siti internet standard e professionali E-Commerce e tecniche di vendita Controllo di gestione e procedure per editoria elettronica
Periodo	Da ottobre 1993 fino a febbraio 1997
	Schedario Tecnico Editore - Borgo San Dalmazzo Controllo accesso dati e ed editoria elettronica Sviluppo programmi on-line Programmazione di procedure per il controllo di gestione Controllo di gestione Tempi e metodi Gestione commesse e loro implementazioni

Periodo	Da gennaio a giugno 1993
	International Marketing Group - Sorprese Kinder Marketing e promozione Controllo di gestione - Programmatore su linguaggio Clipper e Basic. Gestione e trasferimento immagini con la Cina.
CORSI DI FORMAZIONE	
Periodo	18 e 19 ottobre 2023
	SMAU milano Gestire legalmente i contenuti e i dati dell'AI generativa – Rivoluzioni industriali, intelligenza artificiale e futuro del lavoro – Intelligenza emotiva e intelligenza artificiale: dicotomia o binomio possibile? – L'AI generativa e lo storytelling del brand – AI Generativa per aziende – come addestrare i modelli linguistici GPT – AI e la scuola
Periodo	15-17 giugno 2023
	Web Marketing Festival - Rimini Il marketing strategico – AI e applicazioni – SEO – Google Analytics – SEO Zoom, quando l'analisi fa la differenza – Marketing, web marketing e social marketing
Periodo	2 marzo 2023
	FOOD Milano, specializzati nella grande distribuzione Timeless branding – sostenere il valore Contenuti e touchpoint per rafforzare il legame con il consumatore - #FoodTok Welcome to the new global tastemaker - eCommerce & Thought Leadership Manager NielsenIQ -
Periodo	16-17 novembre 2022
	Social Media Strategies - Bologna Il content marketing al servizio della customer journey: social media e creatività dall'awareness alla conversione – Gestione e ottimizzazione dei piani editoriali - Brand Asset Canvas: un metodo efficace e immediato per rendere il tuo brand memorabile
Periodo	29 marzo 2022
	FOOD Milano, specializzati nella grande distribuzione Marketing e innovazione, si cambia Le nuove regole del marketing nella grande distribuzione – Chi resiste a scaffale – Digital audio, i brand si fanno sentire – Così i social diventano i nuovi shopping malls
Periodo	28 e 29 gennaio 2022
	Marketing e strategie di comunicazione Mercury Training Group SA – Mendrisio (Svizzera) Funnel forzato composto da materiale di marketing e interazioni umane – Il tempo dipende da quanta cassa hai e dal tuo ciclo monetario – Il canale più usato deve essere Google (bisogni) e non i Social (comportamenti) – Perché spendere da me rispetto alla concorrenza – Posizionamento del brand sul segmento di mercato e non sul nome – Problemi, dolori e desideri
Periodo	12-13 ottobre 2021

