

MARCELLO SANSONE

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI CASSINO E DEL LAZIO MERIDIONALE
– CAMPUS FOLCARA – 03043 CASSINO

PROFESSORE ORDINARIO – SSD ECON-07/A

Professore Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese e Marketing - Dipartimento di Economia e Giurisprudenza - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

Referente del Rettore per la promozione e lo sviluppo del turismo nel Lazio Meridionale.

Docente di Marketing, Trade & Retail Marketing, Marketing Avanzato (pt. 1), - Dipartimento di Economia e Giurisprudenza - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

Responsabile Scientifico di MarkLab – Laboratorio di Marketing dell'Università di Cassino e del Lazio Meridionale (dal 2013 ad oggi).

Coordinatore Scientifico del Master di I livello in Marketing & Retail Management (Dal 2012) – Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale (www.mastermrm.uniclam.it).

Referente Scientifico UNICAS della Convenzione tra DMO Val di Comino ed Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale- dal 2023.

Delegato permanente del Rettore alla costituzione, alla rappresentanza formale in Consiglio Direttivo e alle attività di coordinamento della DMO - Lazio Meridionale (dal 2022).

Dottore Commercialista abilitato presso l'Università Sapienza di Roma dal 1994.

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

2001 - Ph.D in “*Dottrine economico-aziendali e governo dell’impresa*” - XIII ciclo, Istituto Universitario Navale (Università Parthenope), Napoli.

22/10/1990 - Laurea in Economia e Commercio – Sapienza Università di Roma.

RUOLO UNIVERSITARIO

Dal 01/08/2023 ad oggi- *Professore Ordinario di Economia e Gestione delle imprese* presso Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

Dal 01/09/2005 al 31/07/2023- *Professore Associato di Economia e Gestione delle imprese* presso Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

Dal 31/01/2005 al 31/08/2005 – *Ricercatore universitario* presso Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

RESPONSABILITA’ ISTITUZIONALI E INCARICHI GESTIONALI

Dal 2013 al 2024 – *Presidente del Corso di Laurea Magistrale in Management* - Dipartimento di Economia e Giurisprudenza - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

A.A. 2009/2010 *Presidente del Corso di Laurea Magistrale in Economia Management e Finanza d’Impresa* Università degli Studi di Cassino – Facoltà di Economia

A.A. 2005/2006 – 2006/2007 *Presidente del Corso di Studi/Laurea in Economia e gestione delle imprese turistiche* Università degli Studi di Cassino - Sede di Terracina

Dal 2013 ad oggi – *Responsabile Scientifico di MarkLab* – Laboratorio di Marketing dell’Università di Cassino e del Lazio Meridionale

Dal 2012 ad oggi – *Coordinatore Scientifico del Master di I livello in Marketing & Retail Management* – Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale

Dal 2018 al 2020 - Componente del gruppo di lavoro per la definizione del piano Strategico di Comunicazione di Ateneo, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale

Delegato permanente del Rettore alla costituzione, alla rappresentanza formale in Consiglio Direttivo e alle attività di coordinamento della DMO - Lazio Meridionale (dal 2022).

ATTIVITA’ RELATIVE AI DOTTORATI DI RICERCA

A.A. 2022/2023 - Componente del Collegio dei Docenti del XXXVIII Ciclo di Dottorato in Economia e Management per l’innovazione e la sostenibilità - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

A.A. 2004/05 – 2008/09 - Componente del Collegio dei Docenti del XX – XXI – XXII – XXIII - XXIV Ciclo di Dottorato in Direzione Aziendale – Università di Cassino e del Lazio Meridionale.

AA. 2009/10 - 2012/13 - Componente del Collegio dei Docenti del XXV – XXVI – XXVII - XXVIII Ciclo di Dottorato in Economia – Università di Cassino e del Lazio Meridionale.

Dal 2007/08 al 2012/13 - Componente della commissione giudicatrice per l'esame finale del corso di Dottorato di ricerca in Marketing strategico ed economia aziendale, presso l'Università degli Studi di Bergamo.

Settembre 2016 - Componente della commissione giudicatrice per l'esame finale del XXVII ciclo di Dottorato in Economia e Finanza nel governo dell'impresa, presso l'Università degli Studi di Roma "La Sapienza".

Luglio 2016 - Componente della commissione giudicatrice esame finale Dottorato di Ricerca in Marketing e Comunicazione (XIV Ciclo) - Università degli Studi di Salerno.

Tutor accademico (in corso) della Dott.ssa Maria D'Agostini - Dottorato di Ricerca in Economia e Management per l'Innovazione e la Sostenibilità XXXVIII Ciclo presso il Dipartimento di Economia e Giurisprudenza dell'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale - Tesi di dottorato dal titolo: *Designing competitive territorial ecosystems: innovative models and marketing-based approaches for the development of integrated networks of digital skills and competencies.*

Tutor accademico della Dott.ssa Maria Anna Pagnanelli - Dottorato di Ricerca in "Imprese, Istituzioni e Comportamenti", curriculum "Istituzioni e Azienda" – XXXIII Ciclo – Presso il Dipartimento di Economia e Giurisprudenza - Università di Cassino e del Lazio Meridionale. Tesi di dottorato dal titolo : *"La capacità di differenziazione competitiva del moderno retail nella prospettiva delle dynamic capabilities: analisi della GDO nel mercato italiano"*

Tutor accademico della Dott.ssa Annarita Colamatteo: Dottorato di Ricerca in "Istituzioni, Mercati e Comportamenti", curriculum "Istituzioni e Azienda" – XXX Ciclo - presso il Dipartimento di Economia e Giurisprudenza - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale. Tesi di Dottorato dal titolo: *"Il ruolo della marca del distributore nelle dinamiche di consumo e nelle politiche di marketing delle imprese commerciali."*

Tutor accademico del Dott. Roberto Bruni - Dottorato di Ricerca in Direzione Aziendale XXII ciclo (01/01/2007 – 31/12/2009) presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale - Tesi di dottorato dal titolo: *Traiettorie evolutive di management e complessità dei sistemi competitivi territoriali: una proposta di applicabilità dei nuclei concettuali emergenti nel pensiero di marketing.*

PARTECIPAZIONE AD ORGANISMI DIRETTIVI

Dal 2024 ad oggi- Vice Presidente del Consiglio di indirizzo e sorveglianza del Consorzio Universitario di Economia Industriale e Manageriale (C.U.E.I.M)

Dal 2022 al 2024 - Componente del Consiglio di Presidenza della SIM (Società Italiana Marketing), con Delega ai rapporti con la Consulta Junior e Delega ai rapporti con i track chair.

Dal 18/12/2019 ad oggi - Componente del Comitato Scientifico di BIFELAB, laboratorio di ricerca Banca, Impresa, Finanza ed Etica, dell'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale e della Fondazione Roma.

Dal 2018 al 2021 - Componente del collegio dei Revisori della SIM (Società Italiana Marketing).

Dal 05/02/2016 al 2024 - Rappresentante dell'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale nel Consiglio di Indirizzo e Sorveglianza del Consorzio Universitario di Economia Industriale e Manageriale (C.U.E.I.M).

Dal 2015 al 2016 - Componente della Commissione per i Regolamenti Didattici dei Corsi di Laurea - Dipartimento di Economia e Giurisprudenza - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

Giugno 2009 - Presidente di Commissione per la selezione dei candidati al Master in Management della comunicazione nel settore moda – Facoltà di Lettere – Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione (sede di Sora) Università degli Studi di Cassino.

A.A. 2013-2015-2017 - Componente della commissione per l' Esame di Stato di abilitazione all'esercizio delle professioni di dottore commercialista - Università di Cassino e del Lazio Meridionale.

DOCENZA

Dall'A.A. 2004/05 ad oggi: *Docente di Marketing* – Dipartimento di Economia e Giurisprudenza - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

Dall'A.A. 2022/23 ad oggi: *Docente di Marketing Avanzato* pt. 1 (3 CFU) – Dipartimento di Economia e Giurisprudenza - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

A.A. 2021 ad oggi: *Docente di Trade & Retail Marketing* - Dipartimento di Economia e Giurisprudenza - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

A.A. 2021/22: *Docente di Brand Value & Consumer Behaviour* pt. 1 - Dipartimento di Economia e Giurisprudenza - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

A.A. 2019/20 - 2020/21: *Docente di Trade & Consumer Marketing* - Dipartimento di Economia e Giurisprudenza - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

A.A. 2015/16: *Docente di Marketing* – Dipartimento di Lettere e Filosofia – Corso di Laurea in Strategie comunicative multimediali - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

A.A. 2013/2014 - 2018/2019: *Docente di Marketing Avanzato* - Dipartimento di Economia e Giurisprudenza - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

A.A. 2012/13: *Docente Economia e gestione delle imprese commerciali*, - Facoltà di Economia Aziendale - Università degli Studi di Cassino.

A.A. 2012/13: *Docente di Economia e Tecnica della Pubblicità* – Corso di Laurea Triennale in Economia Aziendale - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

A.A. 2012/13: *Docente di Marketing Territoriale* - Facoltà di Economia - Università degli Studi di Cassino.

A.A. 2011/12 - 2020/21: *Docente di Retail Management* - Dipartimento di Economia e Giurisprudenza - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

A.A. 2008-11: *Docente di Marketing Territoriale mod. A e B* - Facoltà di Economia - Università degli Studi di Cassino.

A.A. 2007/08: *Docente di Economia e gestione delle imprese I/II, Marketing, Economia e gestione delle imprese commerciali* - Facoltà di Economia - Università degli Studi di Cassino.

A.A. 2007-10: *Docente di Marketing* - Facoltà di Lettere e Filosofia - Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione - Università degli Studi Cassino - Sede di Sora.

