

CURRICULUM DELL'ATTIVITÀ SCIENTIFICA E DIDATTICA

POSIZIONE ACCADEMICA ATTUALE

03.2024 – attuale *Assegnista di ricerca* (s.c. 13/B2, s.s.d. SECS P/08 Economia e Gestione delle Imprese) presso Università Luiss, Dipartimento Business e Management. Titolo dell'assegno: "L'influenza delle alleanze strategiche sulla resilienza organizzativa in risposta ai cambiamenti ambientali"

POSIZIONI PRECEDENTI

12.2022 – 03.2024 *Ricercatore a tempo determinato di tipo A* (art. 24, comma 3, lett. A) L. 30 dicembre 2010, N. 240) (s.c. 13/B2, s.s.d. SECS P/08 Economia e Gestione delle Imprese) presso Centro Alti Studi Difesa (CASD).

06.2021 – 06.2022 *Assegnista di ricerca* (s.c. 13/B2, s.s.d. SECS P/08 Economia e Gestione delle Imprese) presso Università degli Studi Roma Tre, Dipartimento di Economia Aziendale. Titolo dell'assegno: "Attività di engagement del settore privato a favore del settore profit privato e sociale italiano".

ISTRUZIONE E FORMAZIONE ACCADEMICA

Dottorato di Ricerca (2018 – 2021)

- Dottorato di Ricerca in Marketing (SECS P/08)
- Titolo tesi: Customer experience omnicanale. I nuovi comportamenti di acquisto nel settore food&grocery.
- Università Sapienza di Roma – Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale
- 1° classificato nella graduatoria finale per il curriculum Marketing

Laurea Magistrale (2014 – 2015)

- Laurea Magistrale in Economia e Management, con specializzazione in Strategia e Management
- Titolo tesi: Organizational innovation and collaboration as key factors for the development and competitiveness in the Italian agrifood business
- Università degli Studi Roma Tre – Dipartimento di Economia e Management
- Votazione: 110/110

Laurea Triennale (2010 – 2014)

- Laurea Triennale in Economia e Gestione delle Imprese
- Titolo tesi: Armonizzazione contabile nella Pubblica Amministrazione
- Università Roma Tre – Dipartimento di Economia e Management

FORMAZIONE SUPERIORE E SPECIALIZZAZIONE

2020

- **Doctoral Consortium**
 - American Marketing Science - 6th Annual Conference
 - Lake Buena Vista (Florida, USA), 17-18 Dicembre 2020 (partecipazione online)

- Unico partecipante selezionato dall'Italia

2019

- **Corso di introduzione ai metodi di ricerca SIMA – SIM**
 - SIAF (Scuola Internazionale di Alta Formazione), Volterra, 22-26 Luglio 2019
 - *Competenze acquisite: metodologie di ricerca avanzate in ambito marketing e management*
- **Corporate Sustainability**
 - Corso "Understanding and Seizing the Strategic Opportunity"
 - Docente: Prof. Maurizio Zollo - Università Bocconi, Febbraio 2019
 - *Competenze acquisite: strategie di sostenibilità aziendale*

2018

- **Scuola Metodologia della ricerca SIMA**
 - "Progettare la ricerca - Impostare efficacemente i progetti di ricerca per ottimizzare i risultati finali"
 - Università di Napoli Parthenope, 28-30 Maggio 2018
 - *Competenze acquisite: progettazione e pianificazione della ricerca scientifica*
- **Workshop Crafting Papers for Publication**
 - Supervisor: Daniel Muzio (University of York), Senior Associate Editor of "Journal of Management Studies"
 - Università di Napoli Parthenope, 9-11 Ottobre 2018
 - *Competenze acquisite: tecniche di scrittura accademica e pubblicazione scientifica*
- **Winter School Sanguis Jovis 2018**
 - Lo storytelling del sangiovese nell'era digitale
 - Scuola di alta formazione del Sangiovese, 16-18 Marzo 2018
 - *Competenze acquisite: tecniche di storytelling e comunicazione nel settore*

ALTRI INCARICHI ACCADEMICI E ISTITUZIONALI

2024 - Attuale	Cultore della materia in Strategia d'impresa presso Università Luiss, Dipartimento di Business e Management (Roma, Italia).
2023 – 2024	Rappresentante ricercatori presso il Senato Accademico - Centro Alti Studi per la Difesa. Dal 10 novembre 2023 al 29 febbraio 2024.
2021 - 2023	Cultore della materia in Marketing presso Università degli Studi Roma Tre, Dipartimento di Economia Aziendale (Roma, Italia).
2023 - Attuale	Socio Ordinario Ricercatore dell'Accademia Italiana Di Economia Aziendale (AIDEA), Società Italiana Management (SIMA), Società Italiana Marketing (SIM).
2018 – 2023	Socio Corrispondente dell'Accademia Italiana Di Economia Aziendale (AIDEA), Società Italiana Management (SIMA), Società Italiana Marketing (SIM).