	SMAU Milano Relatore ""Start-up" e "piccole e medie aziende": come ricevere pubblicità gratuita dagli editori"
Periodo	8 aprile 2021
	Performance Strategies - Mark Hunter Disinnescare le obiezioni di prezzo Le tecniche per prevenire la negoziazione sul prezzo e comunicare efficacemente il valore - Come generare la corrispondenza perfetta tra benefici del prodotto e bisogni del prospect - Come trasformare l'incremento di prezzo in aumento di valore percepito
Periodo	11 marzo 2021
	Performance Strategies - Wendy Weiss
	Cold Calling & Prospecting Come ottenere il contatto con i decision-maker - Come mettere a punto uno script efficace in grado di aprire nuove opportunità - Come anticipare e superare le obiezioni più comuni e trasformarle in appuntamenti
Periodo	11 febbraio 2021
	Performance Strategies - Jamie Shanks, CEO di Sales for Life Acquisire nuovi clienti con il Social Selling Gli step del metodo S.P.E.A.R. per individuare e selezionare i prospect più redditizi - Come accorciare il ciclo di creazione dell'opportunità con i clienti chiave - Come strutturare una strategia di engagement per coinvolgere i prospect, attivarli e trasformarli in clienti
Periodo	20-21 ottobre 2020
	SMAU Milano Relatore "Come le imprese comunicano il loro rilancio nell'era del Covid sui media on-line"
Periodo	22 settembre 2020
	Asseprim Milano - ConfCommercio Quanto influisce la comunicazione door to door sui processi di acquisto?
Periodo	6 giugno 2020
	Web Marketing Festival - Rimini UX strategy. Definire una strategia dal punto di vista delle persone - DesignOps — Come iniziare - Aumentare il fatturato con la UX - Content Design. Caso studio di UX Design di sito: da workshop sui contenuti a layout e UI. Risultati? Incremento di coinvolgimento e Pageviews +300%
Periodo	5 giugno 2020
	Web Marketing Festival - Rimini Tecniche di social selling per consulenti e figure commerciali - "Reverse Content Marketing per i social". Puoi smettere col PED, se sai come farlo - Comunicare il design e le sue scelte
Periodo	4 giugno 2020

	<p align="center">Web Marketing Festival - Rimini</p> <p>La gerarchia delle parole - Testi e video, come sviluppare una strategia di contenuti efficace - Keyword Research: come studiare l'intento di ricerca - Oltre la Fase 2. Come progettare una strategia di E-mail Marketing a medio-lungo termine in 5 step - Chatbot Messenger + E-mail: l'accoppiata vincente che prima profila di qualità e poi converte.</p>
Periodo	12 gennaio 2020
	<p align="center">Gestione obiettivi – Roberto Re Milano</p> <p>La gestione e la programmazione degli obiettivi – Obiettivi nella comunicazione aziendale – La comunicazione aziendale</p>
Periodo	6 – 7 novembre 2019
	<p>Come applicare il design thinking nel digital marketing - Video Marketing: come parlare alla telecamera per realizzare video efficaci - La lingua italiana scritta nei social che corrono: consigli pratici, pillole tecniche di scrittura e storie vere - La creatività è un muscolo: come trovare tante idee in poco tempo - Il Personal Branding dei Comunicatori Digitali - FAIChising: come mettere la rete in rete senza distruggere il tuo brand se hai o vuoi aprire un franchising o un'attività multisede</p>
Periodo	23 – 24 ottobre 2019
	<p align="center">SMAU Milano</p> <p>Valorizzare i collaboratori attraverso il Personal Branding - Cosa ho imparato dalle fiabe per bambini? Le mie 10 regole per un progetto di successo - Il</p>
	<p>Personal Branding necessario - Progettare un e-commerce in 12 mosse - Public Speaking e Comunicazione Efficace - Analisi avanzata della concorrenza - Da "è mio" a "sono io": come la pratica del branding si è evoluta negli ultimi 50.000 anni</p>
Periodo	20 giugno 2019
	<p align="center">Web Marketing Festival - Rimini</p> <p>Comunicare il lancio di un prodotto moda. Quali attività di Influencer Marketing progettare in modo strategico Post co-branded che Facebook ed Instagram offrono ad inserzionisti, editori e influencer Influencer Marketing, cosa non ci raccontano e come evolverà in futuro</p>
Periodo	21 giugno 2019
	<p align="center">Web Marketing Festival - Rimini</p> <p>Il content marketing alla prova del funnel: lavorare davvero tra mode e falsi miti Un linguaggio emergente per lo storytelling: la realtà virtuale in pov <u>Digital = Visual. I segreti (e gli strumenti) per creare immagini effetto "wow"</u></p>
Periodo	14 giugno 2019
	<p align="center">Formazione con Julio Velasco – Leadership day Milano</p> <p>Possiamo fare le cose benissimo e perdere lo stesso perché gli altri hanno fatto meglio. E basta che facciano anche solo un pochettino meglio o che abbiano più fortuna: il risultato alla fine è lo stesso.</p>
Periodo	2 e 3 maggio 2019
	<p align="center">Formazione in Google Grow – New York</p> <p>Make your website – Work for you Fundamentals of online marketing Learn Google Ads</p>