A.A. 2007-11: *Docente Economia e gestione delle imprese commerciali*, - Facoltà di Economia - Università degli Studi di Cassino.

A.A. 2006/07: *Docente di Marketing, Economia e gestione delle imprese commerciali, Economia e gestione delle imprese I/II, Economia e gestione dei sistemi logistici e distributivi mod. A, Marketing Avanzato mod. A* - Facoltà di Economia - Università degli Studi di Cassino.

A.A. 2005-10: *Docente di Economia Aziendale* - Facoltà di Lettere e Filosofia - Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione - Università degli Studi Cassino-Sede di Sora.

A.A. 2005-08: *Docente di Marketing Territoriale mod. A* - Facoltà di Economia - Università degli Studi di Cassino - Sede di Terracina.

A.A. 2005/06: *Docente di Economia e gestione delle imprese I/II, Marketing, Economia e gestione delle imprese commerciali, Marketing Avanzato mod. A, Economia e gestione dei sistemi logistici e distributivi mod. A* - Facoltà di Economia-Università degli Studi di Cassino.

A.A. 2005/06: *Docente di Economia e gestione dei sistemi logistici e distributivi* - Facoltà di Economia - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

A.A. 2005/06: *Docente di Marketing Territoriale* - Facoltà di Economia - Università degli Studi di Cassino-Sede di Terracina.

A.A. 2004/05: *Docente a contratto (sostitutivo) di Marketing-* Economia e gestione delle imprese commerciali - Economia e gestione delle imprese I/II- Marketing Avanzato - Facoltà di Economia - Università degli Studi di Cassino.

A.A. 2004/05: *Docente a contratto (sostitutivo) di Economia Aziendale* – Facoltà di Lettere - Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione - Università degli Studi Cassino - Sede di Sora.

A.A. 2003/04: *Docente a contratto (sostitutivo) di Economia e gestione delle imprese I/II* - Economia e gestione delle imprese commerciali - Marketing Avanzato - Università di Cassino - Facoltà di Economia.

A.A. 2003/04 - 2007/08: Docente di Economia e Gestione delle Imprese 1/II - Facoltà di Economia - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

A.A. 2002/03 - 2010/11: Docente di Economia e Gestione delle Imprese Commerciali - Facoltà di Economia - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

A.A. 2001/2002 e 2002/03: *Docente a contratto (sostitutivo) di Marketing Avanzato e di Economia e Gestione delle Imprese Commerciali* – Facoltà di Economia - Università degli Studi di Cassino.

A.A. 2001/02: *Docente a contratto (sostitutivo) di Economia e gestione delle imprese turistiche* – Università di Siena – Facoltà di Economia – sede di Grosseto.

A.A. 2001/02: *Docente a contratto (sostitutivo) di Marketing territoriale* presso la sede di Terracina e di *Marketing Avanzato*, presso la sede di Cassino – Università di Cassino – Facoltà di Economia.

REFERENTE INTERSCAMBI ERASMUS

Da Settembre 2014 a Settembre 2021 - Referente degli accordi Erasmus Masaryk University - Brno - Repubblica Ceca.

Dal 2013 ad oggi - Referente degli accordi di cooperazione per la ricerca e interscambio culturali e progettuali tra Università degli studi di Cassino e del Lazio Meridionale e Faculty of Economics of the Belgrade University.

PARTECIPAZIONE A SOCIETÀ SCIENTIFICHE

Dal 2013 ad oggi - Socio Ordinario della Società Italiana di Management.

Dal 2003 ad oggi - Socio Ordinario della Società Italiana di Marketing – Referente di Sede.

Dal 2002 ad oggi - Socio Ordinario AIDEA (Accademia Italiana di Economia Aziendale).

Dal 1996 ad oggi - Socio Ordinario SINERGIE/CUEIM.

VISITING PROFESSOR

Dal 17/09/2019 al 19/09/2019 - Visiting Professor nell'ambito della mobilità didattica Erasmus (Erasmus +/KA1 Istruzione superior – A.A. 2018/2019) ad una serie di incontri e lezioni presso la Facoltà di Economics and Business Administration, Università di Sofia “St. Kliment Ohridski” .

Da Novembre a Dicembre 2016 - Teaching activities: “*Dynamic capabilities in retail marketing*”, Università di Applied Sciences, Hochschule Koblenz. Dean: Axel Schlich.

Maggio 2016 - Teaching activities: “*International Perspective on Private Label: a comparison between Italy and Spain*”, Facoltà di Economics and Business Studies, Università di Zaragoza. Dean: Carmen Bernè Manero.

1 Aprile 2015 - Invited Lecturer: “*International Perspective on Private Label: a comparison between Italy and Serbia*”, Facoltà di Economia– Università di Belgrado. Dean: Branislav Boricic.

EDITORIAL BOARD

Nel 2018 - Membro del Comitato Scientifico della Collana *Systems Management*, Giappichelli Editore.

Da Luglio 2015 - Membro del Comitato Scientifico dell’ *International Journal of Economic Behavior (IJE)*, ISSN 2285 – 0430.

Dal 2016 - Membro del Comitato Editoriale dell’ *INTERNATIONAL JOURNAL OF MARKETING AND COMMUNICATION STUDIES (JMCS)*.

Dal 2007 - Membro del *Comitato Editoriale di Impresa Ambiente e Management* – rivista del DIAM - ISSN 1972-2036.

Nel 2019 - Membro dell’Editorial Board di *Mercati & Competitività*.

Dal 2020 - Reviewer del *British Food Journal*, ISSN 0007-070X.

Dal 2016 - Reviewer dell’ *International Journal of Business and Management* ISSN 1833-3850 (Print), ISSN 1833-8119 (Online).

Dal 2009 - Referee della rivista *SINERGIE ITALIAN JOURNAL OF MANAGEMENT*.

ESPERIENZE PROFESSIONALI ESTERNE

Nel 2007 - Membro del Gruppo di lavoro per il Master Plan relativo alla redazione del Piano strategico del Marketing territoriale della Regione Lazio per conto di Sviluppo Lazio in qualità di designato ed incaricato dal DIAM - Facoltà di Economia - Università di Cassino per la redazione di un piano strategico per il marketing territoriale della Regione Lazio.

Nel 2008 - Componente del Gruppo di Lavoro Comune di Cassino-Confcommercio-Palmer-Università degli Studi di Cassino in qualità di soggetto esperto nella preparazione del documento di partecipazione al bando regionale per il potenziamento e la valorizzazione del Centro Commerciale Naturale del Comune di Cassino.

Nel 2008 - Esperto incaricato dal DIAM - Facoltà di Economia - Università di Cassino - per la redazione del piano marketing per il rilancio del vino Frascati DOC dei Colli Lanuvini su incarico della Provincia di Roma.

Dal 2008 al 2009 - Membro del team di progetto nel programma ALLERT e ALLERT 2 per il monitoraggio dello stato di solidità economico-finanziaria delle piccole e medie imprese nella Provincia di Frosinone. Promotori del progetto: Regione Lazio, Provincia di Frosinone, Ciociaria Sviluppo S.p.a. e DIAM- Facoltà di Economia - Università di Cassino.

15 settembre 2015 - Componente del “Gruppo di Lavoro per la ripartenza dell’Abruzzo”, preposto alla stesura di un progetto di Masterplan per il Sud-Strategia di interventi concreti, istituito dalla Giunta Regionale con delibera 764.

Nel 2016 - Componente del Gruppo di lavoro politico-tecnico – Progetto Marsica 2014-2020 – Dipartimento della Presidenza e Rapporti con l’Europa - Regione Abruzzo con delibera regionale n.84.

Nel 2009 - 2010 - 2011 - 2012 - Relatore nella Convention aziendale del gruppo Multicedi Srl e responsabile del coordinamento di attività di ricerca in ambito di management distributivo e marketing strategico.

Nel 2015 - Relatore nella Convention Nazionale del gruppo SISA avente titolo “Dinamiche di sostenibilità nelle forme di distribuzione complesse, tra managerialità e finanza” (25 giugno - 2 luglio 2015).

ATTIVITA’ DI TERZA MISSIONE E PUBLIC ENGAGEMENT

Di seguito si riportano le principali attività di terza missione e di public engagement, nell’ambito di una intensa e continua attività svolta in tal senso nel corso degli anni:

21 maggio 2025 - Partecipazione come relatore all’evento “Sistemi territoriali e strategie per lo sviluppo sostenibile”, con l’intervento dal titolo “Il ruolo del marketing sistemico per la sostenibilità delle aree interne e dei piccoli comuni”, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

26 febbraio 2025 - Partecipazione come relatore all’evento “Il volto umano del fare impresa”, con l’intervento dal titolo: “Il ruolo del marketing tra idee, persone e valore”, Liceo A. Manzoni, Latina.

2 dicembre 2024 - Partecipazione come relatore all’evento “Distretto per l’Innovazione Agroalimentare Marsica: Un protocollo da sperimentare, una prassi da replicare”, con intervento dal titolo: “Progettare la Trasformazione”, Hotel della Piana, Avezzano.

11 ottobre 2024 - Partecipazione come relatore all’evento Jazz’Inn Merano organizzato da Ampioraggio, con intervento dal titolo: “Il ruolo dell’Intelligenza Artificiale nella Grande Distribuzione Organizzata”, Merano.

20 settembre 2024 - Partecipazione come relatore all’evento “Quando i musei incontrano le tecnologie emergenti: dalle lesson learnt delle sperimentazioni al co-design delle traiettorie evolutive”, a discutere sulla tematica “Immaginari in(attesi): l’industria culturale e creativa nei risultati della ricerca accademica”, Museo Nazionale dell’Automobile, Torino.