PARTECIPAZIONE A GRUPPI DI RICERCA SCIENTIFICA E TERZA MISSIONE (selezione)

2025

- Componente del gruppo di ricerca per il progetto “A2A – I futuri della comunicazione” in qualità di senior researcher e coordinatore dei team di approfondimento tematico misti A2A e Sapienza. In collaborazione con A. Mattiacci (Università Sapienza, Responsabile Scientifico), Babiloni F., Romagnoli S., M. Bonaiuti, F. Cuomo (Università Sapienza). Il progetto ha lo scopo di identificare i saperi di cui oggi le organizzazioni

devono dotarsi per prepararsi a essere soggetti comunicanti efficaci nel prossimo futuro. *Febbraio 2025 – Attuale.*

- Componente del gruppo di ricerca per il progetto “Linee Guida del Brand Roma Capitale” in qualità di junior researcher e responsabile per stream di progetto su user personas. In collaborazione con A. Mattiacci (Università Sapienza di Roma, Responsabile Scientifico). Il progetto ha lo scopo di identificare le linee guida per lo sviluppo dell’architettura del brand e la strategia di posizionamento e promozione della città di Roma. *Gennaio 2025 – Attuale.*

2024

- Componente del gruppo di ricerca per il progetto “Competenze manageriali ai tempi dell’IA”, in qualità di senior researcher. In collaborazione con E. Peruffo (Università Luiss, Responsabile Scientifico), A. De Mauro (Università Luiss), R. Mura (Università degli studi dell’Aquila). Il progetto mira a studiare le competenze strategiche e tecnologiche per i manager, con particolare focus sull’integrazione dell’IA nelle loro pratiche aziendali. *Novembre 2024 – Attuale.*
- Componente del gruppo di ricerca per il progetto “Corporate Academy: Trend e prospettive future” in qualità di senior researcher. In collaborazione con E. Peruffo (Università Luiss, Responsabile Scientifico). *Marzo 2024 – Novembre 2024.*

2023

- Componente del gruppo di ricerca per il progetto “Intelligenza Artificiale Generativa: un’analisi nel settore airlines” in qualità di senior researcher. Progetto finanziato da ITA Airways per conto del Centro di Ricerca Strategic Change (Università Luiss). In collaborazione con A. Mattiacci (Università Sapienza, Responsabile Scientifico), M. Miozza, C. Bartoli (Università Luiss) e A. Baccelloni (John Cabot University). *Settembre 2023 – Maggio 2024.*

2022

- Componente del gruppo di ricerca per il progetto “L’esperienza dei Vini di Lusso nel nuovo Ecosistema Digitale: un’analisi comparativa dei Territori del Sangiovese” finanziato da Sanguis Jovis – Fondazione Banfi, in qualità di senior researcher. In collaborazione con C. Bartoli (Università Sapienza) e A. Baccelloni (John Cabot University). *Giugno 2022 – Dicembre 2024.*

2021

- Componente del gruppo di ricerca per il progetto "Cooperazione allo sviluppo per aziende Profit" in qualità di junior researcher. Progetto finanziato da Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo (AICS). In collaborazione con L. Marchegiani, C.A. Pratesi (Responsabile Scientifico), P. de Muro (Università degli Studi Roma Tre). *Giugno 2021 – Luglio 2022.*
- Componente del gruppo di lavoro per il progetto "Conai Academy Community", in qualità di Coordinatore scientifico. Progetto finanziato da CONAI – Consorzio Nazionale Imballaggi per conto di European Institute of Innovation for Sustainability (EiIS). *Giugno 2021 – Marzo 2024.*