Periodo	Febbraio – Marzo 2019
	Elementi per la gestione delle 2T: Time & Team La gestione dei tempi nei processi lavorativi - Modelli fondamentali - Obiettivi e priorità per la distinzione tra importanza e urgenza - La programmazione del lavoro e la delega - La leadership - Le relazioni di dipendenza nei processi di lavoro - AscomForma Cuneo
Periodo	13 febbraio 2019
	Assolombarda Milano: B2B Marketing Conference Smart contents per smart business: sta diventando sempre più importante creare contenuti di valore come leva nel marketing mix di qualsiasi impresa operante nel settore B2B. Lead generation: come aumentare i propri contatti utilizzando i social network. Big Data: come creare business utilizzando i Big Data. Intelligenza artificiale: come i marketers del futuro potranno sfruttare l'Intelligenza Artificiale per l'apprendimento e l'analisi delle abitudini e dei comportamenti degli utenti, per la comprensione delle esigenze delle persone, per migliorare customer care, server di assistenza e supporto e per perfezionare innovativi meccanismi di ingaggio.
Periodo	6-7 novembre 2018
	Social Media Strategies - Rimini Facebook, Content Marketing, Social Advertising, Video e Visual: tra queste anche due novità assolute, la sala Instagram e la sala Comunicazione e Brand.
Periodo	27 ottobre 2018
	La Comunicazione nell'era dei Franchising Campagne di comunicazione con Brand reputation La forza dei numeri e della struttura verticale La comunicazione strutturata e non improvvisata I media locali
Periodo	22 ottobre 2018
	La Comunicazione video - Fossano La gestione video e gli standard social I video virali La gestione dei testi e la sovrapposizione delle informazioni
Periodo	23 ottobre 2018
	La Comunicazione pubblicitaria tra immagini, video e persone Analisi della concorrenza con il social media mining Campagne di comunicazione video utili per il marketing del brand Strategie di marketing: tra immagine, persone, strumenti e consapevolezza L'innovazione nel punto vendita tradizionale Tra analogico e digitale: ripensare il marketing con l'uso delle nuove tecnologie
Periodo	7 agosto 2018
	L'approccio vincente nelle tecniche di vendita - Milano Gestione dell'appuntamento e relativi risvolti nell'epoca dei Social Media e delle nuove relazioni tra le persone.
Periodo	21-22-23 giugno 2018