27 maggio 2024 - Partecipazione come relatore all’evento “Territori, reti e connessioni “La linea Gustav come traiettoria di sviluppo locale integrato tra Lazio e Abruzzo”, con intervento dal titolo: “Il marketing per la valorizzazione del territorio come sistema”, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, Polo Folcara.

23 maggio 2024 - Partecipazione come relatore all’evento “La strategia per le aree interne e i piccoli comuni: Le sfide per lo sviluppo sostenibile”, con intervento dal titolo: “Il ruolo del marketing sistemico per la sostenibilità delle aree interne e dei piccoli comuni”, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, Polo Folcara.

21 aprile 2024 - Partecipazione come relatore all’evento “Agricoltura, Tipicità e Turismo: Trinomio

vincente per uno sviluppo sostenibile del territorio”, con intervento dal titolo: “Il ruolo del marketing sistemico nella pianificazione dello sviluppo e della valorizzazione dei luoghi”, Santopadre.

19 aprile 2024 - Partecipazione come relatore all’evento “L’Europa dei Parchi: Il ruolo delle aree naturali come leva di sviluppo del territorio. Dialoghi per un futuro sostenibile”, con intervento dal titolo: “Il valore economico dei parchi: promuovere la crescita sostenibile e la tutela della biodiversità”, Gaeta.

19 febbraio 2024 - Partecipazione come relatore all’evento “TURISMO DEL GRANO E DELLA PASTA” – Verso gli itinerari del grano: il ruolo di impresa, Università e istituzioni locali, con intervento dal titolo: “Verso gli itinerari del grano: Il ruolo delle imprese, università e istituzioni”, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale – Polo di Frosinone

1 dicembre 2023 - Partecipazione come relatore all’evento “Territori digitali: Primo workshop del turismo digitale”, Hotel Boschetto, Cassino.

24 ottobre 2023 - Il potenziale ruolo di driver dell’Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale e di MarkLab di un nascente ecosistema dell’innovazione: OMURA”, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, Polo Folcara.

31 agosto 2023 – Teramo- Castello della Monica - Partecipazione all’ Evento “La Transumanza: Cultura, tradizioni opportunità” in “TRA ABRUZZO – La transumanza che unisce”: intervento del Prof. Sansone dal titolo: Il ruolo del marketing sistemico nella pianificazione dello sviluppo delle destinazioni e dei luoghi

28 luglio 2023 – L’Aquila – Regione Abruzzo- Partecipazione all’ Evento “La Transumanza: Cultura, tradizioni opportunità” in “TRA ABRUZZO – La transumanza che unisce”: intervento del Prof. Sansone dal titolo: Il ruolo del marketing sistemico nella pianificazione dello sviluppo delle destinazioni e dei luoghi

22 luglio 2023 – Lanciano – Sala Benito Lanci - Partecipazione all’ Evento “La Transumanza: Cultura, tradizioni opportunità” in “TRA ABRUZZO – La transumanza che unisce”: intervento del Prof. Sansone dal titolo: Il ruolo del marketing sistemico nella pianificazione dello sviluppo delle destinazioni e dei luoghi

16 luglio 2023 – Pescara – Centro Congresso Aurum, la fabbrica delle idee- Partecipazione all’ Evento “La Transumanza: Cultura, tradizioni opportunità” in “TRA ABRUZZO – La transumanza che unisce”: intervento del Prof. Sansone dal titolo: Il ruolo del marketing sistemico nella pianificazione dello sviluppo delle destinazioni e dei luoghi

27 gennaio 2023 - Partecipazione come relatore all’evento “STATI GENERALI DELLA DESTINAZIONE LAZIO MERIDIONALE” - Identità, sistema dell’offerta e prossimi sviluppi della DMO, con intervento dal titolo: La D.M.O. Lazio Meridionale

29 settembre 2022 - Focus group "traiettorie evolutive DMO - Lazio Meridionale"

28 ottobre 2022 - Workshop Paestum - titolo Evento: "Progettualità, tecnologie e sinergie per la valorizzazione dei beni culturali" Borse Mediterranea Turismo archeologico - titolo intervento Prof. Sansone: MiRa: Mixed reality ambientale. Un CMS per l'exhibit design museale

10 novembre 2022 - Partecipazione al Consiglio Direttivo della DMO Lazio Meridionale, in rappresentanza di UNICAS.

4 dicembre 2022 - Titolo Evento: TUTELA E VALORIZZAZIONE DELLE AREE INTERNE,
Titolo intervento prof. Sansone: "Marchio collettivo d'area come sintesi della strategia di marketing territoriale: un'indagine empirica": Comune di Atina, Palazzo Ducale

16 dicembre 2022 - Titolo Evento "Tecnologie applicate ai beni e alle attività culturali. Il Centro di Eccellenza DTC LAZIO e i progetti UNICAS", titolo intervento prof. Sansone: MiRA: Mixed Reality Ambientale. Un CMS per l'exhibit design museale-Frosinone

16 dicembre 2022 - ore 12:30 - Titolo Evento "Innovazione Sociale e sistema di conoscenze per l'agroalimentare" : Intervento al Workshop "Lo sviluppo locale come processo indispensabile per la tutela e la valorizzazione del paesaggio. La centralità dei saperi e la necessità di connessione fra gli stessi"-Frosinone

20 Dicembre 2022 - Partecipazione ad Assemblea dei soci DMO Lazio Meridionale
in rappresentanza di UNICAS

11 Ottobre 2022 Conduzione del focus group DMO Lazio Meridionale in Formia

14-15 Novembre 2022 - Relatore al Convegno "La gestione delle tecnologie emergenti per la sicurezza sostenibile"-L'Aquila- GSSI- Titolo relazione "Il ruolo dell'open innovation nella sicurezza e sostenibilità delle filiere".

1 Ottobre 2021 - Relatore al Convegno "La città attrattiva, idee, modelli ed esperienze" - Titolo intervento: Città, Territorio, marketing: framework concettuale - Avezzano

21 Giugno 2021 - Workshop on line dal titolo "GREEN MARKETING PER LA CRESCITA SOSTENIBILE DELL'IMPRESA" nel quale sono intervenuti il Prof. Marcello Sansone Responsabile Scientifico MarkLab e la Dott.ssa Dominique Palladini- Global Business Development and Compliance Manager – Gemar S.r.l.

26 Maggio 2021 - MarkLab ha organizzato un Workshop on line dal titolo LA MARCA DEL DISTRIBUTORE: NUOVE PROSPETTIVE PER LE IMPRESE E PER IL CONSUMATORE: quale

sono intervenuti il Direttore del Dipartimento di Economia e Giurisprudenza Prof.ssa Enrica Iannucci, il Prof. Marcello Sansone Responsabile Scientifico MarkLab, il Dott. Luca Migliolaro Direttore Commerciale Supermercati Pam ed il Dott. Massimiliano Rossi – Area Grocery Pac2000a Conad e la Dott.ssa Annarita Colamatteo che ha presentato il suo libro "Marca del Distributore. Comportamento d'acquisto e fattori di influenza".

Aprile 2020 - Intervista pubblicata su AFFARI & FINANZA di "La Repubblica" sul tema dei pagamenti elettronici - Giornalista: Federico Formica

Gennaio 2019 - Workshop - Follow-up Academy Gecop - % aula formazione Gruppo Gecop

29 settembre 2018 - Relatore al Workshop: "Hey Marketing Ripensare il Marketing" - con il Patrocinio del Comune di Cassino - Tow- Toworking Cassino

13 aprile 2018 - Workshop - Presentazione dell'Academy Gecop: opportunità di formazione e lavoro - % Istituto Alberghiero di Cassino

25 maggio 2018 - Relatore al Convegno: *La primavera delle Idee: Regione Abruzzo, stato attuale, schemi interpretativi e traiettorie evolutive* - Titolo workshop *"Istantanee di una crisi superabile: temi e prospettive"*. Evento organizzato in occasione di una due giorni di confronto sul quadro socio economico della Regione Abruzzo. L'Aquila - Centro congressi

RESPONSABILITA' SCIENTIFICA IN PROGETTI DI RICERCA

Da aprile 2021 a marzo 2022 - Responsabile scientifico del progetto di ricerca dal Titolo *"Studio e sviluppo di una strategia di green marketing finalizzata alla piena sostenibilità di filiera secondo il framework concettuale delle dynamic capabilities"* Dipartimento di Economia e Giurisprudenza – Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale..

Da febbraio 2022 - Responsabile scientifico del progetto di ricerca dal titolo *“Coinvolgimento del visitatore degli spazi museali nell’esperienza di visita con tecnologie di AR e MR”* - Dipartimento di Economia e Giurisprudenza - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale – nell’ambito del progetto *“Mi.ra. Mixed Reality Ambientale. Un CMS per l'exhibit design museale”*- progetto DTC finanziato dalla Regione Lazio.

Da gennaio 2022 - Responsabile scientifico del progetto di ricerca dal titolo *“Piano di marketing strategico del Gruppo Adam S.r.l.”* – Dipartimento di Economia e Giurisprudenza – Università di Cassino e del Lazio Meridionale.

Dal 2021 - Responsabile scientifico per MARKLAB (laboratorio di Marketing di Unicas) nell’ambito del progetto *“Mi.ra. Mixed Reality Ambientale. Un CMS per l'exhibit design museale”*- progetto DTC finanziato dalla Regione Lazio.

