

ALBERTO MATTIACCI
Professore Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese, PhD
Sapienza, Università di Roma
Luiss Business School, Roma | Milano | Belluno

Riferimenti studio:

06.4991.8325
Sapienza, Università di Roma.
Dipartimento Comunicazione
e Ricerca Sociale
Via Salaria 113, 00197 Roma

In sintesi

Formazione Maturità classica, laureato con lode in Economia e Commercio alla Sapienza, Ph.D. in *Dottrine Economico-Aziendali* all'università di Napoli, con soggiorno presso Manchester Metropolitan University. Specializzazione in *Marketing Research* in SDA Bocconi.

Carriera. Da neolaureato è co-founder di *Grandi Numeri Marketing Research* (ora Praxidia) dove per oltre dieci anni lavora come responsabile della ricerca per clienti italiani e internazionali. Nel 2004 è professore Ordinario di *Economia e Gestione delle Imprese*, prima all'Università di Siena, poi alla Sapienza.

Dal 2021 è *Senior Fellow* alla Luiss Business School (Roma, Milano e Belluno), nella faculty dal 2000.

Presidente Comitato Scientifico *Eurispes* e direttore di ricerca, è stato Segretario Generale e poi Presidente della *Società Italiana Marketing* (la società scientifica degli studiosi italiani di marketing). Socio fondatore della Società Italiana Management SIMA). È Direttore della Fondazione Banfi *Sanguis Jovis* a Montalcino, siede nei CdA di EUR SpA e di alcune Fondazioni culturali. Dal 2019 è componente del tavolo tecnico sulle politiche di sostegno al vino della DG Agri presso la Commissione Europea, in rappresentanza *European Federation of Origin Wine (EFOW)*, in Italia Federdoc.

Attività

Academy: tiene corsi di *Marketing Planning* nella laurea magistrale in Marketing della Sapienza; dal 2002 è Coordinatore del *Master Universitario Marketing Management* nella facoltà di *Economia* della Sapienza, che ha ideato e fondato; è responsabile scientifico del curriculum Marketing del Dottorato di Ricerca "Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing" alla Sapienza. *Emerito* della Società Italiana Marketing. Componente Giunta di Facoltà SPSC e consigliere d'amministrazione della Fondazione Daddario.

Business Education: da 30 anni progetta e tiene corsi ad hoc per imprese e organizzazioni su temi di strategie di mercato, organizzazione per il cambiamento, comunicazione, ricerche e analisi del consumatore; è Senior Fellow presso Luiss

Business School in area Marketing (*Executive Education*) e digital; Direttore del Centro di Ricerca e Alta Formazione *Sanguis Jovis* della Fondazione Banfi a Montalcino; componente della faculty *UPA Academy, Digit'Ed* e del *CONI*.

Keynote Speaker in convention aziendali su scenari futuri di business, cambiamento d'impresa ed evoluzione dei consumi nella società global-digitale.

Advisory: svolge attività per imprese, organizzazioni no profit e professionisti su temi strategici di mercato, digital transformation, branding e comunicazione; svolge attività di monitoraggio per progetti di finanza agevolata e ricerche applicate. Consigliere di Amministrazione di EUR SpA, della *Fondazione CUEIM*, della *Fondazione Sostenibilità e Valore*, membro del Comitato Scientifico della *Fondazione Banfi*, della *Fondazione Qualivita* e del progetto *Treccani "Gusto"*. Componente dell'Advisory Board della start-up *Wakonda* (biomasse). Ha servito il governo italiano in numerose occasioni, come commissario e consulente.

Scientific Research: ha al proprio attivo oltre duecento lavori su temi di marketing, economia e gestione d'impresa e strategie, sia nazionali che internazionali. La sua ricerca scientifica si esprime all'interno di alcune *keyword*: consumi; business di nicchia; brand; scenari di mercato, business transformation; come settori di focalizzazione: vino e food, media e turismo. Componente del board di riviste scientifiche italiane e internazionali. E' componente del *Centro di Ricerca in Strategic Change "Franco Fontana"* presso l'università LUISS. Co-fondatore del network internazionale *Circle* -rete di ricerca su consumi, distribuzione e mercati- e della *Società Italiana di Management SIMA*.

Media. Partecipa alle attività di alcuni *think-tank* italiani, *UPA Teste Pensanti* ed è socio ordinario *Aspen Institute Italia*. Tiene una rubrica mensile di marketing per *Harvard Business Review Italia*, una settimanale sull'economia (*EconomicaMente*) in *Leggo*, quotidiano free press, una mensile su *l'Eurispes.it*.

Ha oltre 14.000 follower su LinkedIn e oltre 4.000 su Twitter, dove scrive su temi economici.

Collocazione accademica e ruoli attuali

Professore Ordinario di *Economia e Gestione delle Imprese* (SECS P/08) alla Sapienza di Roma presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (CoRiS). A tempo definito dal 1 novembre 2018.

Insegna *Marketing Planning* in laurea magistrale.

Presidente Comitato Scientifico *Eurispes*.

Direttore Scientifico *Sanguis Jovis* Fondazione Banfi.

Componente del *Centro di Ricerca in Strategic Change* "Franco Fontana".

Past President ed *Emerito* della *Società Italiana Marketing*.

Incarichi istituzionali in Sapienza:

- (dal 2017) Componente della Giunta di Dipartimento CoRiS.
- (dal 2017) Componente della Giunta di *Facoltà Scienze Politiche, Sociologia e Comunicazione*.

Responsabilità direttive post-graduate:

- (dal 2008) insegna e coordina programmi di formazione presso *Luiss Business School* (già *Luiss management*) a Roma, Milano, Belluno. Sempre in LBS dal 2019 è Direttore Scientifico delle seguenti Major:
 - Digital Marketing nel Master Marketing Management a Roma e Milano;
 - Digital Marketing nell'Executive Master Marketing Management a Roma;
 - Export Manager nel Master Marketing Management a Roma.

Componente di Comitato Editoriale e Scientifico:

- Riviste Scientifiche:
 - o *Sinergie*
 - o *Italian Journal of Marketing*
 - o *Economia & Management*
 - o *Brisith Food Journal*
 - o *Micro & Macro Marketing*
 - o *Euro Mediterranean Journal of Business*
 - o *Wine Business Case Research Journal*
 - o *MediaLaws*
- Collane editoriali:
 - o Direttore della Collana *Giorgio Eminente – Best in Class Mumm*, Franco Angeli Editore, Milano.
 - o Direttore della Collana *Sanguis Jovis* Quaderni, Fondazione Banfi Editore, Montalcino (SI).
 - o Componente collana *Comunicazione d'Impresa*, Franco Angeli Editore, Milano.
- Award Committee:
 - o *EFFIE* premio internazionale per l'efficacia della comunicazione pubblicitaria;
 - o *Olivetti Design Contest* per l'industrial design;
 - o *Premio Marketing per l'Università*, Società Italiana Marketing;

- *Premio Raffaele Barletta, Myllennium Award.*

Attività e ruoli accademici pregressi

- (2002-2023) Coordinatore del *Master Universitario Marketing Management* (www.mumm.it), Dipartimento di *Management* – Sapienza.
- (2017-2022) Coordinatore del percorso curriculare Marketing del programma di Dottorato in Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing della Sapienza.
- (2017-2018) Responsabile valorizzazione del Centro Congressi di Ateneo
- (2010-17) Commissione Internazionalizzazione di *Dipartimento CoRis*.
- (2013-17) Commissione Porte Aperte di *Facoltà Scienze Politiche, Sociologia e Comunicazione*.
- (2012-15) Presidente della Commissione di Abilitazione Scientifica Nazionale ASN per il settore scientifico-disciplinare 13/B2 “Economia e Gestione delle Imprese”.
La Commissione, di rango nazionale, ha valutato oltre 500 candidati ai ruoli di professore ordinario e associato. L’incarico è terminato nel mese di gennaio.
- (2013-2015) Direttore del “Master Management, Marketing e Comunicazione della Musica”, presso il CoRis Sapienza (www.mmcm.it).
- (2009-2011) Direttore del CITTA, “Centro di Ricerca Interdisciplinare su Territorio Turismo e Ambiente” presso Sapienza.
Il Centro contava su oltre trenta ricercatori appartenenti a Dipartimenti di area economica, statistica, sociologica e della comunicazione e ha prodotto studi e formazione per soggetti privati e pubblici.
- (dal 2015 al 2018) Presidente della *Società Italiana Marketing* (www.simktg.it).
La SIM è la società scientifica di riferimento per gli accademici, di matrice economico-gestionale, focalizzati sui temi di mercato e competizione. Conta oltre 300 soci ed è il riferimento italiano per le omologhe società internazionali. Membro del Consiglio di Presidenza dal 2009, è stato Segretario Generale dal 2012 prima di essere eletto Presidente. Dal 2018 partecipa al Consiglio di Presidenza in qualità di Former President.
- (dal 2003) cofondatore e membro dell’associazione interuniversitaria internazionale *Circle International* (<http://www.circleinternational.co.uk>).
Il Circle è un network di studiosi di management che tiene un convegno internazionale annuale ed edita una rivista “The International Journal of Management Cases”.
- Componente del Collegio Docenti del Dottorato:
 - (2016-) *Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing* della Sapienza e referente per il percorso curriculare *Marketing*.
 - (2014-2015) *The Economics and Management of Natural Resources*, Università *Jean Monnet* di Bari;

- (2008-2013) Membro del collegio docenti del Dottorato *Economia e finanza nel governo dell'impresa*, Dipartimento di Management, Sapienza Università di Roma.
- (2000-2008) ha prestato servizio presso la Facoltà di Economia dell'Università di Siena, da Ricercatore, professore Associato e Ordinario, ricoprendo diversi incarichi istituzionali, fra i quali quello di Direttore del Corso di Laurea Magistrale "*Economia & Management*".
- Titolare, per affidamento: (2005-2010) dell'insegnamento di *Ricerche di Marketing* presso la Facoltà di Economia; (2008-2010) dell'insegnamento di *Economia e Gestione delle Imprese II* presso la Facoltà di Economia dell'Università di Siena; (2005) *Principi di Marketing* e (2013) *Economia e Management delle imprese turistiche* presso l'Università Telematica Internazionale UniNettuno;

E' socio fondatore e componente della Società Italiana di Management (SIMA) e dell'Accademia Italiana di Economia Aziendale (AIDEA).

Dal 2020 al 2021 è stato socio dell'Italian Chapter dell'International Advertising Association (IAA).

Coordinatore scientifico delle edizioni 2004, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 e 2021 del *Premio Marketing per le Università* (www.premiomarketing.com).

Il Premio Marketing raccoglie l'eredità del Premio Philip Morris per il Marketing ed è la più longeva competizione universitaria fra studenti d'Europa. Il ruolo prevede la progettazione, raccolta e redazione del caso didattico che formerà oggetto della competizione.

Attività e incarichi istituzionali pubblici

- (2023) componente della Commissione di selezione per affidamento di un incarico di media relations per il progetto PNRR "Il turismo delle Radici" su incarico del *Ministero degli Affari Esteri e Cooperazione Internazionale*.
- (2023) componente della Commissione di selezione per assegnazione risorse del bando AIR BnB per Associazione Dimore Storiche Italiane (ADSI).
- (2019-) al secondo mandato, è componente del *Wine Market Observatory* presso la DG-AGRI della Commissione Europea. *Si tratta di un tavolo tecnico che ha il compito di produrre dati, informazioni e proposte strategiche per le politiche di supporto della UE alla produzione vitivinicola europea.*
- (2022) componente della Commissione di selezione per affidamento di un incarico esterno di collaborazione ad esperto PNRR "Il turismo delle Radici" su incarico del *Ministero degli Affari Esteri e Cooperazione Internazionale*.
- (2020-2021) componente esperto del *Comitato Permanente per la Promozione del Turismo italiano* presso il Ministero per i Beni e le Attività Culturali e del Turismo. *Il*

Comitato ha l'obiettivo di comporre le conoscenze, le esigenze territoriali e gli obiettivi governativi in piani e programmi di promozione del turismo nazionale.

- (2016) componente della Commissione valutazione dei progetti inerenti "Il viaggio della Costituzione" su incarico della *Presidenza del Consiglio dei Ministri*, Struttura di Missione per gli Anniversari di Interesse Nazionale.
- (2016) componente del gruppo di lavoro istituito presso il MISE, Area Comunicazioni, per la Consultazione Pubblica sul Servizio Pubblico Radiotelevisivo.
Il gruppo ha il compito di assistere il Governo –nella persona dell'Onorevole Sottosegretario Antonello Giacomelli) nella progettazione, analisi e comunicazione dei risultati relativi alla consultazione pubblica sul futuro della RAI implementata nel primo semestre 2016.
- (2015-2016) componente del gruppo di lavoro per la Riforma dell'Editoria presso il *Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria* della Presidenza del Consiglio.
Il gruppo ha il compito di assistere il Governo –nella persona dell'Onorevole Sottosegretario Luca Lotti) nella progettazione e redazione di un provvedimento legislativo che riformi il quadro dei sussidi statali al comparto dell'editoria italiana e inneschi stimoli all'innovazione.
- (dal 2012) membro del Comitato Scientifico Fondazione Qualivita (www.qualivita.it).
La Fondazione è il punto di riferimento per le produzioni agroalimentari a qualità certificata e denominazioni d'origine. Suo prodotto di punta è l'Osservatorio, in collaborazione con ISMEA, che fotografa e monitora le Dop italiane e mondiali.
- (dal 2013 al 2016) membro del Comitato Scientifico del *Forum Dieta Mediterranea*.
Il Forum è promotore del riconoscimento Unesco della DM e tiene un incontro annuale nel quale se ne presentano e discutono studi e prospettive. Responsabile area economica del Forum.
- (2003-2004) Membro della Commissione di Valutazione Bando DD n.1105 del 9/10/2002 presso il MIUR.
La Commissione ha valutato domande presentate per il finanziamento di progetti di ricerca da parte di enti, privati e pubblici, non universitari, a valere su un fondo MIUR ad hoc.
- (2001) Supporto tecnico alla pianificazione commerciale e urbanistica del Comune di Roma Assessorato al Commercio
Analisi di mercato per la definizione di indirizzi di pianificazione commerciale e urbanistica.