2020

- Componente del gruppo di ricerca per il progetto "L’impatto del Covid-19 sul settore agroalimentare: situazione attuale e prospettive future in Italia" in qualità di junior researcher. Progetto finanziato da Unione Italiana Food. In collaborazione con C.A. Pratesi (Coordinatore Scientifico), G. Mattia (Università degli Studi Roma Tre). *Giugno 2020 – Settembre 2020.*
- Componente del gruppo di ricerca per il progetto “Centri storici e commercio: verso una concettualizzazione del modello di fruizione” in qualità di junior researcher. In collaborazione con F. Sfodera (Università Sapienza, Coordinatore Scientifico). *Gennaio 2020 – Giugno 2020.*
- Componente del gruppo di ricerca per il progetto “Dining experience” in qualità di junior researcher. In collaborazione con F. Sfodera e I. Mingo (Università Sapienza). *Gennaio 2020 – Giugno 2020.*
- Componente del gruppo di ricerca per il progetto “Sostenibilità: scenari attuali e trend per le imprese italiane” in qualità di junior researcher. Progetto finanziato da Centromarca. In collaborazione con C.A. Pratesi

(Coordinatore Scientifico), G. Mattia (Università degli Studi Roma Tre). *Novembre 2019 – Luglio 2020.*

2019

- Componente del gruppo di ricerca per il progetto “Packaging sostenibile: scenari e trend per le imprese” in qualità di junior researcher. Progetto finanziato da CONAI (Consorzio Nazionale Italiano Imballaggi). In collaborazione con C.A. Pratesi (Coordinatore Scientifico), G. Mattia e L. Principato (Università degli Studi Roma Tre). *Marzo 2019 – Novembre 2019.*
- Componente del gruppo di ricerca per il progetto “Sostenibilità nelle aziende fashion luxury” in qualità di junior researcher. In collaborazione con C. A. Pratesi, G. Mattia e L. Principato (Università degli Studi Roma Tre). La collaborazione ha condotto alla pubblicazione di tre contributi in atti di convegno e un articolo scientifico. *Marzo 2019 – Novembre 2019.*

ATTIVITÀ DI REFERAGGIO PER RIVISTE SCIENTIFICHE

Dal 2019 svolge/ha svolto attività di referaggio per le seguenti riviste:

- Journal SN Business and Economics (Springer Nature), ISSN: 2662-9399 (2019 – Attuale)
- Management Decision (Emerald Publishing), ISSN: 0025-1747 (2021 – Attuale)
- Italian Journal of Marketing (Springer), ISSN: 2662-3323 (2025 – Attuale)
- Micro & Macro Marketing (Il Mulino), ISSN: 1121-4228 (2025 – Attuale)
- Sinergie – Italian Journal of Management (CUEIM Foundation), ISSN: 0393-5108 (2025 – Attuale)

ATTIVITÀ DIDATTICA

Consolidata esperienza nell'insegnamento, caratterizzata da una continuativa attività didattica in corsi under graduate, graduate, executive education e programmi post-laurea. Ha assunto responsabilità didattiche per corsi e moduli presso istituzioni accademiche, tra cui Università Sapienza di Roma, Università Roma Tre, LUISS Business School e istituti di formazione come European Institute of Innovation for Sustainability (EIIS).

2025

Corsi di Dottorato

- Attività seminariale (6 ore) per il XL Ciclo di Dottorato in Marketing, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma dai titoli “Metodi di strutturazione del pensiero: fare analisi attraverso le mappe mentali” (3 ore) e “Intelligenza Artificiale e strumenti digitali come supporto alla ricerca: paradigmi e applicazioni” (3 ore).

Master

- Incarico di docenza (8 ore) per il modulo "Business Plan" del Master Biennale II Livello in Economia e gestione dei beni culturali presso Università degli Studi Roma Tre - Dipartimento di Economia Aziendale (a.a. 2024-2025).
- Incarico di docenza (3 ore) per il modulo "Customer journey e Customer Experience" del Master I Livello in Marketing Management, Università Sapienza di Roma, Dipartimento di Management (a.a. 2024-2025).

2024

Corsi di Dottorato

- Attività seminariale (6 ore) per il XXXIX Ciclo di Dottorato in Marketing, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma dai titoli “Mixed method Design” (3 ore) e “Research Data Visualization” (3 ore).

Master

- Incarico di docenza (8 ore) per il modulo “Product Offering & Distribution” del Master Executive in

Marketing Management. Luiss Business School. (a.a. 2023-2024)

- Incarico di docenza (24 ore) per il modulo “Digital video, influencer marketing and applied creativity” per il Master I livello in Marketing Management, Luiss Business School (a.a. 2023-2024).
- Incarico di docenza (8 ore) per il modulo "Business Plan" del Master Biennale II Livello in Economia e gestione dei beni culturali presso Università degli Studi Roma Tre - Dipartimento di Economia Aziendale (a.a. 2023-2024).
- Incarico di docenza (3 ore) per il modulo "Customer journey e Customer Experience" del Master I Livello in Marketing Management, Università Sapienza di Roma, Dipartimento di Management (a.a. 2024-2025).