Da settembre 2020 a settembre 2021 - Responsabile scientifico del progetto di ricerca dal titolo *“La rilevanza strategica della marca del distributore: dalle dinamiche di filiera al processo di acquisto”* – SSD: SECS-P/08 (Economia e gestione delle imprese) - Dipartimento di Economia e Giurisprudenza - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

Da aprile 2018 a marzo 2019 - Responsabile scientifico del progetto di ricerca dal titolo *“Motivazione di acquisto dei prodotti a marca commerciale e implicazioni di retail marketing: modelli di analisi e misurazione della dimensione strategica di tale asset”* - Dipartimento di Economia e Giurisprudenza - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

Da luglio 2017 a dicembre 2018 - Responsabile Scientifico del progetto di consulenza tecnico-scientifica tra le società del Gruppo Gecop e MARKLAB - Dipartimento di Economia e Giurisprudenza - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale dal titolo *“Sviluppo di attività di marketing strategico finalizzate alla riconfigurazione del modello di business di una catena alimentare appartenente al sistema della Grande Distribuzione Organizzata”*.

Nel 2016 - Responsabile scientifico del proposal *“Marketing and management of food retail industry in Europe: the role of dynamic capabilities on retailers”* performances in capitalist and cooperative governances” H2020-MSCA-RISE-2016’ proposal. ID project: 734902.

Nel 2016 - Responsabile scientifico del Progetto di Ricerca dal titolo *“Le capacità dinamiche nelle strategie di marketing della distribuzione moderna”* XIII convegno SIM – Cassino.

Nel 2012 - Responsabile scientifico per conto di MARKLAB / DIAM del progetto per l'Interporto di Santa Palomba – ISP srl finalizzato alla collaborazione tecnico-scientifica inerente "Consulenza di progetto per il supporto alla definizione degli elementi chiave relativi al *posizionamento e alla comunicazione corporate*".

PROGETTI DI RICERCA

Nel 2022 - Partecipazione come componente Unità Spoke 4 di ROMA TECHNOPOLE - PNRR Missione 4 Componente 2 Investimento 1.5, finanziato dall’Unione europea – NextGenerationEU.

Dal 2018 al 2020 - Partecipazione alla ricerca “Economic rationale behind differences in the composition of seemingly identical branded food products in the Single Market”, per il Joint Research Centre (JRC) della Commissione Europea.

Dal 2021 al 2022 - Partecipazione alla ricerca “Benefits and costs of EU marketing standards for agri- food products” per il Joint Research Centre (JRC) della Commissione Europea.

Dal 2021 al 2022 - Partecipazione alla ricerca “Upfront Costs as Coordination Devices in the European Agri-Food Value Chain”, per il Joint Research Centre (JRC) della Commissione Europea.

Dal 01/07/2012 al 30/06/2015 - Progetto EE01_00065 "Sistemi per la gestione efficiente dei consumi energetici", Bando Efficienza Energetica. - Prj. 292, Valore Totale M€ 8,96, Valore UniCAS M€ 1,24, Partnership UniCAS, SUN, UniSA, GRG S.r.l., Sacofgas S.p.A., Cosmo Service S.r.l., Consorzio CO.M.E.A. (Capofila); Resp. Scientifico Francesco Polese.

Dal 10/10/2010 al 09/10/2013 - Progetto MI01_00292 "Sistema Di Misura Polifunzionale Per La Determinazione Dei Consumi Energetici", Bando Nuove Tecnologie per il Made in Italy. - Prj. 065, Valore Totale M€ 21,65, Valore UniCAS M€ 2,36, Partnership UniCAS, SUN, UniSA, Palmer Scarl, Ditron S.r.l., D'Agostino S.r.l., Consorzio Me.S.E. (Capofila); Resp. Scientifico Francesco Polese.

Dal 01/09/2010 al 31/08/2013 - “Piattaforme multimediali e nuovi modelli di imprenditorialità nel settore del turismo culturale” presso il Dipartimento IMPRESA AMBIENTE E MANAGEMENT dell’Università di Cassino.

Dal 23/03/2009 al 14/07/2009 - Responsabile didattico e scientifico del progetto "*Percorso formativo di category manager*" sviluppato da MarkLab per conto dell'impresa Euronics - Gruppo Andreoli S.p.A.

ORGANIZZAZIONE DI CONVEGNI

21/06/2021 - Responsabile scientifico ed organizzativo del Workshop “*Green Marketing per la crescita sostenibile dell’impresa*” – Dipartimento di Economia e Giurisprudenza – Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

26/05/2021 - Responsabile scientifico ed organizzativo del Workshop “*La Marca del Distributore: Nuove prospettive per le imprese e per il consumatore*” – Dipartimento di Economia e Giurisprudenza – Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

Dal 5 al 7 giugno 2019 - Track Chair nella Track dal titolo Ecosystem approach in Retail Industry - nel convegno internazionale IFKAD Knowledge Ecosystems and Growth - MATERA.

Dal 20 al 21 ottobre 2016 - Referente di Sede e Responsabile del comitato organizzativo della XIII Edizione della SIM Conference 2016 - Università degli studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

Dal 20 al 21 ottobre 2016 - Relatore nella Prima Sessione Plenaria – Presentazione della Ricerca “Strategie di Marketing e Capacità dinamiche nella distribuzione moderna” – XIII SIM Conference 2016 - Università degli studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

Dal 9 al 10 giugno 2016 - Membro del Comitato organizzativo del 153° seminario dell'associazione europea degli economisti agrari dal titolo "New dimensions of market power and bargaining in the agri-food sector: organizations, policies and models", Gaeta (Italy).

Dal 13 al 14 novembre 2014 - Membro del Comitato Organizzativo del XXVI Convegno Annuale di Sinergie – Università degli studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

24/11/2010 - Responsabile scientifico ed organizzativo del Workshop “*Place management: cities, territories, marketing*”, presso l’Università degli Studi di Cassino, in collaborazione con University of Liverpool, University of Belgrade e Manchester Metropolitan University, con il Patrocinio del Consiglio Regionale del Lazio.

01/12/2010 - Responsabile scientifico ed organizzativo della tavola Rotonda dal tema: “*Evoluzione dei rapporti industria-distribuzione nel settore dell’elettronica di consumo: stato dell’arte, scenari futuri e prospettive di collaborazione tra attori*”. Con la partecipazione di Andreoli SPA - Gruppo Euronics, Editoriale E-Duesse , Samsung Electronics S.p.A., Divisione Bianco Brasilia S.p.A.

ATTIVITA’ DI DOCENZA MANAGERIALE

Docente in diversi Master LUISS BUSINESS SCHOOL – Area Marketing e Trade.

Docente in Master “Comunicazione e giornalismo enogastronomico del GAMBERO ROSSO – Area Marketing.

Dal 2013 al 2020 - Docente MASTER IN MARKETING & RETAIL MANAGEMENT – Area Marketing - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

Febbraio 2015 - Docente in corsi MIDIFORM - Coordinatore del Modulo di “Marketing Internazionale”, Master in Internazionalizzazione d’Impresa - CUEIM Consorzio Universitario di Economia Industriale e Manageriale – Verona c/o Sede di Latina.

Nel 2014 - Docente di Marketing presso il Master in Management dell’impresa cooperativa – Dipartimento di Economia e Giurisprudenza - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

Nel 2009 - Docente di Marketing presso il Master in Management della comunicazione nel settore moda – Facoltà di Lettere – Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione (sede di Sora) - Università degli Studi di Cassino.

Febbraio 2009 - Docente presso il Master MBA in Business Administration presso l’Università degli Studi di Foggia – Facoltà di Economia, modulo in Management della distribuzione.

PREMI E RICONOSCIMENTI

Runner Up Paper Award: Sansone, M., Colamatteo, A., Pagnanelli, M.A. & D'Agostini, M. (2024). What will be the areas of competition in the metaverse?. NB&PL – Research on National Brand and Private Label Marketing; International Conference 8-10 July 2024 - Oxford Brookes Business School –Oxford – England.

Partecipazione a Convegni

Dal 17 al 18 ottobre 2024 - Partecipazione al XXI Convegno della Società Italiana Marketing, “Brands and Purpose in a changing era”, Università IULM, Milano - con presentazione del paper “How can Artificial Intelligence tools help mitigate the phenomenon of Overtourism?”.

Dal 20 al 21 ottobre 2023 - Partecipazione al XX Convegno della Società Italiana Marketing, “MARKETING PER IL BENESSERE, LA SALUTE E LA CURA”, Università di Firenze, Firenze - con presentazione del paper “Exploring the Impact of Open Innovation in the Healthcare Sector: A Multiple Case Study Analysis”.

Dal 20 al 21 ottobre 2022 - Partecipazione al XIX Convegno della Società Italiana Marketing, "Next Generation Marketing. Place, People, Planet: cooperation & shared value for a new era of critical marketing", Università degli Studi di Salerno, Salerno - con presentazione del paper “Misurazione della user experience in contesti culturali caratterizzati da tecnologie immersive”.

Dal 14 al 15 ottobre 2021 - Partecipazione al XVIII Convegno della Società Italiana Marketing, "Trasformazione digitale dei mercati: il Marketing nella creazione di valore per le imprese e la società", Università degli Studi di Urbino Carlo Bo- Università Politecnica delle Marche, Ancona 14 - con presentazione del paper “Gli attivatori della sostenibilità nel private label retail ecosystem e le loro relazioni”.

Dal 29 al 30 ottobre 2020 - Partecipazione al XVII Convegno della Società Italiana Marketing, “Il Marketing per una società migliore”, LIUC Università Cattaneo – Castellanza Varese, con presentazione del paper Dynamic capabilities and private label performance: some correlations? Focus on three Italian food retailers.

Dal 24 al 25 ottobre 2019 - Partecipazione al XVI Convegno della Società Italiana Marketing, “Marketing 4.0: le sfide della multicanalità”, Università Cattolica del Sacro Cuore, sede Piacenza, con presentazione del paper: Dual quality of food products: what from a marketing perspective?