	<p align="center">Web Marketing Festival - Rimini</p> <p>Intelligenza Artificiale - Blockchain - Professioni Digitali - Big Data & Aerospace - Open Innovation - Realtà Aumentata</p>
Periodo	Maggio - Luglio 2018
	<p align="center">Business Cafè Cuneo</p> <p>Il Business Model Canvas: tecniche, applicazioni e segmentazione La targhetizzazione e l'ascolto portano ad una vendita eccellente La targhetizzazione del cliente: creare prodotti che soddisfano bisogni Educazione assicurativa: creare consapevolezza e coscienza Relatori vari - Cuneo</p>
Periodo	1 marzo 2018
	<p align="center">No politica No party - I segreti dell'emotional marketing applicati alla politica - Milano</p> <p>Relatore Gianandrea Abbate, AD Emotional Marketing srl</p>
Periodo	3 febbraio 2018
	<p align="center">Gestione della vendita nell'era dei social - Bologna</p> <p>Fabiola Sacramati psicologa, psicoterapeuta, esperta di linguaggio del corpo, leadership, comunicazione interpersonale in azienda. Paolo Sciamanna esperto in tecniche di vendita, comunicazione interpersonale e persuasiva nella vendita.</p>
Periodo	9 novembre 2017
	<p align="center">"Social Media Strategies" - Rimini</p> <p>L'evoluzione del Corporate Video per la comunicazione del Brand - Saturazione e sovrapposizione: sai controllarli nelle tue campagne Facebook Ads? - Facebook Ads la geolocalizzazione "estrema" e la ipertargetizzazione: ecco come muoversi in questo labirinto con un esempio pratico</p>
Periodo	8 novembre 2017
	<p align="center">"Social Media Strategies" - Rimini</p> <p>Social Media: cosa sta succedendo? Una fotografia del mercato e dei consumatori - Facebook Analytics - La sottile e drammatica differenza tra Social Media Marketing e Content Strategy - Conversioni su Facebook, tutto quello che devi sapere (e perché spesso non tornano) Facebook Funnel: il content marketing può davvero far parte del processo di vendita?</p>
Periodo	28 settembre 2017
	<p align="center">"Come Vincere nel Web" - Torino -</p> <p>Prima Posizione (PD) Tutto quello che dovresti sapere su come acquisire nuovi clienti, partner commerciali e distributori in Italia e all'estero grazie al web - B2B - B2C - B2B2C</p>
Periodo	19 settembre 2017
	<p align="center">La Gestione del Cliente -</p> <p>Firenze - Società Mercury Training Group SA - Lugano (Svizzera) Giornata formativa sulle differenze tra: Potenziali, Prospect, Persi, Acquirenti, Clienti, Fan e Referral</p> <p>I social, il Web e i sistemi tradizionali di comunicazione</p>

Periodo	23-24 giugno 2017
	Web Marketing Festival: digital e della social innovation. Facebook Marketing - Video Marketing - Content Marketing - Facebook Advertising - Strategia e innovazione
Periodo	19 giugno 2017
	Scuola di Management ed Economia dell'Università degli Studi di Torino La sociologia nei consumi - Ieri, oggi e domani. Settore auto, arredamento, salute e servizi alla persona Micro e Macro Marketing
Periodo	13 aprile 2017
	AIMS - Associazione Italiana Sviluppo Marketing Dal marketing "data driven" ai sistemi esperti orientati al cliente, opportunità concrete per nuove modalità di relazione con i clienti - L'intelligenza del Marketing nell'era digitale
Periodo	7 aprile 2017
	La Tua azienda è sicura Tante scatole senza servizi non servono a nulla - La sicurezza informatica in azienda è vitale. Quanto la Tua azienda potrebbe stare senza dati?
Periodo	29 marzo 2017
	BtoB Assolombarda Milano Come cambia il Customer Journey: data management e marketing automation: Lead Generation e sviluppo del business - Analytics e Big Data - Customer Journey e Customer Retention - Digital Transformation - CRM e Data Management - Segmentazione del mercato e Lead Scoring
Periodo	12 marzo 2017
	Foire de Nice 2017 Le aziende Piemontesi sul Mercato della Costa Azzurra - Arredo giardino - Arredo Casa - Servizi alla persona
Periodo	8 marzo 2017
	Expo Milano La comunicazione Business per arredo casa, bagno, serramenti, cancelli, isolamento, consolidamento, pavimenti e rivestimenti. 4 Saloni specializzati, rappresentativi e integrati consentono di rivolgersi a target specifici di visitatori e di attrarre nuovi potenziali clienti grazie alla contaminazione tra Saloni.
Periodo	30 novembre 2016
	IAB Forum Milano Coniugare volantino settimanale e (quasi) 2 milioni di fan: l'evoluzione dell'approccio ai media marketing L'approccio collaborativo all'influencer marketing Social Media Advertising a servizio del ROI: come ottimizzare i propri investimenti e far crescere il brand. I casi Armani, Saldi Privati e UCI
	Cinemas

