

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

**Luogo e data di nascita:** Roma, 17 ottobre 1966

**Riferimenti studio:** [REDACTED]  
Sapienza, Università di Roma.  
Dipartimento Comunicazione  
e Ricerca Sociale  
[REDACTED]

**Mobile:** [REDACTED]

**Skype:** [REDACTED]  
**Web:** [REDACTED]

[www.albertomattiacci.it](http://www.albertomattiacci.it)

### **In sintesi**

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

**Carriera.** Da neolaureato è co-founder di *Grandi Numeri Marketing Research* (ora Praxidia) dove fino al 2000 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. 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). È Direttore Fondazione Banfi *Sanguis Jovis* a Montalcino. È componente del tavolo tecnico sulle politiche di sostegno al vino della DG Agri presso la Commissione Europea e membro esperto del Comitato Permanente per la Promozione del Turismo italiano, presso il Governo.

**Esperienze specifiche per la posizione di consigliere RAI.** Oltre a una competenza generale nel comparto della comunicazione di marketing, dei mercati pubblicitari e del *branding* editoriale (anche come consulente), si sono condotti numerosi studi sul cambiamento delle audience e sulle media company.

Significative esperienze nel settore sono: quella di coordinatore scientifico del tavolo tecnico *Tv Industry* del *think tank* Vedrò (2011-13); la successiva (2016) partecipazione al gruppo di lavoro istituito presso il MISE, Area Comunicazioni, per la Consultazione Pubblica sul Servizio Pubblico Radiotelevisivo e (2015-2016) quella nel

gruppo di lavoro per la Riforma dell'Editoria presso il *Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria* della Presidenza del Consiglio.

Sul piano editoriale, si segnalano due significativi lavori: l'unico testo italiano sul branding televisivo (*Tv Brand*, Lupetti Editore) e la curatela di una special issue ("Televisione Addio?") per la rivista scientifica *Micro&Macro Marketing*. L'esperienza didattica in materia è vasta e spicca la titolarità del modulo Marketing nel Master *Media Entertainment* della Luiss Business School.

## 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 disegnato; è responsabile scientifico del curriculum Marketing del Dottorato di Ricerca "Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing" alla Sapienza; Direttore del *Master Digital Export Manager* presso l'Agenzia ITA-ICE - Luiss Business School e titolare del modulo Marketing nel *Master Media Entertainment* presso Luiss Business School.

**Business Education:** progetta e tiene corsi ad hoc per imprese e organizzazioni su temi di marketing, comunicazione e analisi del consumatore; è coordinatore scientifico Marketing (*Executive Education*) presso Luiss Business School, a Roma, Milano e Belluno; Direttore del Centro di Ricerca e Alta Formazione *Sanguis Jovis* della Fondazione Banfi a Montalcino.

*Keynote Speaker* in convention aziendali su scenari futuri di business ed evoluzione dei consumi nella società global-digitale.

**Advisory:** è Amministratore e partner dello studio *Mattiacci&Partners*, svolge attività per imprese, organizzazioni no profit e professionisti su temi di marketing e comunicazione e attività di monitoraggio per progetti di finanza agevolata. Consigliere di Amministrazione della *Fondazione CUEIM* e della *Fondazione Daddario*, membro del Comitato Scientifico della *Fondazione Banfi*, della *Fondazione Qualivita* e del progetto *Treccani "Gusto"*; componente del collegio probiviri del capitolo italiano dell'*International Advertising Association*.

**Scientific Research:** ha al proprio attivo oltre cento lavori su temi di marketing 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; come settori di focalizzazione: vino e food, media e turismo. Componente del board di riviste scientifiche. Co-fondatore del network *Circle* -rete di ricerca internazionale su consumi, distribuzione e mercati- e della Società Italiana di Management SIMA.

**Media.** Partecipa alle attività di alcuni *think-tank* italiani: come socio ordinario ad *Aspen Institute Italia* e, più sporadicamente, *I-Com*, *Cultura Italiae*.

Tiene una rubrica mensile di marketing per *Harvard Business Review Italia*, una settimanale divulgativa sull'economia in *Leggo*, quotidiano free press, una mensile su *l'Eurispes.it*. Ha oltre 10.000 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.

Coordinatore del percorso curriculare *Marketing* del programma di Dottorato in *Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing* della Sapienza.

Presidente Comitato Scientifico *Eurispes*.

Direttore Scientifico *Sanguis Jovis* Fondazione Banfi.

*Past President* 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) Scientific Coordinator Executive Education - Area Marketing, presso *Luiss Business School*.
- (dal 2017) Direttore del *Master Digital Export* ([www.masterdigitalexport.it](http://www.masterdigitalexport.it)) presso LBS e Agenzia ICE.
- (dal 2018) Docente titolare del modulo Marketing nel *Master Media Entertainment* presso *Luiss Business School*.
- (dal 2002) Coordinatore del *Master Universitario Marketing Management* ([www.mumm.it](http://www.mumm.it)), Dipartimento di *Management* – Sapienza.

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:

- *EFFIE* premio internazionale per l'efficacia della comunicazione pubblicitaria;
- *Olivetti Design Contest* per l'industrial design;
- *Premio Marketing per l'Università*, Società Italiana Marketing;
- *Premio Raffaele Barletta*, Myllennium Award.