23/02/2019 - Partecipazione al Workshop: Publishing In Top Management Journals. The Florence Paper Development Workshop. School of economics and management – Università di Firenze.

Dal 20 al 21 giugno 2019 - Partecipazione a SINERGIE SIMA 2019: “Management And Sustainability: Creating A Shared Value In The Digital Era”– Università Sapienza di Roma.

Dal 5 al 7 giugno 2019 - Partecipazione ad IFKAD: International Forum on Knowledge Ecosystems and Growth, Matera – Università della Basilicata – Dipartimento di Management con presentazione del paper Ecosystem approach in retail industry and customer role: a service perspective.

Dal 18 al 19 ottobre 2018 - Partecipazione al XV Convegno della Società Italiana Marketing, “I Percorsi identitari nel Marketing”, Università degli studi di Bari Aldo Moro con presentazione del paper: Analisi della Corporate Brand Identity nel settore retail: applicazione di un modello.

Dal 14 al 15 giugno 2018 - Partecipazione al XXVIII Convegno annuale di Sinergie "Transformative business strategies and new patterns for value creation", Università Ca' Foscari Venezia, con presentazione del paper: Capacità dinamiche e modello di business: ri-definizione di un modello di analisi per l'impresa commerciale.

Dall' 11 al 13 luglio 2018 - Partecipazione alla 5th International Conference on Research on National Brand & Private Label Marketing (NB&PL2018) "BUILDING STRONG BRANDS IN THE DIGITAL AGE", Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona (Spain), con presentazione in lingua inglese del paper: A bibliometric analysis of the private label literature.

Dal 15 al 16 giugno 2017 - Partecipazione al XXVII Convegno annuale di Sinergie "Value co-creation: management challenges for business and society", Università degli Studi Federico II di Napoli, con presentazione del paper: Emerging retail as ecosystem.

Dal 26 al 27 ottobre 2017 - Partecipazione al XIV Convegno della Società Italiana Marketing, "Il Marketing del Successo", Università degli studi di Bergamo, con presentazione del paper: What type of content does get the most positive response on Instagram? A content analysis of Italian celebrity chef profiles.

Dal 20 al 21 ottobre 2016 - Relatore nella Prima Sessione Plenaria – Presentazione della Ricerca "Strategie di Marketing e Capacità dinamiche nella distribuzione moderna" – XIII SIM Conference 2016 - Università degli studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

Dal 20 al 21 ottobre 2016 - Partecipazione alla XIII SIM Conference in qualità di relatore per la presentazione del paper: "Le capacità dinamiche nelle strategie di marketing dei retailer: definizione di un modello di analisi" di Sansone M., Bruni R. Colamatteo A., tenutosi presso l'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

Dal 24/10/2015 al 21/10/2016 - Referente di Sede e Responsabile del comitato organizzativo della XIII Edizione della SIM Conference 2016 - Università degli studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

Dal 31 agosto al 1 settembre 2015 - Partecipazione al 18Th Toulon-Verona Conference "Excellence in Services" 2015 - Palermo - come relatore per la presentazione del paper "Brand Building and Brand Extension in Service Sector: An Empirical Analysis" di Sansone M., Colamatteo A.

Dal 3 al 10 giugno 2016 - Membro del Comitato organizzativo del 153° seminario dell' EAAE, dal titolo "New dimensions of market power and bargaining in the agri-food sector: organizations, policies and models", Gaeta (Italy) June 9-10.

Dal 23 al 24 gennaio 2015 - Partecipazione al Convegno International Marketing Trends Conference 2015, Parigi, come relatore per la Presentazione del paper "Network business and brand strategy in the food supply chain: the case of the Plain of Fucino", di Sansone M.

Dal 13 al 14 novembre 2014 - Partecipazione al XXVI Convegno annuale di Sinergie "Manifattura: quale futuro?" – Università di Cassino e del Lazio Meridionale- come relatore per la presentazione del paper "Co-creazione di valore nelle relazioni impresa-territorio: determinanti innovative ed

osservazione di casi” di Sansone M., Moretta Tartaglione A., Bruni R.

Dal 18 al 19 settembre 2014 - Partecipazione al XI Convegno Sim “Food Marketing: Mercati, Filiere E Strategie Di Marca” Modena, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, come relatore per la presentazione del paper “Lo store brand come driver strategico del processo di differenziazione e posizionamento competitivo delle insegne: indirizzi evolutivi e competenze di marketing dei retailer”, di Sansone M.

Dal 16 al 18 luglio 2014 - Partecipazione alla SGBED Conference, Università Politecnica delle Marche, Ancona come relatore per la presentazione del paper “The Role of Service Provider in Place Management” di Sansone M.

Dal 18 al 19 ottobre 2012 - Partecipazione al XXIV Convegno annuale di Sinergie "Il territorio come giacimento di vitalità per l'impresa", Università del Salento, Lecce come relatore per la presentazione del paper “Traiettorie evolutive nel marketing e nel management dei “luoghi” di Sansone M., Bruni R.

Dal 20 al 21 settembre 2012 - Partecipazione alla IX SIM Conference "Marketing internazionale ed Effetto Country of Origin", Benevento, come relatore per la presentazione del paper “Vincoli ed opportunità nell'utilizzo dei portali di Social Networking come strumenti di marketing e di comunicazione: focus sulle PMI” di Sansone M., Bruni R.

Dal 29 giugno al 1 luglio 2011 - Partecipazione alla EAERCD Conference, Università di Parma come relatore per la presentazione del paper “The strategic role of the store brand in the competitive positioning of retailers: retailers' evolving tendencies and marketing competencies”, di Sansone M.

Dal 14 al 17 giugno 2011 - Partecipazione al Naples Forum on Service - Service Dominant logic, Network & Systems Theory and Service Science per la presentazione del paper “Store brand and marketing strategies in the development of retailers and in the relations among industries” di Sansone M. Bruni R.

01/12/2010 - Responsabile scientifico ed organizzativo della tavola rotonda dal tema: "Evoluzione dei rapporti industria-distribuzione nel settore dell'elettronica di consumo: stato dell'arte, scenari futuri e prospettive di collaborazione tra attori". Con la partecipazione di Andreoli SPA – Gruppo Euronics, Editoriale E-Duesse , Samsung Electronics S.p.A., Divisione Bianco Brasilia S.p.A.

24/11/2010 - Responsabile scientifico ed organizzativo del Workshop Internazionale “Place management: cities, territories, marketing”, presso l'Università degli Studi di Cassino, in collaborazione con University of Liverpool (Prof. G. Warnaby), University of Belgrade (Prof. S. Zaric), Manchester Metropolitan University (K. Parker), LUISS (Prof. M. Caroli), Università del Sannio (Prof. M. R. Napolitano, Dott. A. Riviezzo, Dott. A. De Nisco) con il Patrocinio del Consiglio Regionale del Lazio. Keynote speakers: Prof. M. Sansone, Prof. S. Zaric.

Dal 6 al 7 novembre 2009 - Partecipazione alla VI SIM Conference "Fashion Marketing" Università di Firenze, come relatore per la presentazione del paper “Marchio collettivo d’area come sintesi della strategia di marketing territoriale: un’indagine empirica” di Sansone M., Bruni R.

Dal 14 al 25 settembre 2009 - Partecipazione al XXXII Convegno AIDEA - "Le risorse immateriali nell'economia delle aziende", Ancona, come relatore per la presentazione del paper "La conoscenza diffusa come driver di creazione di valore nel marketing territoriale" di Sansone M., Bruni R.

Dal 17 al 19 gennaio 2008 - Partecipazione alla VII International Marketing Trends Conference, Università Ca' Foscari di Venezia, come relatore per la presentazione del paper "Modelli emergenti di interazione tra imprese e consumatori nell'era digitale: il caso Second Life", di Sansone M.

Dal 5 al 6 ottobre 2007 - Partecipazione alla IV SIM Conference "Il marketing dei talenti", Università Sapienza di Roma, come relatore per la presentazione del paper "I Key Performance Indicator come strumento di misurazione dei risultati nei Centri Commerciali Naturali organizzati in ottica di marketing urbano" di Sansone M.

Dal 26 al 27 gennaio 2007 - Partecipazione alla VI International Marketing Trends Conference - Parigi - come relatore per la presentazione del paper "Confronti metodologici, riflessioni critiche e proposte operative sul Marketing Urbano in ambito internazionale: focus sull'organizzazione e gestione dei Centri Commerciali Naturali in Italia", di Sansone M.

Dal 24 al 25 novembre 2006 - Partecipazione alla III SIM Conference "Il marketing delle imprese leader di mercato" – Università di Parma - come relatore per la presentazione del paper "Un caso di successo in un settore industriale maturo ad elevata competizione globale. L'esperienza della Presider S.r.l.", di Sansone M.

Dal 7 all' 8 settembre 2006 - Partecipazione al 9Th Toulon-Verona Conference - Quality in Services - University of Paisley, Scotland, come relatore per la presentazione del paper "New tourism trends: between qualità and sustainable tourism" di Scafarto T., Sansone M., Formisano V., Polese F.

20/01/2006 - Partecipazione alla International Marketing Trends Conference - Venezia Università Ca' Foscari come relatore per la presentazione del paper "Nuovi ambiti di ricerca nei moderni sistemi di scambio: focus sul marketing esperienziale" di Sansone M.

22/01/2005 - Partecipazione al Congresso internazionale "Le tendenze del marketing in Europa", ESCP-EAP, Parigi, come relatore per la presentazione del paper "L'integrazione sistemica tra marketing e logistica nelle imprese della supply chain. Una proposta esplorativa" di Scafarto, F., Sansone M.