Attività di direzione, consulenza scientifica e partecipazione pubblica

Tra le principali si segnalano:

Consigli d'Amministrazione

- (dal 2022) Consigliere di Amministrazione di EUR SpA
- (dal 2021) Consigliere di Amministrazione della Fondazione Sostenibilità e Valore
- (dal 2018) Consigliere di Amministrazione della Fondazione D'Addario
- (dal 2017) Consigliere di Amministrazione della Fondazione CUEIM
La Fondazione è proprietaria della rivista scientifica Sinergie.

Altre attività

- (dal 2019) Aspen Institute Italia
socio ordinario
- (dal 2018) *Treccani Gusto*, componente del Comitato Scientifico
L'Istituto dell'Enciclopedia Italiana ha avviato un canale tematico sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane, allo scopo di accrescere la cultura italiana anche in questo ambito.
- (2018-2020) Direttore Scientifico Osservatorio Cibi, Produzioni, Territori Eurispes-UCI.
L'Osservatorio ha lo scopo di produrre ricerche e saperi originali intorno ai temi della filiera agricola, delle politiche alimentari e dello sviluppo territoriale.
- (dal 2017) Componente del Comitato Scientifico della Fondazione Banfi
La Fondazione si occupa di progetti culturali nell'ambito del territorio montalcinese e del settore vitivinicolo. In quest'ambito è istituito il Centro di Ricerca e Alta Formazione "Sanguis Jovis" del quale lo scrivente è Direttore Scientifico.
- (dal 2012 al 2018) Direttore di Ricerca in Eurispes (www.eurispes.eu).
Eurispes è un primario centro di ricerca su temi economici, politici e sociali, il cui prodotto di punta è Rapporto Italia –giunto alla 27^a edizione- vero punto di riferimento per i decision maker nazionali. E' nel comitato scientifico di l'Eurispes.it giornale web dell'istituto.
- (2015-2017) membro del Council Superbrands
Iniziativa di individuazione e premio dei brand eccellenti.
- (2005-2011) Consorzio di Tutela del Brunello di Montalcino.
Attività di ricerca e formazione su temi di posizionamento di mercato e strategie per la denominazione.
- (2011-13) Coordinatore Tavolo "Tv Industry" e componente comitato scientifico di VeDrò

Movimentazione e coordinamento (con L. Bonaccorsi) del tavolo tematico del think tank.

- (2010-2014) Direttore del canale web *MarketingTube*.
Il canale è stato il primo esperimento di canale tematico non lineare, free, di supporto alla didattica del management di mercato. Il progetto era sponsorizzato dalla società Jakala Promoplan SpA.
- (2010-11) *Retecamere Srl*.
Società del sistema delle Camere di Commercio deputata all'attività di comunicazione gestione eventi delle Camere, per la quale si è condotta un'analisi sulle potenzialità sul mercato non-captive.
- (2010) *Assocamere Estero*.
Collaborazione con la rete delle Camere di Commercio italiane all'estero per progettare e realizzare un tool informativo sui mercati emergenti per il vino italiano.
- (2008) *Eurobic Toscana Sud*.
Progettazione, avviamento e docenza di una business school deputata allo sviluppo manageriale e imprenditoriale dell'area toscana meridionale.
- (2008) *Telethon*.
Analisi di mercato per l'individuazione di strategie di sviluppo della raccolta fondi da destinare alla ricerca.

Istruzione personale

- (1986-1992) Università *La Sapienza* di Roma, laurea con lode in *Economia e Commercio*
- (1985) Liceo Classico Statale *Anco Marzio* di Roma, Diploma di maturità classica
- (1989) Vincitore da studente della prima edizione del *Premio Philip Morris per il Marketing*
- (1997-2000) Università di Napoli *Parthenope*, dottore di ricerca in "Dottrine Economico-Aziendali e Governo dell'Impresa" Vincitore di borsa di studio. Ha soggiornato presso la *Manchester Metropolitan University* durante l'ultimo anno di PhD.
- (1998) Corso di Specializzazione *Marketing Research* presso SDA Bocconi.
- (2000) Vincitore di Assegno di Ricerca Annuale "I business di nicchia" presso *La Sapienza* di Roma, Istituto di Tecnica Industriale e Commerciale, Facoltà di Economia e Commercio.

Ambiti d'interesse e ricerca

Gli interessi scientifici riguardano l'economia dell'impresa in regime di concorrenza, con particolare riferimento alla sua funzione ricavo e dunque alla gestione degli scambi e relazioni di mercato, anche su scala internazionale.

L'interesse per le dinamiche concorrenziali si è esteso alle evoluzioni della società, con particolare riferimento a quelle aventi impatto sui consumi delle famiglie e lo sviluppo economico e sociale del Paese.

Keyword: consumer marketing; niche strategy; scenario business; branding.

Ambiti tematici d'interesse:

- competizione e brand;
- digital transformation;
- comunicazione e media;
- evoluzione sociale, dei consumi e delle politiche di mercato;
- marketing e politiche pubbliche: turismo, digitalizzazione.

Ambiti settoriali d'interesse:

- produzioni vinicole;
- food e denominazioni d'origine;
- televisione e media;
- Made in Italy.

Progetti di ricerca

Di seguito si elencano, dal più recente, i progetti di ricerca svolti, indicando la fonte del finanziamento e l'arco temporale di riferimento.

§§§

Un primo filone di ricerca è riconoscibile nelle **attività continuative di studio e monitoraggio** che producono ogni anno dei rapporti di ricerca formali di rilevanza nazionale e internazionale.

Dal 2012

EURISPES

Rapporto Italia

Direzione Scientifica

Rapporto Italia fotografa, da quasi trent'anni, la struttura e l'evoluzione della società italiana, sotto la triplice lente dell'economia, della politica e della società. Il Rapporto ha un'articolata struttura che riflette il monitoraggio che lungo l'intero arco annuale l'Istituto svolge sulle dinamiche nazionali. Il Rapporto Italia ha rilevanza istituzionale.

2009-2020

ISMEA Fondazione Qualivita

Rapporto sulle produzioni agroalimentari italiane DOP, IGP, STG

Direzione Scientifica con Fabio Del Bravo (ISMEA)

Il Rapporto costituisce la principale fonte conoscitiva ufficiale sul mondo delle produzioni agroalimentari di qualità a Indicazione Geografica certificata e garantita. L'attività, condotta con il sostegno dei tecnici ISMEA, consiste nel monitoraggio annuale della produzione, vendita (domestica ed export, intermedia e finale), comunicazione e politiche di marketing dei prodotti DOP, IGP e STG. Il Rapporto ISMEA Qualivita ha rilevanza istituzionale.

§§§

Gli studi portati avanti sull'**economia vitivinicola** hanno risposto a un duplice ordine di obiettivi: (i) venire incontro alle richieste ed esigenze della comunità economica e istituzionale locale; (ii) confrontarsi con le problematiche di un settore, per trarne insegnamenti ed esperienze eventualmente generalizzabili.

2016 -

Fondazione Banfi

Sanguis Jovis

Coordinatore. Ricerche in atto.

Il progetto si prefigge di progettare una istituzione formativa superiore, operante a livello globale, concernente lo studio multidisciplinare e la valorizzazione del Sangiovese, lo sviluppo della cultura del vino di qualità e la formazione di giovani manager, enologi e giornalisti.

2022-24

Federvini

Progetto No Binge

Il progetto, finanziato da Federvini, consiste nella costruzione di iniziative formative finalizzate a sensibilizzare i giovani a un consumo responsabile. L'attività comporta la raccolta di dati e informazioni secondarie, la definizione e conduzione di un contest universitario.

2015-2016

Consorzio della Vernaccia San Gimignano

Analisi di mercato e prospettive evolutive per la Vernaccia di San Gimignano

Coordinatore. Ricerca in atto.

Il progetto si prefigge di studiare il posizionamento di mercato della denominazione toscana, la prima ad essere riconosciuta formalmente, in occasione del suo cinquantesimo anniversario. L'analisi punta anche a definire possibili traiettorie di sviluppo futuro.

2014-2015

Istituto del Vino Italiano di Qualità - Grandi Marchi

L'impatto dei programmi comunitari sulle performance di mercato estero.

Coordinatore. Ricerca conclusa.

Il progetto si prefigge di mappare e, laddove possibile, misurare gli effetti strutturali e congiunturali dei finanziamenti comunitari nel caso particolare del principale Consorzio Privato italiano all'export.

2011-13

Committenti vari

OCM Vino 2011. Coordinatore. Ricerca in atto.

Il lavoro consiste nel monitoraggio d'efficacia dei progetti OCM effettuati da primari player italiani.

Si tratta di sei progetti diversi che interessano Stati Uniti, Cina ed altri asiatici, Brasile e NordEuropa.

2011-12

Consorzio Del Brunello Di Montalcino

Montalcino 2015. Coordinatore. Ricerca conclusa.

La ricerca intende definire le coordinate di riferimento entro le quali proiettare il futuro di Montalcino e delle sue produzioni vitivinicole. Lo studio prevede delle parti on field e analisi desk, nonché la predisposizione di un piano triennale di sviluppo.

2011

Cermes Centro Studi Economia e Mercati Università Bocconi

Il posizionamento del Consorzio Franciacorta

Coordinatore: prof. D.Fornari

Progettazione e coordinamento di una ricerca operativa di verifica del posizionamento competitivo, nazionale e internazionale, delle produzioni spumantistiche del Franciacorta.

2009-10

Regione Campania

Posizionamento dei vini campani nelle Fiere

Coordinatore: prof. R.Cercola

Progettazione e coordinamento di una ricerca operativa di verifica del posizionamento delle produzioni campane; definizione delle guideline della campagna di comunicazione e della definizione del Padiglione Regionale al Vinitaly 2010.

2009

Assocamere Estero

Exporting Wine in Asia and SouthAfrica.

Coordinatore: prof. C.A. Pratesi.

Redazione di supporto informativo multimediale per le piccole imprese che intendono penetrare in alcuni mercati asiatici (Singapore, Hong Kong, Cina, Thailandia, India) e in Sudafrica.

2007-8

Cueim - Federvini

Analisi sistemico-territoriale della filiera vitivinicola estesa italiana: alla ricerca del valore specifico del modello Italia. Coordinatore Prof. G. Golinelli. Ricerca conclusa.

Il contributo alla ricerca si è sostanziato nella redazione di un paragrafo del rapporto di ricerca. E' prevista la pubblicazione del rapporto in un volume monografico della rivista Sinergie (data prevista: luglio 2008).

2007-8

Unione Industriali di Siena – Cerise

Studio di fattibilità per la costituzione di un Osservatorio sull'economia del vino in Toscana. Coordinatore. Ricerca conclusa.

La ricerca ha prodotto un rapporto riservato all'Unione Industriali. È prevista la pubblicazione del medesimo in un Quaderno del Cerise.

2006-8

Amministrazione Provinciale di Roma, Servizio Agricoltura Dipartimento V

I vini romani a Roma. La struttura di canale dei consumi extradomestici delle DOC della provincia di Roma: stato dell'arte e prospettive di sviluppo. Coordinatore. Ricerca in via di conclusione.

La ricerca ha prodotto un voluminoso rapporto riservato alla Provincia. In parallelo, si è progettato ed erogato un corso di formazione su temi di "Marketing del vino e del territorio vocato", destinato al personale della Provincia. Una presentazione dei primi risultati del lavoro è stata condotta in un workshop tenutosi a Verona, Vinitaly, nell'aprile 2007. È prevista la pubblicazione di un volume a cura della Provincia (data prevista: settembre 2008).

2005-7

Ricerca Ateneo La Sapienza

Il "primo vino": indagine esplorativa sulla scelta del vino dei giovani. Coordinatore.

La ricerca si è svolta in due fasi successive: una prima fase, nel 2005, si è svolta su Roma e ha prodotto, come primo risultato, il seguente paper: "Il vino come prodotto cognitivo: indagine sui comportamenti giovanili", con Ceccotti F., De Martino V., *Quinto Congresso Internazionale Marketing Trends* – Venezia, 21-22 gennaio 2006.

In seguito, modificando opportunamente il questionario, si è esteso il field, grazie alla collaborazione di colleghi in tutt'Italia, a un campione di 900 casi. Il primo output della ricerca è il seguente paper: "Lessons from italian youngsters: how to deal with wine

complexity by marketing management”, accettato (doppia revisione) al *4th International Wine Business Research Conference, Siena, July 17-19, 2008*.

E' inoltre in corso di lavorazione un volume che raccoglie, oltre ai risultati della ricerca, alcuni contributi di professionisti e studiosi italiani (pubblicazione prevista: autunno 2008).

2005-6

Consorzio Del Brunello Di Montalcino

Analisi e prospettive di mercato per i vini nobili della Toscana meridionale – Il caso Montalcino. Coordinatore. Ricerca conclusa.

La ricerca ha prodotto un voluminoso rapporto riservato al Consorzio e ai propri membri. Inoltre, a valle della stessa è stato progettato ed erogato un corso di formazione, per complessive 40 ore, su temi di Wine Marketing destinato a imprenditori e manager delle aziende associate.

§§§

Un campo di studi prossimo a quello dell'economia vitivinicola ma che in essa non si esaurisce è quello del **marketing del turismo**. Lo scrivente ha diretto numerosi progetti di ricerca nell'ambito del Centro Studi CITTA della Sapienza di cui è stato Direttore Scientifico, chiuso per esigenze di riordino amministrativo della Sapienza.

2015-16

Sapienza Università di Roma

Roma come brand

Lo studio mira a definire il ruolo e i limiti dell'utilizzo del nome della città come Brand. Si tratta di uno studio desk che, sulla base della letteratura specifica e delle esperienze maturate nel contesto romano, ha prodotto un saggio pubblicato su volume collettaneo.