Laurea Triennale

- Professore a contratto per l'insegnamento in Market Driven Management (SSD ECON-07/A - 6 CFU), Università Sapienza, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (a.a. 2024-2025)
- Professore a contratto per l'insegnamento in Entrepreneurial Marketing (6 CFU), John Cabot University, Dipartimento di Business Administration (a.a. 2023-2024).

Corsi di specializzazione

- Coordinatore scientifico dell'executive program “Marketing School” (60 ore) per conto di Enel, in collaborazione con Università Sapienza.
- Incarico di docenza (2 ore) per il modulo formativo su “I consumi green”, Gambero Rosso Academy.

2023

Corsi di Dottorato

- Attività seminariale (3 ore) per il XXXVIII Ciclo di Dottorato in Marketing, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma dal titolo “Business Model Innovation” (3 ore)
- Attività seminariale (3 ore) per il XXXIIX Ciclo di Dottorato in Scienze dell'Innovazione per la Difesa e la Sicurezza, Università degli Studi di Salerno e Centro Alti Studi per la Difesa dal titolo “Digital Transformation e Sostenibilità”

Master

- Incarico di docenza (3 ore) per il modulo "Customer journey e Customer Experience" del Master I livello in Marketing Management, Università Sapienza di Roma. Dipartimento di Management (a.a. 2022-2023).
- Incarico di docenza (8 ore) per il modulo "Business Plan" del Master Biennale II Livello in Economia e gestione dei beni culturali presso Università degli Studi Roma Tre - Dipartimento di Economia Aziendale (a.a. 2022-2023).

Laurea Magistrale

- Professore a contratto per l'insegnamento in Marketing Planning (SSD ECON-07/A - 5 CFU, co-titolare), Università Sapienza, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (a.a. 2022-2023)

Corsi di specializzazione

- Coordinatore scientifico dell'executive program “Marketing School” (60 ore) per conto di Enel, in collaborazione con Università Sapienza.

2022

Master

- Incarico di docenza (3 ore) per il modulo “Customer Experience” del Master executive in "Hotel

Management". Luiss Business School Roma (a.a. 2021-2022).

- Incarico di docenza (3 ore) per il modulo "Customer journey e Customer Experience" del Master I livello in Marketing Management, Università Sapienza di Roma. Dipartimento di Management (a.a. 2021-2022).
- Incarico di docenza (8 ore) per il modulo "Business Plan" del Master Biennale II Livello in Economia e gestione dei beni culturali presso Università degli Studi Roma Tre - Dipartimento di Economia Aziendale (a.a. 2021-2022).

Laurea Magistrale

- Professore a contratto per l'insegnamento in Marketing Planning (SSD ECON-07/A - 5 CFU, co-titolare), Università Sapienza, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (a.a. 2021-2022)

2021

Master

- Incarico di docenza (3 ore) per il modulo "Customer journey e Customer Experience" del Master I livello in Marketing Management, Università Sapienza di Roma. Dipartimento di Management (a.a. 2020-2021).

Laurea Magistrale

- Professore a contratto per l'insegnamento in Marketing Operativo (SSD ECON-07/A - 5 CFU, co-titolare), Università Sapienza, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (a.a. 2020-2021)

Tutorship

- Supporto alla stesura di tesi di laurea magistrale del corso di Marketing. Università Sapienza di Roma – Dipartimento Comunicazione e Ricerca Social (titolare corso prof. A. Mattiacci) (a.a. 2021-2022)
- Tutor per lo svolgimento di attività didattica integrativa e di assistenza agli studenti del corso di laurea triennale in Marketing. Università Roma Tre, Roma (titolare corso prof. C.A. Pratesi). (a.a. 2021-2022)
- Tutor, Premio Marketing per l'Università 2021 (33a ed.), Università Roma Tre, Roma (a.a. 2021-2022)

2020

Master Executive

- Incarico di docenza (3 ore) per il modulo “Scenari e trend futuri per il settore alberghiero” per il Master Executive in "Hotel Management". Luiss Business School. (a.a. 2020-2021)
- Incarico di docenza (3 ore) per il modulo “Scenari e trend futuri per il settore ristorativo” per il Maseter executive in "Food & Beverage Management". Luiss Business School. (a.a. 2020-2021)
- Incarico di docenza (3 ore) per il modulo “Scenari e trend futuri per il settore ristorativo” per il Master Executive "Food & Beverage Management". Luiss Business School Milano (a.a. 2019-2020)

Master

- Incarico di docenza (3 ore) per il modulo "Customer journey e Customer Experience" del Master I livello in Marketing Management, Università Sapienza di Roma. Dipartimento di Management (a.a. 2019-2020).