Dal 2 al 3 dicembre 2005 - Partecipazione alla II SIM Conference "Tendenze evolutive del marketing dei servizi"- TRIESTE - come relatore per la presentazione del paper "La comunicazione del/nel fashion retail", di Sansone M.

29/11/2003 - Partecipazione alla International Marketing Trends Conference - Venezia Università Ca' Foscari come relatore per la presentazione del paper "Il ruolo comunicativo del punto vendita nel "sistema moda", di Sansone M.

Dal 5 al 7 giugno 2003 - Partecipazione al Convegno Internazionale "Organizations, today" – Università di Cagliari- come relatore per la presentazione del paper "L'impatto delle tecnologie telematiche e dell'I.C.T. sulla progettazione organizzativa del sistema logistico", di Sansone M., Scafarto T.

05/10/2002 - Partecipazione al XXV Convegno AIDEA "Competizione globale e sviluppo locale tra etica e innovazione" - Università del Piemonte Orientale "Amedeo Avogadro" Novara- come relatore per la presentazione del paper "Verso il "sistema moda": globalizzazione e specificità locale nel fashion", di Sansone M.

Dal 25 al 26 gennaio 2002 - Partecipazione alla International Marketing Trends Conference - Parigi - come relatore per la presentazione del paper "L'innovazione di format e di concept nella distribuzione commerciale al dettaglio", di Sansone M.

25/11/2001 - Partecipazione alla International Marketing Trends Conference - Venezia- per la presentazione del paper "Politiche di co-marketing nel processo di category management, di Sansone M., Dioletta M.P.

PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE

Articoli su riviste scientifiche

Pagnanelli, M. A., Colamatteo, A., Cassia, F., & Sansone, M. (2025). Unveiling user intentions: an integrated analysis of hedonic motivation and service quality in e-grocery technology acceptance. *International Journal of Quality & Reliability Management*.
<https://doi.org/10.1108/IJQRM-02-2024-0062>

Colamatteo A.; Sansone M., Iorio G., (2024) Did disruptive events affect the purchase of private label food products? *British Food Journal*, Vol. 126 No. 6, pp. 2522-2538. DOI: 10.1108/BFJ-07-2023-0577.

Colamatteo A.; Sansone M., Pagnanelli M., Bruni R. (2024). The role of immersive technologies in cultural contexts: future challenges from the literature. *Italian Journal of Marketing*, pp. 113–142. DOI: 10.1007/s43039-024-00089-4.

Colamatteo, A., Cassia, F., Sansone, M. (2022), *Dual quality and limits to international adaptation of product quality: development of a conceptual framework and research agenda*, *Total Quality Management & Business Excellence*. pp. 1-14. DOI: 10.1080/14783363.2022.2158804.

Sansone, M., Bravi, L., Colamatteo, A., Murmura, F., Pagnanelli, M. A., & Musso, F. (2022), *Analysis of Factors Affecting the Purchase of Private Label Products by Different Age Consumers*, *British Food Journal*, pp. 619-36.- ISSN: 0007-070X

Colamatteo, A., Cassia, F., and Sansone, M. (2021), "Near-shoring versus far-shoring: effects on customer perceived quality and purchase intention", *The TQM Journal*, Vol. 34 No. 5, pp.

1416-1431. <https://doi.org/10.1108/TQM-05-2021-0132>.

Sansone, M., Bravi, L., Colamatteo, A., Murmura, F., Pagnanelli, M. A., & Musso, F. (2021). *Private Label Products Buying Decisions: A Comparative Analysis on Consumer Perspective*. In National Brand and Private Label Marketing Conference, June 2021 (pp. 41-46). Springer, Cham.

Sansone M., Colamatteo A., Pagnanelli M.A., (2021) *The dynamic capabilities of international retailers*, International Journal of Applied Behavioral Economics (IJABE), Special Issue Submission: SMEs' decision making for international development, Volume 10, Issue 2, Article 6. pp. 65-77

Sansone, M., Musso, F., Colamatteo, A. & Pagnanelli, M.A. (2020) *Factors affecting the purchase of private label food products*, British Food Journal, Vol. 123 No. 3, pp. 1207- 1222 <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2020-0048>.

Sansone M., Bruni R., Colamatteo A., Pagnanelli M.A., (2020). *Strategie responsabili emergenti post Covid-19: Insights dai consumatori* in (a cura di Scalese G.) DEMOCRAZIA E DIRITTI SOCIALI - Pandemia, normazione dell'emergenza e modelli d'intervento socio-economici, pp. 645-656. E-ISSN 2610-9166.

Colamatteo A., Pagnanelli M. A., Sansone M., (2020) *How DICSIP influences the purchase intention? Analysis of factors affecting perceived quality* in Russo, C., Menapace, L., Sansone, M., Twum, E., Fathinejad, N., Colamatteo, A. and Pagnanelli, M., *Economic rationale behind differences in the composition of seemingly identical branded food products in the Single Market*, Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2020, ISBN 978-92-76-10936-5 (online), doi:10.2760/164019 (online), JRC117796.

Perito, M.A., Di Fonzo, A., Sansone, M. and Russo, C. (2019). "Consumer acceptance of food obtained from olive by-products: A survey of Italian consumers", *British Food Journal*, Vol. 122 No. 1, pp. 212-226. <https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2019-0197>.

Sansone M., Bruni R., Colamatteo A., Pagnanelli M.A. (2019) Relational proximity with customer in the retail industry in *Predicting Trends and Building Strategies for Consumer Engagement in Retail environments* – IGI Global, ISBN 9781522578567.

Sansone, M., Colamatteo, A. (2019). *La marca del distributore nelle dinamiche di consumo*. *Micro & Macro Marketing*, 28(2), pp. 313-334. ISSN1121-4228

Sansone M., Bruni R., Colamatteo A., Pagnanelli M.A. (2018). *Service ecosystem perspective in the retail industry* – Sinergie Italian Journal of Management – (ISSN 0393-5108).

Bruni R., Zaric S., Sansone M. (2018) *The power of knowledge of the citizens*, International journal KNOWLEDGE Vol. 25.1 (Selected Scientific Papers), pp. 15-22. ISSN 2545-4439, ISSN 1857-923X, Skopje 2018.

Sansone M., Colamatteo A., Pagnanelli M.A. (2018), *A Bibliometric Analysis of the Private Label Literature*. In: Martínez-López F., Gázquez-Abad J., Chernev A. (eds) *Advances in National Brand and Private Label Marketing*. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham (ISBN 978-3-319-92083-2), https://doi.org/10.1007/978-3-319-92084-9_19.

Giovannini, R., Sansone, M., Marsigalia, B., & Colamatteo, A. (2017). *Governance of private label as a strategic asset: developing a brand valuation model*. *Journal of Governance & Regulation*, 6(4), pp. 17-29, ISSN 2220-9352

Sansone M., Bruni R., Colamatteo A. (2017) “*Selecting factors affecting the purchase of private label products*” in *Advances in National Brand and Private label Marketing*, pp. 117-129, Springer International Publishing, Cham. ISBN: 978-3-319-59700-3, ISSN: 2198-7246, DOI 10.1007/978-3-319-59701-0.

Sansone M., Bruni R., Colamatteo A., Pagnanelli M.A. (2017) *Dynamic capabilities in retailers' marketing strategies: defining an analysis model*, *Mercati e Competitività* Vol. 2 (ISSN 1826- 7386, e ISSN 1972-4861).

Sansone M., Bruni R., Colamatteo A., Pagnanelli M.A. (2017) SIM Talk 2016: Retail – Consumptions – Digital, *Mercati e Competitività* Vol. 2 (ISSN 1826-7386, e ISSN 1972-4861).

Sansone M., Colamatteo A. (2017) *The new dynamic of retail innovation: a focus on relational proximity*, *International Business Research*, Vol. 10, n.2. ISSN: 1913-9004; E-ISSN 1913-9012.

Sansone M., Formisano V. (2016) “*Marketing Innovation and Key Performance Indicator in banking*”, *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 8, n.1, pp. 44-56. ISSN 1918-719X E-ISSN 1918-7203.

Sansone M., (2015), “*The evolution of private label strategy: The Italian case*”, *African Journal of Business Management*, Vol. 9(11), pp. 457-462. ISSN 1993-8233. DOI: 10.5897/AJBM2015.7690.

Sansone M., (2015), “*The relevance of networking strategy in agribusiness: an Italian empirical case study*” *International Journal of Marketing Studies* · Vol. 7, n.2. ISSN 1918-719X.

Sansone M., Moretta Tartaglione A., Bruni R. (2015), "*Enterprise—Place Relationship and Value Co-Creation: Advance in Research*", International Journal of Business and Management, Vol. 10, No. 1, pp. 50-61. ISSN 1833-3850.

Sansone M., (2014) "*Value creation in place management: The relevance of Service Providers*", International Journal of Management Sciences and Business Research, Vol-3, Issue 11. ISSN 2226-8235. pp-13-19

Sansone M., (2014) "*Evolving Trends in Store Brand strategy: reflections on literature*", International Journal of Management Sciences and Business Research, ISSN (2226- 8235) Vol. 3, Issue 4, pp. 22-28.

Sansone M. Bruni R., (2013) "*Involving City Authorities in Event Planning*". Scienze Regionali - Italian Journal of Regional Science Articles Vol. 12 – n. 1, pp. 115-124. ISSN 1720-3929.

Sansone M., Moretta Tartaglione A., Bruni R., (2012) *How do Companies Achieve Their Marketing Goals With Social Networks?* Chinese Business Review, vol. 11, pp. 970-980. ISSN: 1537-1506.

Sansone M., Bruni R. (2011) "*Nuclei concettuali di marketing territoriale: una proposta di sistematizzazione della letteratura ed implicazioni manageriali*" in *Impresa Ambiente Management*, – Collana del DIAM – Dipartimento, Impresa, Ambiente e Management, Università degli Studi di Cassino, pp. 41-62. ISSN: 1972-2036.