2013-15

Sapienza Università di Roma

L'impatto della soddisfazione retail sull'esperienza turistica: il caso Roma

La ricerca ha messo in luce l'impatto della soddisfazione che i turisti maturano nel corso della visita con la percezione complessiva di qualità della esperienza turistica. La ricerca ha prodotto un report e un paper in corso di referaggio su riviste internazionali.

2005-6

Regione Toscana Irpet

Il valore del brand Etruschi sul territorio toscano.

La ricerca ha prodotto un contributo in volume monografico curato dal coordinatore, professor Lorenzo Zanni, dal titolo: "L'Etrusco come brand: Un'analisi del progetto etruschi in chiave di marketing culturale", in Zanni L. (a cura di) *La gestione del patrimonio archeologico tra passato e futuro: la valutazione del "Progetto Etruschi, Collana IRPET 2007*

§§§

L'interesse per il **mondo media**, e in particolare sulla **televisione**, è motivato dall'imponente flusso di cambiamenti che lo interessa, a seguito fondamentalmente della cosiddetta Rivoluzione Digitale. La rilevanza di questo comparto per il marketing è assoluta, così come l'emergere di business model nuovi e innovativi rende il tema interessante territorio esplorativo per l'Economia e Gestione delle Imprese.

2024-

A2A

Il futuro anteriore, presente e prossimo della comunicazione

Responsabile Scientifico

In corso di definizione.

2015

RaiPubblicità

Nuove configurazioni anagrafiche del target commerciale

Responsabile Scientifico

Il *Target commerciale* è il tradizionale punto di convergenza delle strategie comunicative dei brand e di quelle d'offerta dei player media. Guardare alle persone-target con occhi diversi dagli altri è la più potente forma d'innovazione di marketing; è la base di partenza, se corretta, di straordinarie performance di mercato. Gli advertiser, i brand che comunicano, hanno bisogno di media partner che sappiano proporre una visione della società che sia adeguata alle loro esigenze comunicative e conforme alla (nuova) contemporaneità. La ricerca intende sviluppare la tesi che, in ragione della potenti discontinuità intervenute nel passato decennio, il target commerciale 25-54 anni non sia più uno specchio della società italiana.

2012-2013

Micro & Macro Marketing

Editor Special Issue: **Televisione Addio?**

La rivista dedica un numero tematico all'evoluzione dell'industry televisiva.

2010-11

Luiss Business School

TOUCH POINT L'advertising fra cambiamento dei media e del marketing

Responsabile scientifico.

Il progetto ha lo scopo di definire un framework di possibili scenari sul cambiamento del consumer marketing in atto, alla luce delle innovazioni che interessano il sistema dei media e dei consumi culturali delle famiglie. L'obiettivo di governo del *punto di contatto* con i consumatori, infatti, è oggi reso più complesso dalla rivoluzione media in corso. La ricerca si svolge attraverso un ciclo di workshop tematici esplorativi e il successivo approfondimento descrittivo. Risultati pubblicati in: Mattiacci A., Ceccotti F. (editor) *Tocuh Point*, Fausto Lupetti Editore, Bologna, 2012.

2010-11

Fox International Channels Italy

Il TvBrand come nuovo protagonista della competizione televisiva

Responsabile Scientifico

Il marketing fa il suo ingresso nel mondo televisivo solo di recente: il duopolio italiano, infatti, chiude per decenni le porte alla competizione di mercato, lasciando che il management delle imprese cresca in una condizione culturalmente incompleta. La

Rivoluzione Digitale abbatte i pilastri su cui questo scenario si reggeva e crea le condizioni affinché tutto ciò cambi. Con il Branding il marketing entra negli schemi di governo strategico dell'impresa televisiva. Lo studio esplora, attraverso l'esame dei casi dei principali player italiani, le regole e il profilo del branding televisivo, apportando anche il fondamentale contributo (che nasce negli Stati Uniti) di Fox International Channels. Risultati pubblicati in: Mattiacci A., Militi A. *TvBrand*, Fausto Lupetti Editore, Bologna, 2011.

§§§

Si raggruppano in un cluster più generale, invece, altri progetti di ricerca il cui tratto comune è l'approfondimento di tematiche proprie del **management di mercato**. Seguendo la medesima logica di cui sopra, i principali progetti condotti sono i seguenti:

2023-

Sapienza Università di Roma

PNRR P11 Customer-Based Marketing Strategies for the Sustainable and Circular Made in Italy

Responsabile WP2 Communication strategies for "sustainable and circular Made in Italy" brand.

Il progetto, finanziato con fondi PNRR, ha lo scopo di definire una roadmap e un framework di riferimento per l'implementazione di strategie comunicative di sostegno al Made in Italy.

2023-

Alkemy SpA

Employer branding

Coordinatore. In progress.

Il progetto, finanziato da Alkemy, ha lo scopo di supportare con contenuti didattico-formativi innovativi e iniziative ad hoc, l'attività di employer branding dell'azienda. E' prevista la produzione di contenuti editoriali per Harvard Business Review Italia, Pearson e la raccolta e redazione di una case history.

2023-24

Ismea

Fork to Farm – Fuori dal Guscio

Coordinatore. Ricerca conclusa.

Nella cornice del progetto Fork to farm, consistente nello studio di mercati agroalimentari italiani allo scopo di informare il settore primario delle tendenze in atto e in progress, finanziato da ISMEA, la ricerca Fuori dal Guscio ha lo scopo di definire il mercato domestico della frutta secca in guscio, evidenziando in particolare specifici insight di consumo sui quali far leva per una campagna promozionale istituzionale.

2023-24

Luiss Centro di Ricerca in Strategic Change Franco Fontana

Creative ITA Generative AI in the Airline Industry

Coordinatore. Ricerca conclusa.

Il progetto, finanziato da ITA Airways, ha lo scopo di supportare il management nell'introduzione della GenAI all'interno dei processi operativi attuali. L'impianto

metodologico è consistito in una ricerca field alla ricerca di best practices di settore e non, nella somministrazione ed elaborazione di questionari interni e nella redazione di rapporti di ricerca e di un e-book operativo sull'uso dei Prompt.

2020-2023

Sapienza Università di Roma – progetto finanziato dall'Ateneo

I consumi delle famiglie italiane nello scenario discontinuo del secondo millennio: Quali implicazioni per le policy di marketing?

Principal investigator

Il progetto, finanziato con fondi di Ateneo, ha l'obiettivo di analizzare lo stato di evoluzione dei consumi famigliari in Italia.

2020-2024

ASSICA

Trust Your Taste – Choose European Quality

Coordinatore.

Il Progetto, di durata triennale, consiste nella progettazione, realizzazione e rappresentazione dei risultati del monitoraggio di un programma promozionale finanziato dalla UE a beneficio dei salumi italiani.

2016

ReM Università Cattolica del Sacro Cuore, Piacenza

La Multicanalità

Responsabile Unità Operativa

Il progetto, finanziato dal laboratorio ReM e che coinvolge 4 università italiane, vuole fare il punto sul tema della moltiplicazione dei canali distributivi e di contatto delle marche con la domanda, intermedia e finale.

2016

*Centro Interdipartimentale di Ricerca *ImpreSapiens* - MIPAAF*

Fish-Man-Place

Componente

Il progetto mira a definire, nell'ambito delle iniziative europee per lo sviluppo sostenibile della pesca, un framework gestionale innovativo. L'obiettivo del progetto è quello di promuovere la filiera della pesca e metodologie nuove e innovative di sviluppo organizzativo e di distribuzione, avviando percorsi di consapevolezza e sostenibilità nei processi produttivi e organizzativi, spesso in linea con l'approccio espresso dalle esperienze territoriali legate alla pesca nel nostro paese.

2016

Sapienza

Solar Decathlon Middle East 2018

Componente Team Sapienza

Il progetto mette in competizione gli studenti delle università mondiali per la progettazione, realizzazione e gestione di una unità abitativa ecosostenibile. Una delle voci di valutazione è la "comunicazione e marketing" per la quale lo scrivente è componente. La squadra Sapienza, con il progetto ReStart 4Smart è stata selezionata fra le 22 finaliste.

2016-

Sapienza Horizon 2020

Smoke Free Brain Project

Componente

Il progetto, capitanato dal professor Fabio Babiloni della Sapienza, ha lo scopo di investigare la risposta neurometrica alle comunicazioni pubblicitarie pubbliche inerenti la dissuasione dal fumo verso i giovani e gli adulti. Attraverso il progetto si intende approfondire l'efficacia delle tecniche in questione e, allargando il campo, comprendere il contributo del marketing alle politiche pubbliche.

2016

Luiss Business School per TIM

Cloud dissemination

Responsabile

Il progetto, nato su stimolo di Telecom Italia, ha lo scopo di descrivere lo stato dell'arte sull'adozione delle tecnologie cloud presso le grandi imprese italiane, evidenziarne le criticità di introduzione in azienda e le potenzialità in merito alla *new business creation*.

2015-2016

Telecom Italia TIM

Re Branding

Responsabile

Il progetto, nato su stimolo di Telecom Italia, ha perseguito l'obiettivo di descrivere e analizzare il processo di Rebranding che ha interessato l'azienda leader italiana di servizi di telecomunicazione. Dal progetto nasce una pubblicazione divulgativa: Romagnoli S., Mattiacci A. (2016) *ReBranding*, Fausto Lupetti Editore, Bologna.

2015-2016

Erasmus + Linea KA2 "Cooperation for innovation and the exchange of good practices"

OMO – On My Own ... at work

Responsabile Unità Roma Sapienza

Il progetto, il cui capofila è l'Associazione Italiana Persone Down, ha lo scopo di verificare le opportunità di introduzione al lavoro delle persone portatrici della sindrome di Down.

2015-2016

Sapienza, Università di Roma Progetti di Ateneo

Modern Rome Memory Project

Responsabile Scientifico

Progetto che intende realizzare un prototipo di guida alla città di Roma sulla base delle immagini di grandi film del passato. Il prodotto mira ad avere usi sia turistici che didattici e vede la partecipazione di un gruppo multidisciplinare di studiosi.

2012-14

CERMES - Università Bocconi

Le discontinuità e le nuove dimensioni dell'Economia e Gestione delle Imprese

Coordinatori: proff. Daniele Fornari, Daniele Dallì

Il cambiamento di scenario globale induce cambiamenti necessari nei paradigmi e modelli del business management. La ricerca si propone di individuare le principali dimensioni del cambiamento in atto, esplorando grazie ad esse possibili vie di rinnovamento dei modelli teorici dell'Economia e Gestione delle Imprese. Il gruppo di ricerca è composto da un pool di studiosi italiani.

2011

Cueim - Camera di Commercio d'Imperia

Verso un modello di governance per la Dieta Mediterranea Patrimonio Immateriale dell'Umanità. Coordinatore Prof. G. Golinelli. Ricerca conclusa.

Nel 2010 la Dieta Mediterranea ha ottenuto il riconoscimento da parte dell'Unesco. La ricerca si è proposta lo scopo di verificare le condizioni di valorizzazione del riconoscimento a beneficio degli operatori d'offerta manifatturiera e ho.re.ca interessati.

2007-9

Ministero delle Politiche Agricole – Università di Firenze

Nuovi strumenti di governance per lo sviluppo del sistema agro-alimentare e delle aree rurali alla luce dell'evoluzione delle politiche agricole comunitarie e nazionali

Coordinatore Prof. A. Pacciani. Coordinatore Unità Locale. Ricerca ancora in corso.

È prevista la pubblicazione dei risultati della ricerca in un volume monografico (data prevista: giugno 2009).

2005-7

Ricerca Ateneo Unisi *Par* (2005-2007)

Strategie di focalizzazione e di nicchia. una prospettiva per la competitività del Made in Italy. Coordinatore. Ricerca conclusa.

La ricerca ha prodotto un paper, selezionato in rappresentanza dell'Italia nella sessione plenaria del sesto Congresso Internazionale *Marketing Trends*, dal titolo "Niche Marketing – A brand new style for managing consumer marketing in a globale environment", con Ceccotti F., Venezia, 21-22 gennaio 2008. Il paper è stato inoltre selezionato per essere pubblicato, con opportuni adattamenti, nella rivista *Micro&MacroMarketing* (numero 3/2008) col titolo "Nicchia e competitività: nuove prospettive per il consumer marketing nella nuova globalizzazione".

In quest'ambito si è inoltre organizzato nel marzo 2008 un Workshop di chiusura, patrocinato dall'ICE e con la presenza di numerosi testimonial aziendali. Si è prodotto un volume monografico dal titolo: *Nicchia e competitività* per i tipi della Carocci Editore di Roma.

2007-8

Scuola Superiore Sant'Anna

Lo sviluppo della media impresa in Italia.

Coordinatore Unità Locale. Ricerca in conclusione.

Il contributo si sostanzia in una case history descrittiva, analizzata criticamente alla luce dell'impianto di ricerca complessivo, dal titolo: "Strategie di nicchia e media impresa: il caso Art Ceram di Civita Castellana", con Aquilani B. È prevista la pubblicazione di un volume monografico finale e un convegno (autunno 2008).

2005-7

I Factory Outlet Center. Coordinatore.

La ricerca, autofinanziata, ha generato un primo prodotto nel 2005, nell'ambito della quarta edizione del convegno internazionale *Marketing Trends*, dal titolo: "Nuove occasioni d'acquisto per consumatori maturi: un'indagine esplorativa sui factory outlet centre in Italia", con F.Ceccotti. Il fenomeno è stato poi oggetto di due fasi successive di rilevazione e monitoraggio, producendo un articolo, allo stato in secondo referaggio presso *Finanza Marketing & Produzione*, dal titolo: "Innovazione commerciale e comportamenti d'acquisto: la dinamica dei *factory outlet centre* in Italia", con Ceccotti F.

Organizzazione di convegni e incontri scientifici

(2017) Bergamo, Università degli Studi, **Il marketing di successo. Imprese, Enti, Persone**, XIV Convegno Annuale Società Italiana Marketing, 26 e 27 ottobre.

(2016) Cassino, Università degli Studi, **Marketing e retail nei mercati che cambiano**, XIII Convegno Annuale Società Italiana Marketing, 20 e 21 ottobre.