Periodo	27 Ottobre 2016
	SMAU Arena Milano Content Marketing - Food E-Commerce - Turismo e nuove strategie Strategie di comunicazione web e Social nel settore Agricoltura Social Media Marketing
Periodo	29 settembre 2016
	PrestaShop Day Milano Fare DropShipping nel settore luxury fashion E-Commerce strategy: come vincere le onde della concorrenza Marketplace: milioni di utenti disposti ad acquistare i tuoi prodotti Conversion Rate Optimization: ottenere più vendite senza aumentare il budget
Periodo	30 giugno 2016
	Smau Torino Il web design: diritti, tutela e limiti sul web e mobile Estrarre informazioni da una pagina Facebook Mobile Marketing - strategie, azioni e strumenti Rendere Appetitoso il Tuo Ristorante Online
Periodo	18-19 maggio 2016
	E-Commerce Netcom Forum Milano E-commerce: una straordinaria opportunità per la trasformazione digitale delle aziende e per il sistema paese - Italian lifestyle - Smart Value: il modello di attribuzione a misura di e-commerce - Shopping con un dito: ho già un sito mobile friendly, perchè dovrei spendere per una app?
Periodo	18-19 maggio 2016
	E-Commerce Netcom Forum Milano Come il digitale sta trasformando il mondo del turismo? cosa cambia dal lato della domanda e dell'offerta - Conversion marketing: coinvolgere il consumatore per accelerare i risultati di vendita - Il Marketing Automation per vendere di più
Periodo	18 maggio 2016
	E-Commerce Netcom Forum Milano Vendere in Cina. Dalla comunicazione alla vendita, passando per <u>l'engagement</u> . Come sfruttare al meglio la <u>messaging app più diffusa in Cina</u>
Periodo	12 maggio 2016
	Il mercato dell'E-commerce nel settore Food & Beverage - La vendita on-line di prodotti di nicchia CIBUS Parma - Centro Congressi - Food&People Festival
Periodo	12 maggio 2016
	IDENTITY-FOOD NEL RISTO-RETAIL Tendenze e concept ibrido-esperienziali in Italia e all'estero CIBUS Parma - Centro Congressi - Food&People Festival
Periodo	17 aprile 2016
	La casa al servizio della persona: strategie e tecniche di comunicazione - Il digital marketing Milano Fiera - Presso salone del mobile

Periodo	18 febbraio 2016
	DIGITAL TRANSFORMATION: il marketing come elemento di innovazione e gene mutante in azienda Centro IBM Milano
Periodo	30 aprile 2015
	Reti commerciali e dati di vendita: 3 mosse fondamentali
Periodo	30 aprile 2015
	Comunicare in modo efficace la propria innovazione, anche attraverso i canali Social
Periodo	29 aprile 2015
	Cambia il cliente, cambia il negozio - Il Retail nell'era digitale: #Negozio 2.0
Periodo	29 aprile 2015
	15 Segreti per fare e-commerce all'estero
Periodo	Giugno 2012
	Vigili del Fuoco Asti Corso di prevenzione alto rischio incendio
Periodo	Gennaio - Aprile 2012
	Contabilità industriale & Controllo di Gestione - Obiettivi e indicatori di performance - Programmazione della produzione - Controllo visivo - Corso di Formazione organizzato da Confartigianato
Periodo	Ottobre - Dicembre 2011
	Controllo di Gestione e Programmazione della produzione Corso di Formazione organizzato da DONNE Impresa Cuneo
Periodo	Febbraio - Maggio 2011
	Corso sulla gestione del tempo e delle risorse umane - Obiettivi Corso di Formazione organizzato da Confartigianato Roma
Periodo	Luglio 2004
	Corso sul pronto soccorso aziendale Confartigianato
Periodo	Giugno 2008
	Confartigianato Nazionale - Salsomaggiore Terme Riforma delle istituzioni: analisi dei sistemi di potere e di partecipazione alle decisioni pubbliche, inquadramento generale e di contesto. Le relazioni istituzionali e le attività di Lobby e Public Affairs.
Periodo	Aprile - Giugno 2008