Sansone M., Scafarto F., (2008) "*I luoghi del commercio moderno come contenitori di esperienze: l'evoluzione del punto vendita nella comunicazione della brand identity*", in *Enciclopedia Architettura e Moda* – Mondadori Electa S.p.A., Milano.

Sansone M., (2007) "L'event marketing nell'ambito delle moderne strategie di comunicazione d'impresa: il caso FIAT", in *Impresa Ambiente Management*, anno I, numero I – Periodico Quadrimestrale – Collana del DIAM – Dipartimento, Impresa, Ambiente e Management, Università degli Studi di Cassino. ISSN: 1972-2036.

Sansone M., (2007) "Traiettorie evolutive di tipo relazionale nel processo di revisione critica del marketing concept. Focus sul marketing esperienziale", in *Impresa Ambiente Management*, anno I, numero 0 – Periodico Quadrimestrale – Collana del DIAM – Dipartimento, Impresa, Ambiente e Management, Università degli Studi di Cassino. ISSN: 1972-2036.

Sansone M., (2003) "Approccio sistemico e contesti relazionali nell'area transfrontaliera: un nuovo modello di management senza confini.", in *SINERGIE – Rapporti di ricerca* - vol. 15, pp. 253-275, ISSN: 0393-5108.

Sansone M., Scafarto T., (2003) "*Distribuzione reticolare ed integrità di marca nel sistema moda*" in *Industria & Distribuzione*, n.4/2003, pp. 83-96 .

Sansone M., (2002) "*La rete di distribuzione dei carburanti in Italia, tra ristrutturazione ed orientamento al mercato. L'offerta non oil ed il nuovo concept della stazione di servizio integrata*", in *Esperienze d'impresa*, n. 2/2002, pp. 81-108.

Sansone M., (2002) *“Implicazioni competitive delle rivendite a prezzi non remunerativi: una visione economico-manageriale”*, in *Economia e Diritto del Terziario*, n. 1/2002, Franco Angeli editore, pp. 211-239.

Sansone M. (2001), *“Profili economici e comparativi delle vendite sottocosto”*, in *Disciplina del commercio*, n. 3.

Sansone M. (2001), *“Relazioni strategiche fra category management e marca commerciale nel processo di differenziazione competitiva dell’insegna”*, in *Industria & Distribuzione (I&D). Rivista di economia e gestione dei rapporti di canale*, n. 2/2001. *citato in Bibliografia nella collana di Management edita da Il Sole 24 Ore, Università Bocconi e La Repubblica, numero 11, a cura dei Prof. Castaldo e Vicari.

Atti di convegni

Sansone, M., Colamatteo, A., Pagnanelli, M.A. & D’Agostini, M. (2024). *“How can Artificial Intelligence tools help mitigate the phenomenon of Overtourism?”*. Atti del XXI Convegno SIM, Università IULM, Milano, 17-18 ottobre 2024.

Sansone, M., Colamatteo, A., Pagnanelli, M.A. & D’Agostini, M. (2024). *What will be the areas of competition in the metaverse?. NB&PL – Research on National Brand and Private Label Marketing; International Conference 8-10 July 2024 - Oxford Brookes Business School –Oxford – England.*

Sansone, M., Colamatteo, A., Pagnanelli, M.A. & D’Agostini, M. (2024). *The Impact of Artificial Intelligence in Marketing: A Focus on Consumer Behaviour. Proceedings International Marketing Trends Conference 2024, Venezia, 18-20 gennaio 2024.*

Sansone M., Colamatteo A., Pagnanelli M.A., D’Agostini M (2023) *“Exploring the Impact of Open Innovation in the Healthcare Sector: A Multiple Case Study Analysis”* Atti del XX convegno SIM, Università di Firenze, Firenze 20 - 21 Ottobre 2023.

Sansone M., Bruni R., Colamatteo A., Pagnanelli M.A. (2022) *“Misurazione della user experience in contesti culturali caratterizzati da tecnologie immersive”* Atti del XIX convegno SIM, Università degli Studi di Salerno, Salerno 20 - 21 Ottobre 2022, ISBN 978-88-943918-8-6.

Sansone M., Bruni R., Colamatteo A., Pagnanelli M.A. (2021) *“Gli attivatori della sostenibilità nel private label retail ecosystem e le loro relazioni”* Atti del XVIII convegno SIM, Università degli Studi di Macerata - Università degli Studi di Urbino Carlo Bo- Università Politecnica delle Marche, Ancona 14 - 15 Ottobre 2021.

Sansone M., Bruni R., Colamatteo A., Pagnanelli M.A. (2020) *“Dynamic capabilities and private label performance: some correlations? Focus on three Italian food retailers”* Atti del XVII convegno SIM, LIUC Università Cattaneo – Castellanza Varese - ISBN 978-88-943918-4-8.

Sansone M., Colamatteo A., Pagnanelli M.A. (2019) *“Dual quality of food products: what from a marketing perspective?”* in *Marketing 4.0: le sfide della multicanalità*, Atti del XVI convegno SIM, Piacenza, ISBN 978 88 943918 3 1.

Sansone M., (2019) *Ecosystem approach in retail industry and customer role: a service*

perspective, Atti di IFKAD , Matera 5-6-7 giugno 2019.

Sansone M., Bruni R., Colamatteo A., Pagnanelli M.A. (2018) *Analisi della Corporate Brand Identity nel settore retail: applicazione di un modello*, Atti del XV convegno SIM, Università degli studi di Bari. ISBN 978-88-943918-2-4.

Sansone M., Colamatteo A., Pagnanelli M.A. (2018) *Capacità dinamiche e modello di business: ri-definizione di un modello di analisi per l'impresa commerciale* - Atto di convegno - Sinergie Sima 2018 – Strategie in trasformazione e nuovi modelli per la creazione di valore – Università Ca' Foscari di Venezia, ISBN 97888943937-0-5, p. 121-131.

Sansone M., Colamatteo A., Pagnanelli M.A. (2017), “What type of content does get the most positive response on Instagram? A content analysis of Italian celebrity chef profiles” in *Il Marketing del Successo*, Atti del XIV convegno SIM, Università degli studi di Bergamo.

Sansone M., Bruni R., Colamatteo A. (2017) Selecting factors affecting the purchase of private label products – NB&PL – *Research on National Brand and Private Label Marketing; International Conference* 28-30 June 2017 - UOC - Universitat Oberta de Catalunya – Barcellona – Spain.

Sansone M., Bruni R., Colamatteo A., Pagnanelli M.A. (2017) Emerging Retail as Ecosystem - Sinergie - Sima 2017 Conference *Value co-creation: management challenges for business and society* 15-16 June 2017 - University of Napoli Federico II (Italy).

Sansone M., Bruni R. Colamatteo A. (2016) Le capacità dinamiche nelle strategie di marketing dei retailer: definizione di un modello di analisi, Atti del XIII convegno SIM. Cassino 20-21 Ottobre 2016, ISBN 978-88-907662-6-8.

Sansone M., Formisano V., (2015) “The marketing and management innovation as a driver of competitive advantage: the case of the banking sector”, *Proceedings del XXXVII Convegno nazionale AIDEA*, Università Cattolica del Sacro Cuore, Piacenza 10-11-12 Settembre 2015.

Sansone M., Colamatteo A. (2015) “Brand Building and Brand Extension in Service Sector: An Empirical Analysis”, *Proceedings 18Th Toulon-Verona Conference "Excellence in Services" 2015*, Università di Palermo 31 Agosto- 1 Settembre 2015, ISBN 9788890432750, pp. 495-508.

Sansone M., (2015) “Network business and brand strategy in the food supply chain: the case of the Plain of Fucino”, *Proceedings International Marketing Trends Conference 2015*, Parigi 23-24 Gennaio 2015, ISBN: 978-2-9532811-2-5.

Sansone M., Moretta Tartaglione A., Bruni R., (2014) “Co-creazione di valore nelle relazioni impresa-territorio: determinanti innovative ed osservazione di casi”, XXVI Convegno annuale di Sinergie Manifattura: quale futuro? – *Università di Cassino e del Lazio Meridionale- 13-14 novembre 2014*. ISBN 978-88-907394-4-6. DOI 10.7433/SRECP.2014.08.

Sansone M., (2014) “Lo store brand come driver strategico del processo di differenziazione e posizionamento competitivo delle insegne: indirizzi evolutivi e competenze di marketing dei retailer” in *XI Convegno Sim “Food Marketing: Mercati, Filiere E Strategie Di Marca” Modena, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, 18-19 Settembre 2014*. ISBN 978-88-907662-2-0.

Sansone M., (2014) “The Role of Service Provider in Place Management” in *SGBED Conference, Università Politecnica delle Marche, Ancona, 16-18 Luglio 2014*. ISBN 978-88-907795-7-2.

Sansone M., Bruni R. (2012) “Vincoli ed opportunità nell'utilizzo dei portali di Social Networking come strumenti di marketing e di comunicazione: focus sulle PMI”, in *Marketing internazionale ed Effetto Country of Origin, IX convegno annuale della Società Italiana Marketing*, Benevento 20 - 21 settembre 2012. ISBN 9788890766206.

Sansone M., Bruni R. (2012) “Traiettorie evolutive nel marketing e nel management dei “luoghi” in XXIV Convegno annuale di Sinergie *Il territorio come giacimento di vitalità per l'impresa* 18-19 ottobre 2012 – Università del Salento (Lecce) *Referred Electronic Conference Proceeding* ISBN 9788890739408.