(2015) Torino, Università degli Studi, **Il Marketing al servizio delle città**, XII Convegno Annuale Società Italiana Marketing, 22 e 23 ottobre.

(2014) Roma, *Sapienza*, Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale, 1 ottobre

Consumer Insight News from Neurosciences

Convegno internazionale finanziato dall'Ateneo in collaborazione con BrainSigns, spin-off di Ateneo.

(2014) Roma, *Camera dei Deputati*, 1 ottobre

Televisione addio?

Workshop di presentazione del numero monografico di Micro & Macro Marketing

(2014) Modena, Università Modena e Reggio, **Food Marketing**, XI Convegno Annuale Società Italiana Marketing, 18 e 19 settembre.

(2014) Roma, *Sapienza*, Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale

Promozione del vino e del food italiani nei paesi terzi

Workshop tecnico-scientifico in collaborazione con Fondazione Qualivita, A&Elle Ass. e patrocinato da Società Italiana Marketing

Roma, maggio 2006-14

Master Universitario in Marketing Management – MUMM

Conference day

Sono stati organizzati i seguenti workshop tematici nell'ambito della giornata inaugurale del MUMM:

2006 – Oltre la pubblicità? Scenari futuri per il branding

2007 – Il marketing nell'era della convergenza

2008 – Global branding

2009 - Tempi di crisi. Quali conseguenze per il marketing?

2010 - Digital Marketing

2011 - Consumer Trend. Ma è solo un problema di crisi?

2012 - Marca, consumi e comunicazione

2013 - Marca, sostenibilità e valore

2014 - Competitività e relazioni di filiera

2015 – Innovare il prodotto, razionalizzare la gamma

2016 – Marca e fiducia

2017 – Branding e Social Media

(2013) Milano, Università Bicocca, **Smart Life Dall'innovazione tecnologica al mercato**, X Convegno Annuale SIM 3 e 4 ottobre

(2012) Benevento, Università del Sannio, **Marketing Internazionale e Country of Origin Effect**, IX Convegno Annuale
20 e 21 settembre

(2011) Roma, *Sapienza*, Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale
Steve Jobs L'uomo che ha inventato il futuro
Presentazione e discussione del libro di Jay Elliot

Roma, *Luiss Business School*

Marketing Talk Show

Sono stati organizzati i seguenti workshop tematici:

2009, dicembre – Marketing 2010 *Quali scenari per il marketing?*

2010, giugno – Marketing 2010 *Nuove televisioni per nuovi advertiser*

2010, settembre - Marketing 2010 *Verso il Total Media Provider?*

2011, gennaio - Marketing 2011 *Digital Revolution?*

2011, giugno - Marketing 2011 *Neuromarketing*

2011, novembre - Marketing 2011 *New Media: il Web è morto?*

2012, aprile - Campioni d'Italia *GFK Eurisko*

2012, giugno - Campioni d'Italia *Robilant&Associati*

2012, novembre - Campioni d'Italia *FutureConceptLab*

Siena, 17-19 luglio 2008

Academy of Wine Business Research - AWBR

4th International Conference of the Academy of Wine Business Research

Con il Patrocinio di Camera di Commercio di Siena, Comune di Siena – Assessorato al Turismo, Federvini ed altre organizzazioni.

Siena, 18 aprile 2008

Borgo della Conoscenza

L'economia leggera

Con il Patrocinio del Ministero dell'Ambiente

È prevista la curatela degli atti del convegno, in un volume edito da Franco Angeli: pubblicazione prevista luglio/settembre 2008.

Siena, 14 marzo 2008

Workshop PAR

Strategie di nicchia e competitività del Made in Italy

Con il Patrocinio dell'Istituto per il Commercio Estero ICE e la partecipazione delle seguenti aziende: Castello Banfi, Pastificio Latini, Testoni, Calzaturificio La Sportiva, Minimum Fax.

ELENCO COMPLETO PUBBLICAZIONI

PUBBLICAZIONI

ARTICOLI SU RIVISTE SCIENTIFICHE

Ceccotti, F., Vernuccio, M., Mattiacci, A. et al. "Traditional agencies on bridges: How is digital transformation changing business models?" *Journal of Management and Governance* (2024). <https://doi.org/10.1007/s10997-024-09703-1>

Bonetti, E., Bartoli, C. and Mattiacci, A. (2023), "Applying Blockchain to Quality Food Products: A Marketing Perspective", *British Food Journal*, <https://doi.org/10.1108/BFJ-12-2022-1085>.

Musolino A.R., Bartoli C., Mattiacci A., Bonetti E. (2022) "The Role of Geographical Indications in the European Union. A systematic Literature Review", *Micro & Macro Marketing*, <https://doi.org/10.1431/103773>

Bartoli C., Nosi C. Mattiacci A., Sfodera F. (2022) "Consumer self-concept in the cyberspace: how digitization has shaped the way we self-disclose to others", *Journal of Strategic Marketing*, <https://doi.org/10.1080/0965254X.2022.2056501>

Bartoli C., Bonetti E., Mattiacci A. (2021) "Marketing geographical indication products in the digital age: a holistic perspective", *British Food Journal*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2021-0241>

Sfodera F. Mingo I., Mattiacci A., Colurcio M. (2020) "Night at the museum: technology enables visitor experiences", *Sinergie Italian Journal of Management*, Vol. 38 N.1 pp. 231-250. <https://doi.org/10.7433/s111.2020.13>

Sfodera, F., Mattiacci, A., Nosi, C., Mingo, I. (2020) "Social networks feed the food supplements shadow market", *British Food Journal*, Vol. 122 No. 5, pp. 1531-1548. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2019-0663>

Ceccotti F., Vernuccio M., Mattiacci, A., (2019) "The evolution of agency-client relationship within the communication network in Italy: the perspective of communication partners", *Sinergie Italian Journal of Management*, Vol. 37 No. 3, pp. 63-85. DOI 10.7433/s110.2019.03 pp. 63-85

Nosi C., Mattiacci A., Sfodera F. (2019) "Online wine ecosystem: the digital narrative of Sangiovese", *British Food Journal*, Vol. 121 No. 11, pp. 2683-2695 DOI 10.1108/BFJ-05-2019-0379

Mattiacci A., Bruni A., Magno F., Cassia F. (2019) "Sales capabilities in the wine industry: an analysis of the current scenario and emerging trends", *British Food Journal*, Vol. 121 No. 12, pp. 3380-3395. <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2019-0231>

Bonetti, E., Mattiacci A., Simoni, M. (2019), "Communication patterns to address the consumption of PDO products", *British Food Journal*, Vol. 122 No. 2, pp. 390-403. <https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2019-0204>

Pucci T., Casprini E., Mattiacci A., Zanni L. (2019) "Does being "greener" pay? Bridging the gap between "green" technology orientation and firms' growth", *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, Vol. 15, No. 3, pp. 279-302 doi: 10.1504/WREMSD.2017.10007012

Chinnaswamy A., Papa A., Dezi L., Mattiacci, A. (2019) "Big data visualisation, geographic information systems and decision making in healthcare management", *Management Decision*, Vol. 57 No. 8, pp. 1937-1959. <https://doi.org/10.1108/MD-07-2018-0835>

Mattiacci A., Villani E. (2018) "Do product features actually add value for consumers? A laddering analysis on new luxury products", *Sinergie Italian Journal of Management*, Vol. 36 N.107, Sep-Dec, 65-88. DOI 10.7433/s107.2018.04

Scuotto V., Del Giudice M., Holden N., Mattiacci, A. (2017) "Entrepreneurial settings within global family firms: research perspectives from cross-cultural knowledge management studies" *European Journal of International Management*, 11(4), 469-489. <https://doi.org/10.1504/EJIM.2017.085586>

Ceccotti F., Mattiacci A., Nosi C. (2017) "Trends in marketing studies. A longitudinal analysis of leading Italian academic journals (2005-2015)" *Mercati e Competitività* nr. 4/17

"Assessing olfactory perception in young persons: a neuroscience perspective" (2016) con G. Di Flumeri, M. Caratù, E. Modica, D. Rossi, M.H. Trinidad, A. Trettel, P. Cherubino, A.G. Maglione, A. Colosimo, E. Moneta, M. Peparaiò, F. Babiloni, *International Journal of Bioelectromagnetism*, 2/2016, pp.67-73.

- "Televisione addio? Discontinuità strutturali e prospettive evolutive della regina dei media" in *Micro&Macro Marketing*, nr. 1/2014, pp. 9-30.
- Dalli D., Mattiacci A. "Scenari e tendenze della professione accademica: la rivista e l'associazione a confronto" Editoriale. *Mercati e Competitività*, nr. 4/2013, pp. 6-14.
- Mattiacci A., Sfodera F. "I fattori di spinta all'evoluzione del mercato dell'auto elettrica: l'analisi dell'offerta". *Mercati e Competitività* nr.2/2013, pp. 21-30. DOI 10.3280/MC2012-002004
- Mattiacci A. (2013) "L'insegnamento del marketing nelle Università Italiane: scenario, criticità e prospettive", numero speciale di *Mercati & Competitività*, pp. 19-35.
-

- “Brand-Casting. Il TvBrand protagonista della nuova competizione televisiva”, *Sinergie*, nr.1/2012
- “(Re)Discovering Niche Marketing” con Ceccotti F., *Journal of Marketing Trends*, nr.3/2010
- “La sezione Wine Marketing: una breve introduzione”, introduzione al numero tematico “Wine Marketing” di *Mercati e Competitività*, nr. 4, 2009.
- “Innovazione commerciale e comportamenti d’acquisto: la dinamica dei factory outlet centre in Italia”, con Ceccotti F., *Finanza, Marketing e Produzione*, nr. 4/2008.
-
- “Il Premio Marketing, quando una gara diventa cultura” (Editoriale), *Mercati e Competitività* nr. 4/2008 pp. 1-7.
- “Nicchia e competitività: prospettive per il consumer marketing nella nuova globalizzazione”, con Ceccotti F., *Micro & Macro Marketing*, nr.2/2008.
- “Il wine marketing: l’esperienza Banfi” con Maralli R., *Mercati & Competitività*, nr.2/2007.
- “Astley Bank and Savoia – a comparative case study analysis of entrepreneurship in the hospitality industry in relation to the Uk and Italy”, con Vignali C., in *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, volume 3, 2006.
- “Lo sviluppo del marketing nelle PMI. Riflessioni a margine di un’esperienza d’impresa”, con Ceccotti F., in *Micro & Macro Marketing*, NR. 1/2005.
- Guest Editor Special Issue del *British Food Journal*, dal titolo “Typical products marketing: tales from the Italian food and beverages industry”, volume 106, nr. 10/11, 2004. In questo numero, inoltre ha pubblicato i seguenti contributi:
- “The typical products within food glocalization: the makings of a XXIInd Century industry” con Vignali C.;
- “Brunello di Montalcino: how a typical wine could revive a poor country-village”, con V.Zampi.
- “Les roles de la publicité dans la formation et la stabilisation des preferences de marque” con Pulli A., Cuomo G. e Romagnoli S., *Revue Francaise du Marketing*, n.2/2002. L’articolo costituisce una rielaborazione del paper presentato al Convegno *Le nuove tendenze del marketing* in Parigi (cfr.)
- “I ruoli della pubblicità nella formazione e stabilizzazione delle preferenze di marca”, con Pulli A., Cuomo G., Romagnoli S., *Micro & Macro Marketing*, n.3/2002.
- “Nuove tecnologie e Sistemi Informativi di Marketing. Le applicazioni dei modelli al marketing distributivo: il caso del mercato italiano delle birre di prezzo contenuto”, con Cuomo G. e Pulli A., in *Trade Marketing*, nr.24/1998

- “La diagnostica della Customer Satisfaction nelle imprese commerciali al dettaglio”, con G. Cuomo, in *Sinergie*, numero monografico sulla distribuzione commerciale, nr.46/98
- “Carta dei Servizi e managerialità pubblica: il caso Enel S.p.A.” su *Economia e Diritto del Terziario*, numero 2/97.
- “Gli stili alimentari europei”, con Magni C., in *Agribusiness Management e Ambiente*, n.4/96.
- “La tutela organizzata dei diritti di consumatori ed utenti in Italia”, su *Economia e Diritto del Terziario*, numero 1/96.
- “Lo stato della gestione della Customer Satisfaction nei trasporti e telecomunicazioni”, con Cuomo G. e Altavilla A., su *Micro & Macro Marketing*, numero monografico, 3/1995.
- “Sviluppo del Mercato delle Telecomunicazioni e Servizi Audiotel”, in *Micro & Macro Marketing*, n.3/1994, Bologna, Il Mulino;

SPECIAL ISSUES EDITOR

- “Redefining Corporate Brand Identity in the times of social media. A multi-stakeholder perspective”, *Sinergie* (2024)
- “The New Life of Marketing Research. The Insight Imperative” *Micro & Macro Marketing* (nr.3/2021)
- “Televisione addio?” *Micro & Macro Marketing* (nr.1/2014)
- “Il Wine Marketing” *Mercati & Competitività* (nr.2/2007)
- “Typical products marketing: tales from the Italian food and beverages industry” *British Food Journal* (nr.10-11/2004)

MONOGRAFIE

- *EconomicaMente La logica dell'economia in cento mosse (e una previsione)*, Roma, 2022, Amazon SelfPublishing
- *Marketing Il management dell'impresa orientata al mercato* (con Pastore A.), Hoepli Editore, Milano, 2021 (seconda edizione; la prima edizione 2013)
- *TvBrand - La rivoluzione nel marketing televisivo* (con Militi A.), Fausto Lupetti Editore, Bologna, 2011
- *Il Marketing consumer-based. Il modello della Product Offering*, Cedam, Padova, 2003
- *Il Marketing strategico dei business di nicchia*, Cedam, Padova, 2000