Periodo	<p>Confartigianato Cuneo - Vicoforte Mondovì</p> <p>La sicurezza sul luogo di lavoro</p> <p>Marzo 2008</p>
Periodo	<p>Confartigianato Nazionale - Rimini</p> <p>Relatore: P. Preti - Università Bocconi - Milano</p> <p>Il ruolo del Dirigente nello sviluppo aziendale: approcci, metodi, indicazioni operative</p> <p>Gennaio - Marzo 2008</p>
Periodo	<p>C.F.P. Cebano Monregalese</p> <p>Corso formativo sul Bilancio d'Esercizio - Criticità del bilancio - Individuare compiti e competenze del C.d.A.</p> <p>Maggio 2007</p>
Periodo	<p>Confartigianato Nazionale - Vicenza</p> <p>Cambiare è possibile... I mercati sono cambiati: le imprese devono adeguarsi ai nuovi standard europei</p> <p>8-9-10 giugno 2006</p>
Periodo	<p>Il doppio ruolo - L'Imprenditore (libero professionista; Business-man; competente) - Il Dirigente (Rappresentanza - Organizzazione - Managerialità) - L'eccellenza sta nella differenza</p> <p>Marzo 2006</p>
Periodo	<p>Confartigianato Cuneo - IAL Cuneo</p> <p>Corso sul parlare in pubblico - Come impostare un discorso a una platea di persone - Rapportarsi e confrontarsi - Saper ascoltare</p> <p>Ottobre 2004</p>
Periodo	<p>Confartigianato Cuneo - CNOS - Istituto Salesiano di Fossano</p> <p>Corso sulla trattativa di vendita - Marketing - Comunicazione - Rapporti con il cliente - Bisogno primario e secondario</p> <p>Luglio 2004</p>
Periodo	<p>IAL di Cuneo</p> <p>Corso sul pronto soccorso aziendale</p> <p>Gennaio - Giugno 2004</p>
Periodo	<p>IAL di Cuneo</p> <p>Corso Persone Efficaci - L'ascolto attivo e passivo - La relazione tra individui - La scala dei bisogni - L'individuazione dei problemi e dei benefici nel rapporto di comunicazione</p> <p>Maggio 2004</p>

ISTRUZIONE SCOLASTICA	Confartigianato Cuneo Corso sulla trattativa di vendita e sui principi e tecniche di marketing
Periodo	Giugno 2001
Periodo	Microsoft Italia - Milano Certificazione "Microsoft office user specialist" nella Gestione dei DataBase: Microsoft Access Microsoft office user specialist Riconoscimento a livello Mondiale Gennaio - Ottobre 1993
Periodo	Cuneo Trend - Unione Industriale di Cuneo Durata del corso 1.000 ore - Docenti SOGES di Torino. Marketing, organizzazione della produzione, controllo di gestione, sistemi informatici, sistemi informativi e programmazione della produzione. Tecnico di Produzione e Programmazione Industriale - gestione magazzini Settembre 1987 - Luglio 1992
Periodo	Istituto Tecnico Industriale Statale "G. Vallauri" di Fossano Informatica - Elettronica - Statistica - Sistemi - Valutazione a fine anno scolastico durante i tre anni finali sempre superiore a 8/10. DIPLOMA di PERITO INFORMATICO valutazione 56/60 Giugno - Luglio 1990
	Istituto Tecnico a Eastbourne (Inghilterra) Inglese tecnico / commerciale Lettura e interpretazione di manuali

Cuneo, giovedì 19 ottobre 2023

Luca Demaria


Il sottoscritto dichiara di essere consapevole delle responsabilità anche penali derivanti dal rilascio di dichiarazioni mendaci e della conseguente decadenza dai benefici concessi sulla base di una dichiarazione non veritiera, ai sensi degli articoli 75 e 76 del decreto del Presidente della Repubblica 28 dicembre 2000, n. 445. Inoltre, il sottoscritto autorizza al trattamento dei dati personali, secondo quanto previsto dal Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196 "Codice in materia di protezione dei dati personali" e dall'art. 13 del Regolamento UE, 27 aprile 2016 n. 679.