Sansone M. Bruni R. (2011) "Store brand and marketing strategies in the development of retailers and in the relations among industries" in *Naples Forum on Service - Service Dominant logic, Network & Systems Theory and Service Science*. 14-17 Giugno 2011. ISBN 9788874315253.

Sansone M. (2011) "The strategic role of the store brand in the competitive positioning of retailers: retailers' evolving tendencies and marketing competencies" in *EAERCD Conference, Parma, 29 Giugno – 1 Luglio 2011*. ISBN 9788890619502.

Sansone M., Bruni R., (2009) "Marchio collettivo d'area come sintesi della strategia di marketing territoriale: un'indagine empirica" *VI convegno SIM – Firenze, 6 e 7 novembre 2009*.

Sansone M., Bruni R., (2009) "La conoscenza diffusa come driver di creazione di valore nel marketing territoriale", in *XXXII Convegno AIDEA - Le risorse immateriali nell'economia delle aziende*, Ancona, 24-25 Settembre 2009.

Sansone M., (2008) "Modelli emergenti di interazione tra imprese e consumatori nell'era digitale: il caso Second Life", in *Atti del VII Convegno internazionale Italia-Francia "Marketing Trends"* -Venezia, 17-19 Gennaio 2008. ISBN 9788890245923.

Sansone M., (2007) "I Key Performance Indicator come strumento di misurazione dei risultati nei Centri Commerciali Naturali organizzati in ottica di marketing urbano", in *Atti del III Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing - Il marketing dei talenti* - Roma 5- 6 Ottobre 2007.

Sansone M., (2007). "Confronti metodologici, riflessioni critiche e proposte operative sul Marketing Urbano in ambito internazionale: focus sull'organizzazione e gestione dei Centri Commerciali Naturali in Italia", in *Atti del VI Convegno internazionale Italia-Francia "Marketing Trends"* - Parigi , 26-27 Gennaio 2007. ISBN: 9788890245916.

Sansone M., (2006) "Un caso di successo in un settore industriale maturo ad elevata competizione globale. L'esperienza della Presider S.r.l.", in *Atti del III Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing - Il marketing delle imprese leader di mercato* - Parma, 24-25 Novembre 2006.

Scafarto T., Sansone M., Formisano V., Polese F., (2006) "New tourism trends: between quality and sustainable tourism"- in *9TH "Toulon Verona" - Conference Quality in Services* - Scozia, 7-8 Settembre 2006.

Sansone M., (2006) "Nuovi ambiti di ricerca nei moderni sistemi di scambio: focus sul marketing esperienziale"- In *Atti del convegno internazionale di Marketing- Università Ca' - Foscari – Venezia* - 20 Gennaio 2006.

Sansone M., (2005) "La comunicazione del/nel fashion retail"- in *Atti del Convegno –Tendenze evolutive del Marketing dei servizi-* Società italiana di Marketing, Trieste, 2-3 Dicembre 2005.

Sansone M., F. Scafarto, (2005) "L'integrazione sistemica tra marketing e logistica nelle imprese della supply chain. Una proposta esplorativa", in *Atti del Congresso internazionale "Le tendenze del marketing in Europa"*, ESCP-EAP, Parigi. 22 Gennaio 2005.

Sansone M., Scafarto F., (2003) “Il ruolo comunicativo del punto vendita nel “sistema moda”. Un approccio semiotico al marketing, in *Atti del Convegno internazionale “Le tendenze del marketing in Europa”*, Università Ca’ Foscari- Venezia, 29 Novembre 2003.

Sansone M., Scafarto T., (2003) “L’impatto delle tecnologie telematiche e dell’I.C.T. sulla progettazione organizzativa del sistema logistico”, in *Atti del Convegno Internazionale Organizations, today* – Cagliari, 5-7 Giugno 2003.

Sansone M., (2002) “Verso il “sistema moda”: globalizzazione e specificità locale nel fashion”. Presentato il 5 ottobre 2002 al 25° *Convegno AIDEA “Competizione globale e sviluppo locale tra etica e innovazione”* tenutosi presso la Facoltà di Economia dell’Università del Piemonte Orientale “Amedeo Avogadro” di Novara.

Sansone M., (2002) “L’innovazione di format e di concept nella distribuzione commerciale al dettaglio”, Parigi - 25-26 gennaio 2002 , in *Atti del Convegno Internazionale “Le tendenze del marketing in Europa”*.

Sansone M., Dioletta M.P., (2001) “Politiche di co-marketing nel processo di category management – *Convegno Internazionale “Le tendenze del marketing in Europa”* – Università Ca’ Foscari, Venezia – 25 novembre 2001. in *Atti del convegno internazionale*, a cura di U. Collesei – J.C. Andreani.

Contributi in opere collettanee

Sansone M., Colamatteo A., Pagnanelli M.A. (2023), *The Role Of Technological Advances In Cultural Heritage: Focus On Virtual, Augmented And Mixed Reality In Technology, Business and Sustainable Development Advances for People, Planet and Profit*”, ISBN 9781032275284 Routledge book.

Russo, C., Sansone, M., Colamatteo, A., Pagnanelli, M.A. and Twum, K.E. (2022), Benefits and costs of EU marketing standards for agri-food products, Russo, C. editor(s), *Publications Office of the European Union*, Luxembourg, 2022, ISBN 978-92-76-46704-5 (online), doi:10.2760/635080 (online), JRC128162.

Sansone M., Bruni R., Colamatteo A., Pagnanelli M.A. (2022), *Complessità delle condizioni di contesto e opportunità di co-creazione di valore tra impresa e territorio in Italia* in “Creazione di valore attraverso il circolo virtuoso imprese-università-istituzioni- Territorio” – Scritti in onore di Giuseppe Tardivo – Giappichelli Editore – Torino.

Sansone M., (2020) “Come rileggere i rapporti industria-distribuzione? Una proposta concettuale sugli schemi interpretativi delle relazioni di filiera” in *Contributi in onore di Gaetano Maria Golinelli* - ISBN 978-88-6950-393-1 - Rogiosi Editore - Napoli.

Sansone M., Bruni R., Colamatteo A., Pagnanelli M.A. (2019) The customer as an actor of relational proximity in the retail industry – capitolo di libro in “*Predicting Trends and Building Strategies for Consumer Engagement in Retail environments*” – IGI Global.

Sansone M. (2017) “Dal commercio tradizionale al moderno retail: la rilevanza crescente del marketing distributivo” in “Non c’è più il marketing di una volta- Scritti in ricordo di Gennaro

Cuomo”, a cura di Alberto Mattiacci e Federica Ceccotti, *in collana di Studi di tecnica aziendale – Università degli Studi di Roma “La Sapienza” - CEDAM- Padova - EAN: 9788813362201.*

Sansone M., Bruni R., (2013) “Relations among place marketing, services, city government and events” in *Event Planning: principles and practices* di Zaric S., Esperia EDU, Belgrade, Serbia. ISBN: 9788679560605.

Sansone M., (2011) “Riflessioni sulle prospettive di scambio per il vino italiano tra export e meta-modelli territoriali” in Minelli P, Meglio L., Anselmi M. (a cura di) “*Vino e sviluppo locale*” Morlacchi Editore, Perugia. ISBN: 9788860744197.

Scafarto T., Sansone M. (2008) (a cura di) “*I Centri Commerciali Naturali nella riqualificazione del sistema città: costituzione, promozione e problematiche*” – Raccolta di contributi di ricerca – Maggio 2008 - ARACNE Editrice S.r.l. ISBN: 9788854822740.

Scafarto T., Sansone M. (2008) “*Marketing urbano e centri commerciali naturali*”, in Scafarto T., Sansone M. (2008) “*I Centri Commerciali Naturali nella riqualificazione del sistema città: costituzione, promozione e problematiche*” – Raccolta di contributi di ricerca – Maggio 2008 - ARACNE Editrice S.r.l. ISBN 9788854822740.

Sansone M., (2005) “Il retailing: frequentazione del punto vendita, riconoscibilità dell’insegna e fidelizzazione del cliente nella moderna distribuzione” in B^{ACCARANI} C. (a cura di), *Imprese commerciali e sistema distributivo. Una visione economico-manageriale*, IV Edizione, Giappichelli Editore, Torino, Maggio 2005, Cap. 6, pp. 191-223.

Sansone M., Dioletta M.P. (2001) – “Politiche e tecniche di fidelizzazione delle imprese commerciali: aspetti evolutivi nei moderni sistemi scambio” in B^{ACCARANI} C. (a cura di), *Imprese commerciali e sistema distributivo. Una visione economico-manageriale*, Giappichelli Editore, Torino 2001, Capitolo nono, pp. 327-372. Nel capitolo del testo, i paragrafi 1 – 2 – 2.1 – 3 – 4 – 5 – 5.1 – 7 – 7.1 – 7.2 – sono opera di Marcello Sansone. Le note introduttive ed il cap. 6 sono stati curati dal coautore.

Sansone M. (2000) – *Format e concept di vendita – Nuove linee guida per l’analisi di processi di innovazione e differenziazione dei punti vendita al dettaglio* – Tesi di dottorato di ricerca.

Monografie

Ennis S., Risso M., Sansone M., Scafarto F., (2021) *Retail Marketing*, McGraw-Hill Education, ISBN-10: 8838697329.

Sansone M. (2016), *The strategic role of private label*, Giappichelli Editore, Torino. ISBN: 978- 88-921-0669-7.

Sansone M., (2012), *Place Management: città, territori, marketing*-. Milano, Mc-Graw-Hill, ISBN: 9788838673474.

Sansone M. (2004), *Le determinanti dell’innovazione nei moderni contesti distributivi*” - *Nuove linee guida, schemi di pensiero ed osservazione di casi*, ARACNE Editrice S.r.l., I edizione, Roma, Aprile 2004.