CURATELE

- *Fra Prodotto e Mercato I valori della marca nel Sangiovese*, Sanguis Jovis Quaderni numero 5, 2023, Fondazione Banfi Editore, Siena.
- *La ricerca scientifica Sanguis Jovis Lavori 2017-2019 Genetica, Retail, Narrativa, Neuroscienze*. Sanguis Jovis Quaderni numero 3, 2020, Fondazione Banfi Editore, Siena.
- *Lo Storytelling del Sangiovese nell'era digitale*, Sanguis Jovis Quaderni numero 1, 2019, Fondazione Banfi Editore, Siena.
- *Non c'è più il Marketing di una volta Scritti in memoria di Gennaro Cuomo* (con Ceccotti F.), Cedam, Padova, 2017
- *Re-Branding* (con Romagnoli S.), Fausto Lupetti Editore, Bologna, 2016
- *Rapporto Italia* Eurispes, dal 2012, direzione scientifica e redazione di saggi (riportati oltre).
- *Rapporto sulle produzioni agroalimentari italiane DOP, IGP, STG*. Qualivita-Ismea, Siena. Direzione Scientifica: dal 2010 al 2017
- *Touch Point* (con Ceccotti F.), Fausto Lupetti Editore, Bologna, 2012
- *DOCommunication. Primo rapporto sui comportamenti comunicativi dei Consorzi italiani*, con Gavril M. (2012) curatela e redazione del Rapporto di ricerca, Fondazione Qualivita, Siena, 2012
- *La fine del mito della quota di mercato*, di Simon H., F. Bilstein e F. Luby, Baldini Castoldi Dalai Editore, 2009 (titolo originale *Managing for profit not for market share. A guide to greater profits in highly contested markets*, 2006, Harvard Business School Press); editor e prefazione.
- *Nicchia e competitività - Strategie di focalizzazione per la competizione globale*, Carocci Editore, Roma, 2008.
- *Io e Brunello*, di Ezio Rivella, Baldini, Castoldi, Dalai Editore, 2008; editor e prefazione.
- *Marketing Internazionale* di Cateora P., Graham J., con Guerini C., Hoepli, Milano, 2007 (titolo originale: *International Marketing*, 2006, 13^aed). L'opera consta anche di un *website* didattico con materiali originali.
- *Technomarketing. Il CRM per competere: il caso apioil* (con Desiati A. Chiantore P.), Franco Angeli, Milano, 2005.
- *Casi di Marketing - Best in Class "Collana Giorgio Eminente"*, raccolta di casi del Master Universitario in Marketing Management (MUMM), Franco Angeli, Milano, 2005.

- *Consumi e consumatori. Profili e analisi del nuovo consumatore*, di L. Windham., Apogeo Editore, Milano, 2002 (titolo originale; *The soul of the new consumer*). Il volume contiene inoltre un saggio del curatore dal titolo “Esiste davvero il consumatore online?” e “Conversazioni sul consumatore online”.
- *Marketing*, di J.P. Peter e J.H. Donnelly Jr., McGraw Hill Italia, Milano, 1999 (titolo originale; *A preface to marketing management*).
- In collaborazione col curatore (R.Varaldo): *Il marketing negli anni duemila: sfide per il nuovo secolo*, raccolta di saggi sull’evolversi degli scenari per il marketing, Guerini & Associati Editore, Milano, 1999.
- *La gestione dei beni artistici e culturali nell’ottica del mercato*, Guerini & Associati Editore, Milano, 1998.

PRODOTTI MULTIMEDIALI

- (2023) *Export Business Plan e Internazionalizzazione*, progettazione esecutiva e realizzazione di un corso executive interamente digitale asincrono per Digit’ED-Intesa San Paolo
- (2023) *Social Commerce*, progettazione esecutiva e realizzazione di un corso executive interamente digitale asincrono per Digit’ED-Intesa San Paolo
- (2023) *Pay per Use*, progettazione esecutiva e realizzazione di un corso executive interamente digitale asincrono per Digit’ED-Intesa San Paolo
- (2020) Video rubrica “Economicamente” su Leggo.it
- (2019) Videolezioni di *Economia e Gestione delle Imprese Turistiche*, (lezioni 1-2) Consorzio per l’Università a distanza Nettuno.
- (2016) Applicazione informatica *Rome Modern*. Prodotto Multimediale per la valorizzazione turistica del territorio attraverso la storia del cinema
- (2014) Box didattico *Megafabbriche illy National Geographic*, docufilm e materiale didattico (case study).
- (2013) Videolezioni di *Economia e Gestione delle Imprese Turistiche*, (lezioni 1-8) Consorzio per l’Università a distanza Nettuno.
- (2010-12) *Editoriali*, interventi su www.marketingtube.it.
- (2010) *Marketing del vino italiano in Asia e Sudafrica*, con Pratesi C.A., Dvd interattivo ad uso delle PMI italiane, finanziato dal Ministero dello Sviluppo Economico e con il patrocinio della Società Italiana Marketing.

- (2009) Videolezioni di *Principi di Marketing*, (lezioni 1-10) Consorzio per l'Università a distanza Nettuno.

CONTRIBUTI RICORRENTI SU VOLUMI

- *Rapporto Italia Eurispes*.
Redazione dei seguenti saggi:
 - "Certezza/Incertezza" in 34° *Rapporto Italia Eurispes*, Minerva, Bologna, 2024
 - "Costruzione/Distruzione" in 32° *Rapporto Italia Eurispes*, Minerva, Bologna, 2020
 - "Privato/Pubblico" in 31° *Rapporto Italia Eurispes*, Minerva, Bologna, 2019;
 - "Avvenire/Divenire" in 30° *Rapporto Italia Eurispes*, Minerva, Bologna, 2018
 - "Io/Noi", in 28° *Rapporto Italia Eurispes*, Minerva, Bologna, 2016
 - "Presente/Futuro", in 27° *Rapporto Italia Eurispes*, DataneWS, Bologna, 2015
 - "Ricchezza/povertà", in 26° *Rapporto Italia Eurispes*, DataneWS, Roma, 2014
 - "Dentro-Fuori", in 25° *Rapporto Italia Eurispes*, DataneWS, Roma, 2013
- *Best In Class Collana di casi Giorgio Eminente MUMM Sapienza*
Dal 2004 redazione dei saggi introduttivi ai volumi annuali.

INTRODUZIONI A VOLUMI

- (2021) Giordano A., *Societing 4.0*, Egea Milano.
- (2018) Ceccotti F., *Le agenzie di comunicazione nel nuovo scenario dell'Integrated Marketing Communication*, McGraw Hill Italia.
- (2017) Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I., *Marketing 4.0*, Milano, Hoepli Editore.
- (2016) Sfodera F., a cura di, *Casi di Marketing (vol. 13)*, Milano, Franco Angeli.
- (2016) Napolitano R., Marino V. "Cultural heritage e made in Italy. Casi ed esperienze di marketing internazionale", Editoriale Scientifica, Napoli (Postfazione)
- (2008) Grant J., *Green Marketing Il Manifesto*, Brioschi Editore, Milano.
- (2002) *Clienci e consumatori (con Windham L. e Orton K.)*, Apogeo Editore, Milano

CONTRIBUTI SU VOLUMI

- Mattiacci A. "Un New Normal per il vino italiano" in *Fra Prodotto e Mercato*, Quaderno n.5, Fondazione Banfi Editore, Siena, 2020, pagg. 10-25

- Mattiacci A. "La marca: cronaca di un breve viaggio esplorativo" in *Fra Prodotto e Mercato*, Quaderno n.5, Fondazione Banfi Editore, Siena, 2020, pagg. 26-41
- Mattiacci A. "Verso il tempo del postconsumo. Appunti per una morfologia nuova della pubblicità", in Masini S. (ed.) *Lo scaffale dell'inganno*, Franco Angeli, Milano, 2021, pp. 129-147
- Mattiacci A. "Fare il vino all'italica maniera. Fra Arte e scienza" in *La ricerca scientifica Sanguis Jovis*, Quaderno n.3, Fondazione Banfi Editore, Siena, 2020, pagg. 12-23
- Mattiacci A. (2020), Voce "Marketing" in *Dizionario della Cultura Treccani*, Enciclopedia Treccani Editore, online, marzo 2020.
- Mattiacci A., "Non solo finanza: la comunicazione in crisi" in Sassoon E. (a cura di) *Affrontare e vincere le crisi*, Strategiqs Edizioni Harvard Business Review Italia, Milano, 2020 pagg. 149-154,
- Mattiacci A., Bonetti E., Sfodera F. "Sostenibilità Sociale d'Impresa e Marketing Verso una Nuova Economia Civile", con Enrico Bonetti e Fabiola Sfodera, in *Contributi in Onore di Gaetano Maria Golinelli*, Rigori Editore, Napoli, 2020 pagg. 12-19
-
- Nocenzi M., Sfodera F., Mattiacci A., Sofia C. "Le conseguenze sull'attività professionale. Tra incertezze e opportunità" in Lombardo C., Mauceri S. *La società catastrofica Vita e relazioni sociali ai tempi dell'emergenza Covid-19*, Franco Angeli, Milano, 2020.
- Mattiacci A., Di Leo A. "L'omnicanalità nei consumer market. Una nuova morfologia del canale per un nuovo imperativo: creare valore per il consumatore" in *Scritti in onore di Giuseppe Tardivo*. Giappichelli Editore, Torino, 2020
-
- "Climate Change. La sfida per una nuova economia" in *Il Sangiovese nel futuro*, Fondazione Banfi Editore, Siena, 2019, pagg. 12-19
- "Marketing e Storytelling. Creare valore al vino" in *Lo Storytelling del Sangiovese nell'era del digitale*, Fondazione Banfi Editore, Siena, 2019, pagg. 71-86
- "Dallo spot allo Storytelling" in *Lo Storytelling del Sangiovese nell'era del digitale*, Fondazione Banfi Editore, Siena, 2019, pagg. 14-27.
- "Un Rinascimento dei consumi? Riflessioni intorno ad Avere o Essere di Erich Fromm", in *Scritti seri e semiseri in onore di Claudio Baccarani*, pp. 305-317, Giappichelli, 2018.
- Mattiacci A, Sfodera F., Mingo I. "Lo shopping conta? Il centro storico delle città d'arte come ambiente di shopping e il suo impatto sulla soddisfazione del turista" in a cura di IRISS *Rapporto sul turismo italiano XXII Edizione 2017/2018*. Edizioni Consiglio Nazionale delle Ricerche, 2018
- *Non c'è più il Marketing di una volta Scritti in memoria di Gennaro Cuomo* (a cura di Alberto Mattiacci e Federica Ceccotti), Cedam, Padova, 2017.

Redazione dei seguenti contributi sul volume:

- “Introduzione. L'uomo e lo studioso”, con Ceccotti, F., in Mattiacci A., Ceccotti F. (editor) *Non c'è più il marketing di una volta. Scritti in onore di Gennaro Cuomo*, Padova, Cedam.
 - “Presentazione Contributi”, con Ceccotti F., in Mattiacci A., Ceccotti F. (editor) *Non c'è più il marketing di una volta. Scritti in onore di Gennaro Cuomo*, Padova, Cedam.
 - “Non c'è più il marketing di una volta? Un'analisi longitudinale sulle riviste accademiche italiane”, con Ceccotti F., in Mattiacci A., Ceccotti F. (editor) *Non c'è più il marketing di una volta. Scritti in onore di Gennaro Cuomo*, Padova, Cedam.
 - “Prodotti tradizionali e nuovi media: strategie di comunicazione digitale dei prodotti a denominazione di origine” con Bonetti E., Simoni M., in Marino V. e Napolitano M.R. (editor), 2016.
 - “Tutte le strade portano a Roma. Viaggio nel branding alla ricerca dell'Urbe”, in Celant A. (a cura di), *Il turismo a Roma*, 2016
- Cerquetti M., Mattiacci A., Montella M. “Economia e gestione dell'eredità culturale. Dizionario metodico essenziale”, Wolters Kluwer Italia, 2016
- “La Dieta Mediterranea: un mercato narrativo” in PromImperia (a cura di) *Dieta Mediterranea*, Franco Angeli Milano 2015
 - “Mercati liquidi e fasce di valore” in Fornari D., Dalli D. *Le discontinuità d'Impresa*, Milano Egea, 2014
 - “Neuromarketing: a gym for intellectual humility”, foreword a Vecchiato et al (editor), *Neuroelectrical brain imaging. Tools for the study of the efficacy of Tv Advertising Stimuli and their application to neuromarketing*, Springer, Berlin-Heidelberg, 2013.
 - “A strategic framework for marketing Sweet Reinforced and Fortified Wines”, con Nosi C. in Mencarelli F., Tonutti P. (editor) *Sweet, Reinforced and Fortified Wines: Grape Biochemistry, Technology, Vinification*, Wiley-Blackwell Ed., London, 2013
 - “Brand. Lo stile della differenza” in Borrelli D., Gavrilina M. (2013), *Media che cambiano, parole che restano*, Franco Angeli, Milano.
 - Mattiacci A. “Cinque Stelle per il Marketing” in Costanza Nosi (a cura di) *Casi di Marketing (Vol. 10)*, Franco Angeli, Milano, 2013
 - “Are You Talking To Me?”, in *Rapporto 2011 sulle produzioni agroalimentari italiane DOP, IGP, STG*, Fondazione Qualivita - ISMEA, Siena, 2012
 - “La Dolce Vita è finita, è tempo di Matrix: un tracciato per il futuro delle produzioni a denominazione” in *Rapporto 2010 sulle produzioni agroalimentari italiane DOP, IGP, STG*, Fondazione Qualivita, Siena, 2011