### Attività e ruoli accademici progressi

- (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](http://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](http://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:
  - (2016-2017) *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;
- (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.*

### **Attività e incarichi istituzionali pubblici**

- (2020-) 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.*
- (2019-) 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.*
- (2018-) componente del tavolo tecnico *Teste Pensanti* presso UPA (Utenti Pubblicitari Associati)
- (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](http://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.*
- (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.*

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

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

Come coordinatore scientifico ha curato le edizioni 2004, 2014, 2015, 2016, 2017 e 2018 del *Premio Marketing per le Università* ([www.premiomarketing.com](http://www.premiomarketing.com))

### **Attività di direzione, consulenza scientifica e partecipazione pubblica**

Tra le principali si segnalano:

#### **Consigli d'Amministrazione**

- (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.*
- (dal 2018) 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 2016) Partecipazione a think-tank  
*Aspen Institute Italia. Più sporicamente a Culturae Italiae ed I-Com*
- (dal 2012) Direttore di Ricerca in Eurispes ([www.eurispes.eu](http://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^ 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 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.  
*Assistenza 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
- (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.
- (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
- (1989) Vincitore da studente della prima edizione del *Premio Philip Morris per il Marketing*

## 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 coi consumatori, 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; market scenario; branding.

*Ambiti tematici d’interesse:*

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

*Ambiti settoriali d’interesse:*

- televisione e media;
- produzioni vinicole;
- food e denominazioni d’origine.



## ELENCO PUBBLICAZIONI

### MONOGRAFIE

- *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

- *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, BaldiniCastoldiDalai 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<sup>a</sup> ed). 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**

- (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](http://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.

## 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) Fabiola Sfodera, a cura di, *Casi di Marketing* (vol. 13), Milano, Franco Angeli.
- (2008) Grant J., *Green Marketing Il Manifesto*, Brioschi Editore, Milano.

## CONTRIBUTI SU VOLUMI

- Mattiaci 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
- Mattiaci A. "Fare il vino all'italica maniera. Fra Arte e scienza" in *La ricerca scientifica Sanguis Jovis*, Fondazione Banfi Editore, Siena, 2020, pagg. 12-23
- Mattiaci A. Voce "Marketing" in *Dizionario della Cultura Treccani*, Enciclopedia Treccani Editore, online, marzo 2020.
- Mattiaci 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,
- Mattiaci A., "The art of making: the Italian lifestyle and its excellence", in Sanhong Y. (ed.) *Blue Book of Italy 2019-2020*. Pp.130-150. ISBN 978-7-5201-6653-9
- Mattiaci 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
- "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.
- *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
- *Rapporto Italia Eurispes*.  
Redazione dei seguenti saggi:
  - “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
- “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., Gavrila M. (2013), *Media che cambiano, parole che restano*, Franco Angeli, Milano.
- "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.
- "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*- F. 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.

- “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 – History 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 G.Cuomo, in *Imprese commerciali e sistema distributivo*, a cura di BACCARANI C., Giappichelli, 2001, 3<sup>a</sup> edizione. Contributo rivisto e aggiornato per la 4<sup>a</sup> edizione (2005): Cuomo G., Mattiaci 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 SCIENTIFICHE

### Pubblicati:

Night at the museum: technology enables visitor experiences / Sfodera, Fabiola; Mingo, Isabella; Mattiacci, Alberto; Colurcio, Maria. - In: SINERGIE. - ISSN 0393-5108. - 111(2020), pp. 231-250.

Sfodera, F., Mattiacci, A., Nosi, C. and 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](https://doi.org/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. and 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. and 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

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

Chinnaswamy, A., Papa, A., Dezi, L. and 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>

"Trends in marketing studies. A longitudinal analysis of leading Italian academic journals (2005-2015)" con F.Ceccotti, C.Nosi, *Mercati e Competitività* n.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.
  - “Scenari e tendenze della professione accademica: la rivista e l’associazione a confronto” con Dalli D., Editoriale  *Mercati e Competitività*, nr. 4/2013, pp. 6-14.
  - “L’insegnamento del marketing nelle Università Italiane: scenario, criticità e prospettive”, numero speciale di  *Mercati & Competitività*, 2013, pp. 19-35.
  - *SPECIAL EDITOR*:
    - o “Televisione addio?”  *Micro & Macro Marketing* (nr.1/2014)
    - o “Il Wine Marketing”  *Mercati & Competitività* (nr.2/2007)
    - o “Typical products marketing: tales from the Italian food and beverages industry”  *British Food Journal* (nr.10-11/2004)
  - “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.
  - “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 G.Vignali, 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 XXII<sup>nd</sup> Century industry” con C.Vignali;
- “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 A.Pulli, G.Cuomo e S.Romagnoli, *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 A.Pulli, G.Cuomo e S.Romagnoli, *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 G.Cuomo e A.Pulli, 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 C.Magni, 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 G.Cuomo e A.Altavilla, 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;

### 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 due articoli mensili.

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

#### **Altri:**

- "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 *Syhchron* -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;

## **INTERVENTI A CONVEGNI E SEMINARI**

Ha partecipato a oltre duecento fra convegni scientifici, seminari e workshop fisici e digitali, in Italia e all’estero, spesso su invito.

Prof. Alberto Mattiacci



***Roma, 27 aprile 2021***