

ALBERTO MATTIACCI
Professore Ordinario di Marketing & Business Management, PhD
Sapienza, Università di Roma
Luiss Business School, Roma, Milano, Belluno

54 anni, sposato con due figli, vive a Roma.

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. 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). Direttore del Centro di Ricerca e Alta Formazione *Sanguis Jovis* della Fondazione Banfi 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.

Attività

Academy: tiene corsi di *Marketing Avanzato* 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.

Business Education: progetta e tiene corsi ad hoc per imprese e organizzazioni su temi di marketing; è coordinatore scientifico Marketing (*Executive Education*) presso Luiss Business School, a Roma, Milano e Belluno. Insegna in numerosi master executive e graduate. *Keynote Speaker* in convention aziendali su scenari futuri di business ed evoluzione dei consumi nella società global-digitale.

Advisory: è partner dello studio *Mattiacci&Partners*, svolge attività per imprese, organizzazioni e professionisti su temi di marketing e comunicazione e monitoring 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*; componente Giuria *EFFIE Award Italia*.

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*: innovazione nei consumi; business di nicchia; branding; scenari di mercato; settori di focalizzazione: vino e food, turismo e media.

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.