- “Lessons from Italian Youngsters: how to deal with wine complexity by Marketing Management”, con Ceccotti F., Nosi C., in Faraoni M., Santini C. (eds), *Managing the wine business: research issues and cases*, Milano, McGrawHill, 2010
 - “Il branding televisivo: aspetti teorici ed esperienze d’impresa”, con D. Di Gregorio, in Nardello C., Pratesi C.A., *Il nuovo marketing televisivo*, Eri Edizioni Rai, 2010.
 - “Le produzioni registrate: un valore culturale ed economico fra marketing e produzione” in *Rapporto 2009 sulle produzioni agroalimentari italiane DOP, IGP, STG*, Fondazione Qualivita, Siena, 2010
- Mattiacci A. “Le tre non sostenibilità del vecchio contesto: quali conseguenze?” in Pratesi C.A. (a cura di) *Casi di Marketing (Vol. 7)*. Franco Angeli, Milano, 2010
- “Metodi e tecniche della ricerca di marketing”, con Mason M., in Cristini G. (editor), *Manuale di Marketing*, Il Sole 24Ore, Milano, 2009.
 - “Strategie di nicchia e media impresa: il caso Art Ceram di Civita Castellana”, con Aquilani B., in Varaldo R., Dalli D., Resciniti R., Tunisini A. (2009) editor, *Un tesoro emergente. Le medie imprese italiane dell’era globale-* Franco Angeli, Milano.
 - “Italian SME International strategies: state of the art and some empirical evidences”, con Zanni L., Simoni C., (2008), in Dana, L., Welpel, I., Han, M. and Ratten, V. (ed.) *Handbook of Research on European Entrepreneurship: Internationalisation of Small Businesses*, Edward Elgar Publishing
 - “L’Etrusco come brand: Un’analisi del progetto etruschi in chiave di marketing culturale”, in Zanni L. (a cura di) *La gestione del patrimonio archeologico tra passato e futuro: la valutazione del “Progetto Etruschi*, Collana IRPET 2007
 - “Le 4A: un nuovo paradigma per il consumer marketing prevalentemente operativo”, in Cherubini S. (editor) *Scritti in memoria di Giorgio Eminente*, Franco Angeli, Milano, 2007.
 - “Strategie emergenti nel business vitivinicolo: un’analisi comparata tra Australia e Italia”, con Zanni L., Nosi C., in Ciappei C., a cura di, (2006), *La valorizzazione economica delle tipicità rurali tra localismo e globalizzazione*, Firenze University Press, Firenze.
 - Mattiacci A. “Un modello laico di business” in Ciappei C. (2006) *La valorizzazione economica delle tipicità locali tra localismo e globalizzazione*, Firenze University Press, Firenze.
 - “Responsabilità sociale d’impresa e consumi: le tre direttrici di comportamento” in Cordero di Montezemolo A., a cura di (2005), *Etica, Cultura e Responsabilità Sociale d’Impresa*, Edizioni Gruppo Editoriale Enterprise, Roma.
 - “Wine, tourism and territory: an analytical framework for a marketing-based view” in Zanni L. (editor) *Leading firms and wine clusters: understanding the evolution of the*

Tuscan wine business through an international comparative analysis, Franco Angeli, 2004

- “Rural business and the wine-centric development: the Montalcino case” e “The Banfi case”, entrambi con Doria M.C., in Aa.Vv. Zanni L. (editor) *Leading firms and wine clusters: understanding the evolution of the Tuscan wine business through an international comparative analysis*, Franco Angeli, 2004
- “La marca come *matrioska* di contenuti fra impresa e consumatore”, in Cordero di Montezemolo A., a cura di (2004), *Storia dei grandi marchi di successo – Hystory of successful brand*, Edizioni Gruppo Editoriale Enterprise, Roma.
- “Le ricerche di marketing: soggetti, processi, tipologie”, in Troilo G., Molteni L. (a cura di) *Ricerche di marketing*, Mc Graw Hill Italia, Milano, 2003. (Il medesimo contributo è pubblicato anche nel volume *Introduzione alle ricerche di marketing*, per i medesimi tipi editoriali).
- “La domanda di professionalità nelle imprese dell’ICT e dei Logistics: risultanza di uno studio qualitativo”, su Vagnani G. (a cura di) *Analisi delle dinamiche settoriali e del lavoro nell’area romana*, Cueim, 2001.
- “La net economy italiana: un’analisi descrittiva in una prospettiva business-oriented”, in MAZZA B., FONTANA R., a cura di (2001) *E-job. Guida al lavoro nella net economy*, Guerini & Associati, Milano.
- “La riforma del commercio e i suoi effetti reali”, con Cuomo G. in *Imprese commerciali e sistema distributivo*, a cura di Baccarani C., Giappichelli, 2001, 3^a edizione. Contributo rivisto e aggiornato per la 4^a edizione (2005): Cuomo G., Mattiacci A., Ceccotti F., “L’evoluzione della disciplina del commercio in Italia: fra regolamentazione e liberalizzazione”.
- AA.VV. “*Indirizzi per il commercio a Roma. Analisi, scenari e strumenti di attuazione per la tutela, la riqualificazione e la modernizzazione della rete di vendita della Città di Roma*”, Gangemi Editore, Roma, 2001.
- “MARKETING. Il rapporto Impresa-Mercato”, in Dezi L., *Economia e gestione delle imprese*, Cedam, 2000.
- “Il marketing della terza generazione” in Dezi L. (a cura di), *Le strategie innovative delle imprese*, Chieti, Camera di Commercio, Industria e Artigianato, 2000.

ARTICOLI SU RIVISTE NON SCIENTIFICHE

Partecipazione al dibattito nazionale su temi economici e sociali attraverso articoli pubblicati **regolarmente** su:

- *Leggo* (edizione nazionale)

Ogni mercoledì la rubrica *Economicamente* in prima pagina dove tratto temi economici in modo divulgativo.

- *Harvard Business Review Italia* (edizione nazionale)
Ogni mese la rubrica *Marketing*.
- *l'Eurispes*
Newsletter dell'Istituto Eurispes, dove affronto temi inerenti il cambiamento sociale, con articoli mensili.

Più **sporadicamente**, intervengo con contributi e interviste su Repubblica Affari & Finanza, Il Sole24Ore, Aspenia Online.

ALTRI:

- "Un marketing intelligente", in Aspenia rivista trimestrale di affari internazionali di Aspen Institute Italia, volume 1, gennaio 2024, pagg. 176-184 . Il saggio è stato edito anche nella versione internazionale della rivista.
- "La magnifica nicchia", in *Aspenia*, rivista trimestrale di affari internazionali di Aspen Institute Italia, volume 100, settembre 2023, pagg. 56-66. Il saggio è stato edito anche nella versione internazionale della rivista.
- "A chi conviene lo smart working", in Aspenia, rivista trimestrale di affari internazionali di Aspen Institute Italia, volume 94 anno 24, settembre 2021, pagg. 270-278 .
- "L'uomo nuovo e gli antichi bisogni", Nuova Antologia, Vol.623, Fasc. 2292, pagg.38-44, 2019
- "Consumismo Addio?" in Aspenia, rivista trimestrale di affari internazionali di Aspen Institute Italia, volume 86 anno 24, ottobre 2019, pagg. 230-239.
- "Da massa di consumatori a rete di persone", in *Via Po Conquiste del Lavoro*, rivista di Economia Cisl, supplemento al numero 221 anno 69, 29 novembre 2017, pagg.3-7.
- "L'economia italiana di fronte al XXI Secolo" in *Nuova Cortina*, rivista dell'Istituto di Cultura Italiana di Budapest, nr. 25/2013, pp. 30-38.
- *Qualigeo.EU*, rivista tecnico-scientifica sulle problematiche di gestione e promozione delle Denominazioni di Origine protetta (DO). Redazione di un editoriale curando la rubrica fissa "Marketing":
 - o Una sfida culturale: il marketing management (nr.1/2011)
 - o La Commissione lancia il crowdsourcing (nr.2/2011)
 - o Un Codice Etico Europeo per le produzioni a DO (nr.3/2012)
 - o L'efficacia dei programmi di promozione delle DO (nr.4/2012)

- “Idee per un nuovo Marketing dopo la crisi”, *Management & Performance*, nr.1/2010
- “L’intensità competitiva nel business vitivinicolo e il suo impatto sul Senese: tessere di un mosaico in costruzione” (2006) su Provincia Siena Informa.
- “Factory Outlet” su *MARK-UP, rivista dell’economia, produzione e politiche della distribuzione* – aprile/2005;
- “Post Lauream: chi è costei?” su *New Marketing*, newsletter trimestrale del Premio Philip Morris per il Marketing, ottobre 2004.
- “Ma poi funziona? Considerazioni sul marketing politico”, su *CcUbB*, n.4 2003.
- “Riflessioni sul marketing urbano”, in *Messaggio* (rivista Midiform), 2003.
- “Il marketing territoriale nella provincia di Arezzo: opportunità e rischi”, con Zanni L., in *Arezzo Impresa* (rivista di Federimpresa), 2003.
- “L’acqua sporca e il bambino: appunti sul marketing e il patrimonio culturale”, su *CcUbB*, n.1 2003.
- “La marca fra mito e culto: riflessioni da una ricerca in atto” su *New Marketing*, newsletter trimestrale del Premio Philip Morris per il Marketing, gennaio 2003.
- “Il marketing e la riforma” su *New Marketing*, newsletter trimestrale del Premio Philip Morris per il Marketing, luglio 2002.
- Si è avuto incarico dalla redazione della rivista *Synchron* -house organ dell’AGIP, Gruppo ENI, distribuita in tre lingue a tutte le filiali europee del gruppo e ad un pubblico qualificato di stakeholder- di produrre una serie di saggi, volti a introdurre e approfondire alcune tematiche del marketing management. Scopo dell’iniziativa è di diffondere la cultura di marketing all’interno dell’azienda e di sensibilizzarne gli stakeholder sulle evoluzioni dei rapporti di mercato coi quali l’azienda dovrà confrontarsi nel prossimo futuro. In quest’ambito sono stati prodotti i seguenti saggi:
 - “Economia e marketing: che consumatori saremo?”, nr. 1/01;
 - “I consumi etnici”, nr. 4/00;
 - “La comunicazione integrata d’impresa”, nr.3/00;
 - “Il marketing guarda alle nuove tecnologie: riflessioni su un cambiamento in atto”, nr. 2/00;
 - “Il postmodernismo: una frontiera di pensiero per il marketing del futuro?”, nr.1/00;
 - “La nicchia: un’area di business speciale per il customized marketing”, nr. 4/99;
 - “Comarketing: offerte complesse per consumatori esigenti”, nr. 3/99;
 - “La marca: strumento per gestire il valore nei mercati locali e globali”, nr. 2/99;
 - “Evoluzione del comportamento delle famiglie e riflessi per il marketing”, nr. 1/99;

- “Dalla customer satisfaction alla fidelizzazione del cliente”, nr. 5/98;
- “Principi e valori della Customer Satisfaction nelle Imprese”, in *QUALITÀ*, rivista AICQ, nr. 4/95 e 5/95. Scritto ripreso e pubblicato anche da *L'INDUSTRIA MECCANICA*, nr. 510-511, 1996;
- “La vera Qualità è quella Percepita” su *MARK-UP*, rivista dell'economia, produzione e politiche della distribuzione - anno 1° n.3/1994;

INVITED SPEAKER *

(2021)

Aspen Institute

Le opportunità della Silver Economy Roma, 17 novembre 2021

Mercato digitale e sistema produttivo, Roma 3 novembre 2021

Consumi: rilanciare e riqualificare la domanda per una nuova crescita economia, Aspen Seminar for Leaders, Venezia, 8-10 ottobre 2021

Il paradigma economico post-Covid: il futuro del lavoro e delle imprese Roma, 19 ottobre 2021

Imprese, persone e reti sociali nel nuovo contesto phygital - Roma, 9 giugno 2021

Confagricoltura *Comunicazione e Marketing: la trasformazione digitale per il dopo Covid*, Siena 28 maggio 2021

Festival della Comunicazione *Il mercato dell'attenzione*, Dogliani 3 settembre 2021

Origin Italia *Il futuro delle eccellenze agroalimentari*, Roma 26 febbraio 2021

(2020)

Aspen Institute

Fare impresa in Italia, Roma 13 novembre 2020

Gestire l'uscita dalla crisi: opinione pubblica e industria della comunicazione, Roma 14 maggio 2020

Ripensare e rilanciare il turismo dopo la pandemia, Roma, 4 maggio 2020

I nostri anni Venti, Roma 7 luglio 2020

Confindustria GI, *Le nuove rotte, breve storia del nostro futuro*, 15 giugno 2020

(2019)

Aspen Institute

L'industria del turismo: cultura ambiente innovazione e sviluppo, Aspen Seminar for Leaders, Venezia, 11-13 ottobre 2019

Valore e valori di una nuova Corporate Social Responsibility, Roma, 9 giugno 2019

Associazione Nazionale Città dell'Olio *Il mercato* Siena, 30 novembre 2019

International Advertising Association *Advertising for real*, 24 aprile 2019

Confagricoltura *Vino e mercati terzi*, Roma 27 marzo 2019

Federmanager *Il futuro del lavoro, le imprese, i manager*, Roma 5 marzo 2019

* Selezione interventi più significativi ultimi tre anni.

INTERVENTI A CONVEGNI E SEMINARI†

- (2019) Convegno SIM. *Marketing 4.0: le sfide della multicanalità*, Piacenza 24-25 ottobre, presentando il seguente lavoro: Cerroni F., Mattiacci A., Rea A. "Wine marketing: a literature review".
- (2018) **9th International Research Symposium in Service Management (IRSSM-9)** presentando il seguente lavoro: Sfodera F., Mingo I., Mattiacci A., Colurcio M. "Technology as operant resource for the cultural heritage reconstruction experience" paper premiato come Highly Recommended paper.
- (2018) **Convegno Sinergie-SIMA Transformative business strategies and new patterns for value creation** Venezia 14-15 giugno, presentato il seguente paper: Ceccotti F., Vernuccio M., Mattiacci A., "L'evoluzione delle relazioni fra agenzia e cliente nel communication network. La prospettiva dei partner di comunicazione".
- (2018) **Convegno Sinergie-SIMA Transformative business strategies and new patterns for value creation** Venezia 14-15 giugno, presentato il seguente paper: Mattiacci A., Bruni A., Magno F., Cassia F. "Niche marketing: an exploration from the perspective of tourism businesses".
- (2018) Convegno SIM *I percorsi identitari nel marketing* Bari 18-19 ottobre, presentato il seguente paper: Sfodera F., Nosi C., Mattiacci A., Petruzzellis L. "The Mediterranean diet storytelling an inquiry into an intangible marketing asset".
- (2018) 11th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business presentando il seguente lavoro: "Caratù M., Cherubino M., Mattiacci A. "Application of Neuro-Marketing techniques to the wine tasting experience".
- (2017) 10th Consumer Behavior in Tourism Symposium (CBTS 2017) - *Mindfulness, Well-being and Happiness in Tourism Research from Definitions to Measurement*, presentato il seguente paper: Sfodera F., Mingo. S e Mattiacci A., "Tourist shopping satisfaction in art heritage cities. Modeling the relevance of shopping environment"
- (2017) **Relazione del Presidente** "Lo stato del Marketing", relazione di apertura ai lavori della XIV[^] SIM Conference *Il marketing di successo: imprese, enti e persone*, Bergamo 20 e 21 ottobre.
- (2017) XIV[^] SIM Conference *Il marketing di successo: imprese, enti e persone*, paper accettato e presentato "Sales capabilities in the wine industry: current scenario and emerging issues" con Bruni A., Magno F., Cassia F., Bergamo 20 e 21 ottobre.
- (2017) **Philip Kotler Marketing Forum** "R-Evolution" intervento introduttivo e intervista a Philip Kotler, Milano, 6 e 7 ottobre.
- (2017) **Rome Social Media Week**, Tavola rotonda *e-Commerce Evolution: Acquisition & Engagement Strategy* intervento e coordinamento, Roma, 13 settembre.
- (2017) **WeCom Sport**, Tavola rotonda *Sponsorizzazioni sportive e logiche di marketing* intervento e coordinamento, Roma, 20 settembre.
- (2017) **Festival della Crescita**, "Alimentare le generazioni", tavola rotonda sui consumi, Roma 28 marzo.
- (2017) **CertaMente**, seminario sul Neuromarketing, Intervento di apertura "Marketing e neuroscienze", Milano, 2 marzo.
- (2017) **Workshop AgCom** *Autorità pubblica e Autodisciplina: gli strumenti di tutela nei "digital media"*, Relazione introduttiva ai lavori, Roma, 2 marzo.

† AGGIORNATO AL 10 dicembre 2019

Gli interventi a seminari il cui titolo è in grassetto sono da intendersi come interventi su invito.

- (2017) **Seminario iCom** *Passato, presente e futuro dei comportamenti di consumo sotto la lente del digitale*, relazione introduttiva, Roma 24 maggio.
- (2017) **Workshop FishManPlace** *La pesca sostenibile nei nostri mari*, relazione “Il prodotto esteso: Story Telling e Benchmarking nel settore del Food & Fish”, Roma, 29 maggio.
- (2017) Seminario di presentazione del volume “Non c’è più il marketing di una volta Scritti in ricordo di Gennaro Cuomo”, introduzione ai lavori. Roma, Camera dei Deputati, 7 giugno.
- (2017) Euromed Conference, “*Global and national business theories and practice: bridging the past with the future*”, paper accettato e presentato: “Vernaccia di San Gimignano: a business-case analysis to re-position an Italian origin labelled white wine” con Caratù M., Fisichella C., Roma 13-15 settembre.
- (2017) **Convegno AIDEA** Tendenze nuove negli studi economico-aziendali L’evoluzione dei rapporti azienda-società. Intervento alla tavola rotonda “Evoluzione e proiezione internazionale dell’aziendalismo italiano”, Roma 14-15 settembre.
- (2016) **Relazione del Presidente** “Lo stato del Marketing”, relazione di apertura ai lavori della XIII^a SIM Conference *Marketing & Retail nei mercati che cambiano*, Cassino 20 e 21 ottobre.
- (2016) XIII^a SIM Conference *Marketing & Retail nei mercati che cambiano*, paper accettato e presentato “L’evoluzione degli studi di marketing in Italia” con Ceccotti F. e Nosi C., Cassino 20 e 21 ottobre.
- (2016) XIII^a SIM Conference *Marketing & Retail nei mercati che cambiano*, paper accettato e presentato “The re-sacralization process of contemporary pilgrimage. A phenomenological study of the Camino de Santiago de Compostela” con Nosi C., Sfodera F., e Ceccotti F., Cassino 20 e 21 ottobre.
- (2016) 6th *International Conference on Tourism management and related issues*, paper accettato e presentato “Ultreya, Suseya, Santiago: does going forward truly mean going higher? looking for the real experience of the contemporary pilgrim” con Nosi C., Sfodera F., e Ceccotti F., Cracovia, 22 e 23 settembre.
- (2016) “The Mediterranean Diet storytelling An inquiry into an intangible marketing asset” (con Sfodera F., Petruzzellis L.), paper accettato e presentato alla GAMMA *Global Marketing Conference* di Hong Kong, 21-24 luglio.
- (2016) *The Modern Rome Memory Project*, relazione introduttiva al workshop di presentazione della ricerca. Sapienza, Aula Odeion, 22 giugno.
- (2016) “**Patrimonio culturale e Made in Italy verso il futuro**” dibattito pubblico di presentazione del volume *Cultural Heritage e Made in Italy*, Napoli Sala Convegni Editoriale Scientifica, 31 maggio.
- (2016) “**Siamo davvero solo consumatori?**” intervento a dibattito pubblico sul marketing presso la Fondazione Rui, Roma, 16 maggio.
- (2016) **Audizione informale** dinanzi all’Ufficio di Presidenza della Commissione affari costituzionali del Senato della Repubblica nell’ambito dell’esame del ddl 2271 e connessi (Editoria). Roma, giovedì 5 maggio.
- (2016) *Certamente* “Italian Neuromarketing Days”, partecipazione su invito con la relazione “**Mente e mercato. L’evoluzione del marketing**”, Roma 19 aprile.
- (2016) “Che succede?” relazione al seminario di presentazione del **Rapporto Qualivita Ismea sulle produzioni DO**, nel corso della *Giornata Nazionale della Qualità Agroalimentare*, Roma 19 febbraio.

- (2015) **“Comunicazione e Marketing dell’attività professionale”** relazione “innovare la professione: il contributo del marketing”, Roma, 16 dicembre.
- (2015) **Audizione informale** alla Camera dei Deputati VII Commissione Cultura nell’ambito dell’esame delle proposte di legge C. 3317 Coscia e C. 3345 Pannarale, recanti Istituzione del Fondo per il pluralismo e l’innovazione dell’informazione e deleghe al Governo per la ridefinizione del sostegno pubblico all’editoria.
- (2015) “The role of affective reactions and moral norms in the intention to stay at hotels employing people with Down syndrome”, con Nosi C., Pratesi C.A., Lavorato A., paper accettato nella sezione *Tourism, Culture & Arts Marketing* del XII Convegno SIM “Il marketing al Servizio delle città”, Torino 22 e 23 ottobre 2015.
- (2015) Assemblée Confindustria Imperia, **“Agroalimentare e turismo Passaporto per la crescita del territorio”**, partecipazione su invito con la relazione “Change! Fra cambiamento e discontinuità gli orizzonti di sviluppo per l’economia della riviera di ponente”, San Remo, 27 ottobre.
- (2015) *Settimana della Dieta Mediterranea*, partecipazione su invito, **“Prospettive economiche per la Dieta Mediterranea”**, Milano Expò2015, 18 settembre.
- (2015) *Stati Generali delle IG*, partecipazione su invito ad Expò2015 con la relazione **“Le sinergie offerte dal connubio vino-food”**, Milano 15 giugno.
- (2015) *Philip Kotler Marketing Forum*, Milano Università Bicocca, moderatore e relatore **“La grandezza di Philip Kotler”** al seminario-evento di Philip Kotler, 15 maggio, Milano.
- (2015) “David Vs Goliath”, con M.Simoni, E.Bonetti, paper presentato alla Circle International Conference 8-10th of April 2015, Szczecin, Poland.
- (2015) **Innovare le parole** relatore su invito all’8° **Seminario della Pallacorda**, dal titolo “L’innovazione televisiva e la sua sostenibilità”, Roma, 23 aprile.
- (2015) **Le parole chiave del dibattito**, relatore su invito al workshop **“Management e Marketing: idee per la ripresa”**, Federmanager, Roma, 23 febbraio.
- (2015) **Le idee di Expò2015 – Verso la Carta di Milano**, relatore su invito al tavolo “La sfida delle indicazioni geografiche”, Hangar Bicocca, Milano, 7 febbraio.
- (2015) **OCM Promozione e vino italiano di qualità: quale futuro?** Relazione e presentazione di ricerca, Roma, 3 febbraio.
- (2015) **27 Rapporto Italia Eurispes**, relatore su invito al tavolo “Presentazione del Rapporto”, Biblioteca Nazionale, Roma, 30 gennaio

- (2014) “Le DO alla prova distributiva” intervento al seminario di presentazione del **Rapporto Qualivita Ismea sulle produzioni DO**, 11 dicembre.
- (2014) “Ma che succede? (nulla più come prima)” seminario **L’economia dell’astigiano: nuove opportunità di crescita**, Asti, 8 dicembre.
- (2014) “Valorizzare la Dieta Mediterranea sul mercato” intervento al **Forum Dieta Mediterranea**, Imperia, 14 novembre.
- (2014) “Label Diète Méditerranéennes et enjeux pour le marketing et la commercialisation de l’huile d’olive de qualité”, intervento alla **7^a Journées Méditerranéennes del l’Olivier a Meknes**, Meknes, 22 ottobre.
- (2014) “Criticità e prospettive per l’industria televisiva” intervento al dibattito **Tv addio?** Camera dei Deputati Roma 1 ottobre.
- (2014) “Widening marketing culture” relazione d’apertura al convegno **Consumer Insight News from Neurosciences**, Roma Centro Congressi Sapienza, 1 ottobre.
- (2014) “Lo stato della ricerca sul marketing in Italia” intervento alla **Scuola Sim**, Urbino 5 giugno.
- (2014) “C’è bisogno di marketing?” in **Il futuro del Marketing**, CNA Roma, 21 maggio.

- (2014) “Communication strategies for Italian food excellence”, con E.Bonetti, M.Simoni, paper presentato alla **Circle International Conference** Manchester, 23-26 aprile.
- (2014) “Le prospettive di mercato nei Paesi extra UE” introduzione al convegno **Promozione del vino e del food italiano nei paesi terzi**, Roma Centro Congressi Sapienza, 15 aprile.
- (2014) 26 **Rapporto Italia Eurispes**, relatore su invito al tavolo “Presentazione del Rapporto”, Biblioteca Nazionale, Roma, 30 gennaio.

- (2013) “Quale futuro per l’Europa?” intervento al seminario **l’Europa e il dopo crisi**, Ambasciata di Francia, Palazzo Farnese, Roma, 13 dicembre.
- (2013) “Outlet Italia” intervento al workshop di presentazione della ricerca Eurispes-Uil PA, Roma 11 dicembre
- (2013) “Le DO alla prova del surf” intervento al seminario di presentazione del **Rapporto Qualivita Ismea sulle produzioni DO**, 5 dicembre.
- (2013) “Dieta Mediterranea come elemento di valore per la promozione delle eccellenze agroalimentari italiane sui mercati internazionali” intervento al **Forum Dieta Mediterranea**, Imperia, 15 novembre.
- (2013) “Far ripartire il mercato interno” intervento al seminario **Oscar del Vino 2013** dell’Associazione Italiana Sommelier di Roma, 3 giugno.
- (2013) “L’economia italiana di fronte al XXI Secolo”, conferenza presso l’Istituto Italiano di Cultura di Budapest, nell’ambito del ciclo **Sguardi sull’Italia di Oggi. Domande e Risposte**. Budapest, 10 aprile.
- (2013) “Il futuro digitale dell’Italia creativa?” chairman del workshop Google Italia **L’Italia creativa nell’era digitale** Roma, 26 marzo.
- (2013) 25 **Rapporto Italia Eurispes**, relatore su invito al tavolo “Presentazione del Rapporto”, Biblioteca Nazionale, Roma, 31 gennaio.

- (2012) “La strada verso il valore”, intervento alla presentazione del **Rapporto 2012 sulle produzioni agroalimentari italiane DOP, IGP, STG** Fondazione Qualivita, Ministero Agricoltura e Foreste, Roma, 17 dicembre.
- (2012) “Foreste urbane intelligenti?” intervento al workshop **Apri la Scatola**, Camera di Commercio di Roma, 31 ottobre.
- (2012) “Le PMI Agroalimentari oltre la crisi: come cogliere le sfide e le opportunità del mercato”, intervento al Workshop ISCI @Work **Le idee incontrano le Imprese**, Camera di Commercio, Bari, 15 ottobre.
- (2012) “Quali opportunità per un rinnovamento della formula di offerta romana?” intervento al workshop **Un sistema turistico di successo si basa sulla condivisione tra gli attori locali. A Roma siamo pronti?** di Promoroma – Camera di Commercio di Roma, 14 giugno.
- (2012) “Figure professionali nel marketing”, intervento a **L’importanza della formazione e il mercato del lavoro: opportunità e figure professionali**, Luiss Business School, Roma, 12 giugno.
- (2012) “L’economia di Trapani negli scenari globali: opportunità e prospettive” intervento alla **10^ Giornata dell’Economia “Crescere: una priorità per l’economia trapanese**, Camera di Commercio di Trapani, Trapani, 14 maggio.
- (2012) “DOCommunication. Prima indagine sui comportamenti comunicativi dei Consorzi Italiani”, intervento al workshop Fondazione Qualivita **Green Paper. Dibattito sulla politica UE di promozione dei prodotti agricoli europei**, Bruxelles, 11 aprile.

- (2011) “Change !”, intervento e relazione scritta presentata al **V Forum Qualivita “Q Factor”**, a Bruuxelles, il 29 novembre.
 - (2011) “La Dieta Mediterranea Patrimonio Immateriale dell’Umanità UNESCO: verso un disciplinare di governance” intervento al **Forum Dieta Mediterranea**, Imperia 17-19 novembre.
 - (2011) *BrandCasting*, paper presentato al XXII Convegno *Sinergie*, 10 e 11 novembre, presso lo IULM di Milano.
 - (2011) Chairman della tavola rotonda: *Il ruolo della comunicazione strategica nelle imprese: il punto di vita degli imprenditori*, Convegno **Sinergie**, 10 e 11 novembre, presso lo IULM di Milano.
 - (2011) *Mobilità sostenibile e auto elettrica* intervento al VII° Convegno Società Italiana di Marketing, Roma, 22 settembre.
 - (2011) *Marketing sensoriale: può il marketing non esserlo?*, intervento al **Forum Comunicazione 2011**, Auditorium Parco della Musica, 7 giugno.
 - (2011) *Fare mercato nel nuovo scenario competitivo - Le 4A del wine marketing*, **Conferenza Annuale dell’Associazione Giovani Imprenditori del vino AGIVI**, Terme di Petriolo (SI), 24 giugno.
 - (2011) *XXI secolo: l’alba del nuovo mercato del vino*, Workshop **Strategie e strumenti di fronte alle nuove realtà del vino**, Istituto Agrario di San Michele all’Adige, 10 marzo.
 - (2011) *Neuromarketing: una nuova prospettiva per il wine business?*, Workshop **Strategie e strumenti di fronte alle nuove realtà del vino**, Istituto Agrario di San Michele all’Adige, 10 marzo.
 - (2011) *Qualità agro-alimentare e promozione del territorio*, Convegno MIPAF-UNESCO, **Dieta Mediterranea Patrimonio Culturale Immateriale dell’Umanità**, Palinuro (SA), 25 febbraio.
 - (2011) **La misurazione degli ascolti nella televisione che cambia**, Tavola rotonda, I.Com, Istituto per la Competitività, Roma, 8 febbraio.
 - (2011) **The Impact of Country Image Framing and “Made in Italy” on Managerial FDI Perceptions and Intentions: Evidence from the Italian Market** Taylor C.R., Mattiacci A., Kozup J., Antonucci G., Bennet A., Paper presentato all’International Marketing Trends Conference – Venezia, 19/21 Gennaio 2011
-
- (2010) “Aprite quella porta: lo scenario e le sfide al marketing” intervento al **Top Management Forum: Innovare l’innovazione**, Milano 17 novembre.
 - (2010) “La Dolce Vita è finita, è tempo di Matrix”, intervento alla presentazione del **Rapporto 2010 sulle produzioni agroalimentari italiane DOP, IGP, STG** Fondazione Qualivita, Roma, 11 novembre 2010.
 - (2010) “La vigna e il mercato. Per una mirata programmazione di lungo periodo” intervento al Workshop **Il futuro delle produzioni Siciliane**, Istituto Regionale della Vite e del Vino, Marsala, 23 giugno 2010.
 - (2010) “Cambia la televisione?”, intervento al seminario **Marketing 2010: nuove televisioni per gli advertiser?**, talk show di marketing presso la Luiss Business School, Roma, 14 giugno 2010.
 - (2010) “L’agroalimentare di qualità italiano: uno sguardo oltre la crisi”, intervento alla presentazione del **Rapporto 2009 sulle produzioni agroalimentari italiane DOP, IGP, STG** Fondazione Qualivita, Roma, 14 gennaio 2010.

- (2009) “Nuove idee per nuovi marketing”, intervento al seminario **Marketing 2010: nuove idee per nuovi progetti**, talk show di marketing presso la Luiss Business School, Roma, 14 dicembre 2009.
- (2009) “Sviluppare il business attraverso il nuovo marketing” intervento al **Top Management Forum: Performance Migliori e Sostenibili. Sfide, strategie e strumenti per ripartire nel 2010**, Milano 2 dicembre 2009.
- (2009) “Fumetto e Marketing”, intervento al **Romics**, 9° festival Internazionale del fumetto e dell’animazione, Roma, 9 ottobre 2009.
- (2009) “Quali innovazioni per il marketing in tempi di crisi?”, intervento al Convegno Business International: **The new CMO’s Challenge: raise supremacy in a down economy**, Milano, 31 marzo 2009.
- (2009) “Prospettive di business nella relazione tra gioco e social network”, intervento al seminario **Business e Gaming - Gioco e social network nella rete d’impresa**, Roma Sapienza, 4 marzo 2009
- (2009) “Una nuova idea di manifatturiero per il cambiamento”, intervento al Convegno di presentazione del VII Rapporto ICE **Evoluzione del Commercio con l’Estero per Aree e Settori**, Roma, 9 febbraio 2009

- (2008) “Il DM come strumento di marketing”, intervento al Workshop Business International: **Direct Marketing Excellence – Il futuro della comunicazione diretta**, Milano, 11 dicembre 2008.
- (2008) “Spendere per una marca è un investimento, non un costo”, intervento al convegno **L’evoluzione del ruolo della Marca nel processi di creazione di valore dell’impresa: aspetti teorici e casi pratici**, Cassino, 20 novembre 2008
- (2008) “Scenari futuri del DM: quali prospettive di sviluppo tra vecchi e nuovi canali?”, intervento al Workshop Business International: **Direct Marketing Excellence – Il futuro della comunicazione diretta**, Firenze, 17 giugno 2008.
- (2008) “Università e competizione: il contributo del brand”, relazione presentata alla conferenza nell’ambito del **4° Corso didattico-formativo per responsabili di gestione di strutture universitarie** tenutosi in Ustica (PA) il 12 giugno 2008.
- (2008) “Unire Consorzi per dividere il lavoro sulle Denominazioni”, intervento alla tavola rotonda “Consorzi di tutela e valorizzazione del territorio: prospettive per il Salento”, Verona, Vinitaly, 3 aprile.
- (2008) “Niche Marketing – A brand new style for managing consumer marketing in a globale environment”, con Ceccotti F., Sesto Congresso Internazionale sulle **Tendenze di Marketing – Venezia**, 21-22 gennaio 2008. **Riceve, in occasione del convegno, l’International Trend in Marketing Award 2008.**

- (2007) “La gestione delle relazioni con i clienti e l’utilizzo della conciliazione in un’ottica di risorsa per l’azienda”, Convegno Camera di Commercio Grosseto “Innovazione nella relazione impresa-consumatore: il ruolo della conciliazione”, Grosseto, 19 ottobre 2007.

- (2006) “Ci serve un brand?”, relazione al convegno **Comunicare il territorio di una terra con i sapori della memoria – Secondo Convegno del Consorzio del Vino Orcia**, Buonconvento (SI), 23 settembre 2006.
- (2006), “Wine Business in Tuscany: evidence on entrepreneurial models and local systems”, con Nosi C. e Zanni L., paper accettato al **3rd International Wine Business & Research Conference**, 6-8 luglio, Montpellier, Francia.

- (2006) “Il vino come prodotto cognitivo: indagine sui comportamenti giovanili”, con Ceccotti F., De Martino V., Quinto Congresso Internazionale sulle *Tendenze di Marketing* – Venezia, 21-22 gennaio 2006.
- (2005) “Ricordo di Gennaro Cuomo”, intervento al Convegno *Sinergie*, Brescia 17 e 18 novembre, 2005.
- (2005) “How the increasing competition is reshaping Tuscan wineries: the cases of Chianti Classico and Brunello di Montalcino”, con L.Zanni e C.Nosi, 2° *International Wine Symposium*., Sonoma (California USA), 8-9 luglio 2005.
- (2005) “Nuove occasioni d’acquisto per consumatori maturi: un’indagine esplorativa sui factory outlet centre in Italia”, con F.Ceccotti,, in Andreani JC. e Collesei U. (a cura di), “Atti del Quarto Congresso Internazionale sulle Tendenze di Marketing – ESCP EAP, Parigi 21-22 Gennaio 2005 - **ESTRATTO DELLA RICERCA PUBBLICATO IN MARK UP.**
- (2004) “Lo stato dell’arte dell’insegnamento del marketing in Italia, pre e post laurea”, relazione presentata al 1° Convegno nazionale della Società Italiana di Marketing (SIMkt) *Il Marketing in Italia: nuove frontiere e nuove sfide*, Milano, 20 novembre.
- (2004) “Università: marketing e orientamento al servizio”, relazione presentata alla conferenza nell’ambito del 2° *Corso didattico-formativo per responsabili di gestione di strutture universitarie* tenutosi in Ustica (PA) il 3 giugno 2004.
- (2004) “Marketing e BBCC: limiti e opportunità”, intervento in occasione della presentazione del libro *Sistemi Culturali L’interazione dinamica dei beni culturali con il turismo, il mercato, il territorio, le imprese. Il cambiamento attraverso la comunicazione e la formazione*, di R. Martelloni, tenutosi presso l’University of Malta *Link Campus*, il 28 aprile.
- (2004) “L’evoluzione del Marketing e i nuovi fabbisogni professionali delle imprese”, intervento e relazione scritta al Seminario scientifico *Le nuove frontiere del Marketing delle imprese e dei territori*, tenutosi in Benevento, Facoltà di Scienze Economico-Aziendali il 20 gennaio 2004.
- (2003) “Aspetti economico-manageriali rilevanti per un Osservatorio sul Lavoro”, intervento e relazione scritta presentato alla conferenza di presentazione del progetto su *Osservatorio sulla stima del fabbisogno lavorativo-formativo del territorio senese*, tenutosi in Siena, S.Maria della Scala il 18 febbraio 2003.
- (2002) “Ma brand significa sempre la stessa cosa....o no? Un’indagine esplorativa nel consumer business delle due ruote” con C.A. Pratesi, intervento presentato al II° Convegno Industria e Distribuzione, in Pisa 14 dicembre 2002.
- (2002) “Limiti e opportunità nell’applicazione del marketing nelle Università”, relazione presentata alla conferenza nell’ambito del 1° *Corso didattico-formativo per responsabili di gestione di strutture universitarie* tenutosi in Ustica (PA) il 12 settembre 2002.
- (2002) “I ruoli della pubblicità nella formazione e stabilizzazione delle preferenze di marca”, con A.Pulli, G.Cuomo, S.Romagnoli, 2° Convegno Internazionale sul tema *Le nuove frontiere del marketing*., Parigi, 25-26 gennaio 2002. **MICRO&MACRO MARKETING N.3/2002.**
- (2001) “Internet e il turismo: il caso di Roma”, con Giuseppe Sancetta, 2° Workshop della Società Italiana per l’Economia d’Impresa su *L’impresa e-based nella nuova economia digitale*, Milano, 15 febbraio 2001. **INTERVENTO PUBBLICATO SU CD COLLETTANEO EGEA.**
- (2000) “I consumi etnici”, con G.Cuomo, relazione e intervento scritto in occasione del Convegno Internazionale sul tema *Le nuove frontiere del marketing*, Venezia, 24 e 25 novembre 2000.

- (1998) “Il sistema di scambio dei prodotti artistici e culturali: mercato o non mercato?”, con G.Cuomo, relazione e intervento scritto in occasione Convegno Annuale AIDEA sul tema *La gestione e la valorizzazione dei beni artistici e culturali nella prospettiva aziendale*, Siena, 30 e 31 ottobre 1998. **INTERVENTO PUBBLICATO SU VOLUME COLLETTANEO EDITRICE CLUEB BOLOGNA.**
- (1998) “Consumer studies and marketing decision: a market response model and some considerations about managerial implications”, con G.Cuomo e A.Pulli, relazione e intervento scritto in occasione del Workshop sul tema *Modelli per l'analisi del comportamento del consumatore* Modena, 24 e 25 giugno 1998, **INTERVENTO PUBBLICATO SU VOLUME COLLETTANEO.**
- (1997) “Qualità, customer satisfaction e consumerismo”, relazione e intervento scritto in occasione della 1^a Conferenza del settore AICQ sul tema *Qualità e trasporti* Terni, 5 novembre 1997.
- (1997) “The consumption and consumer study in Italy: state of the art and the evolution” con G.Cuomo, paper accettato alla Conferenza Annuale dell'Academy of Marketing-American Marketing Association sul tema “Marketing without borders”, - Manchester 7-10 luglio 1997. **INTERVENTO PUBBLICATO SU VOLUME COLLETTANEO.**
- (1997) “Consumatore, cliente e gestione dei processi di marketing”, working paper accettato nella sezione poster del Primo Workshop della Società Italiana per l'Economia d'Impresa, dal titolo “Re-Ingegnerizzazione e Rigenerazione : ripensare l'impresa per affrontare le sfide della nuova economia” - Torino, 4 luglio 1997.
- (1995) “Strumenti e prospettive per la Customer Satisfaction nella P.A. : considerazioni a margine della ricerca sul campo”, con G.Cuomo; relazione e intervento scritto in occasione del seminario CNEL *Authorities e Customer Satisfaction* - Roma, 12 dicembre 1995.
- (1995) “Lo stato della gestione della CS nei trasporti e nelle telecomunicazioni”, intervento al convegno “La Customer Satisfaction” tenutosi all'Università di Venezia, Cà Dolfin, il 10 novembre 1995. **INTERVENTO PUBBLICATO SU MICRO & MACRO MARKETING.**

ALTRI STUDI:

- “Aspetti economico-manageriali rilevanti per un Osservatorio sul Lavoro”, in *Osservatorio per la stima del fabbisogno lavorativo-formativo del territorio senese*, Stamperia della Facoltà di Economia R.Goodwin, Università di Siena, 2003.
- Tesi di dottorato, dal titolo *Verso una teoria manageriale del consumatore. Il nuovo paradigma dello scambio*, depositata presso le Biblioteche Nazionali di Roma e Firenze nel novembre 1998;
- Gelpi, Labruyere, *Storia del credito al consumo*, Bologna: Il Mulino, recensione su Sinergie. Hiles A., *Service Level Agreement.Managing Cost and Quality in Service Relationships*, London: Chapman & Hall”, recensione su Sinergie n. 39/96 ;
- “L'analisi delle risposte fornite dai dettaglianti di fiori al questionario d'indagine”, in *Il mercato dei fiori all'ingrosso di Roma - Ipotesi funzionali, dimensionali, ubicazionali di una nuova struttura di mercato*, di G.Cuomo e C.Magni. C.C.I.A.A. Roma, 1995.
- “Qualità e produzione: processo storico ed aspetti gestionali”, dispensa didattica integrativa per il corso monografico tenuto all'Università dell'Aquila, L'Aquila, 1994.
-