Tutorship

- Tutor per lo svolgimento di attività didattica integrativa e di assistenza agli studenti del corso di laurea magistrale in Marketing. Università Roma Tre, Dipartimento di Economia Aziendale (titolare corso prof. C.A. Pratesi). (a.a. 2020-2021).
- Supporto alla stesura di tesi di laurea magistrale del corso di Marketing Avanzato. Università Sapienza, Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale (titolare corso prof. A. Mattiacci) (a.a. 2020-2021).
- Tutor, Premio Marketing per l'Università 2020 (32a ed.), Università Roma Tre, Dipartimento di Economia Aziendale (a.a. 2020-2021).

2019

Master Executive

- Incarico di docenza (3 ore) pre il modulo "Marketing Operations" del Master executive in Marketing Management, Luiss Business School (a.a. 2019-2020).

Tutorship

- Supporto alla stesura di tesi di laurea magistrale del corso di Marketing. Università Sapienza, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (Titolare corso prof. A. Mattiacci). (a.a. 2019-2020).
- Tutor per lo svolgimento di attività didattica integrativa e di assistenza agli studenti del corso di laurea magistrale in Marketing, Innovazione e Sostenibilità. Università Roma Tre, Roma (titolare corso prof. C.A. Pratesi). Nell'ambito di tale incarico è stata correlatore di tesi di laurea magistrale in ambito marketing (a.a. 2019-2020).
- Tutor, Premio Marketing per l'Università 2019 (31a ed.), Università Roma Tre, Roma (a.a. 2019-2020)
- Tutor per lo svolgimento di attività didattica integrativa e di assistenza agli studenti del corso di laurea triennale in Marketing. Università Roma Tre, Roma (titolare corso prof. C.A. Pratesi).

2018

Tutorship

- Tutor per lo svolgimento di attività didattica integrativa e di assistenza agli studenti del corso magistrale in Marketing, Innovazione e Sostenibilità Università Roma Tre, Roma (titolare corso prof. C.A. Pratesi). (a.a. 2017-2018).

PUBBLICAZIONI

Profilo ResearchGate: https://www.researchgate.net/profile/Alessio_Di_Leo

Profilo Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=kV44qYYAAAAJ&hl>

L'attività di ricerca svolta si è concentrata su tre temi principali, di seguito elencati, ed ha condotto alla pubblicazione dei lavori scientifici indicati dettagliatamente nella sezione successiva del curriculum e richiamati per ciascuna tematica tra parentesi.

- **Analisi della domanda, dei comportamenti di consumo e delle preferenze dei consumatori** di beni alimentari (pubblicazioni 7), e l'acquisto di prodotti ad alto valore simbolico (8, 12).
- **Il ruolo della sostenibilità:** nella progettazione del packaging (5), nell'evoluzione dei modelli di business (9, 14, 19) e nel reporting aziendale (3).
- **Il ruolo del digitale e dell'innovazione,** nell'adozione di approcci di canale integrati nel retail (1, 2, 9, 10, 17), nell'offerta di intrattenimento culturale e turistica (2, 4, 16), nel marketing (11, 15).

ARTICOLI SU RIVISTA

1. Bartoli, C., Baccelloni, A., **Di Leo, A.**, Mattiacci, A. (2025). Blending digital and physical experiences in luxury wine hospitality: an experiential approach to technology integration. *British Food Journal*. Vol. 127, No. 13
2. **Di Leo A.** (2024). Technology-Driven Innovation in Cultural Heritage: A Museum Experience Perspective. *Turistica – Italian Journal of Tourism*, Vol 32 (3): 16–30
3. **Di Leo A.**, Sfodera, F., Cucari, N., Mattia, G., & Dezi, L. (2023). Sustainability reporting practices: an explorative analysis of luxury fashion brands. *Management Decision*, Vol. 61 No. 5, pp. 1274-1297

4. Sfodera, F., Cain, L. N., **Di Leo, A.** (2022). Is technology everywhere? Exploring Generation Z's perceptions of sustainable tourism in developing countries. *International Hospitality Review*. 28(4), pp. 587-605.
<https://doi.org/10.1108/IHR-05-2022-0025>
5. Mattia G., **Di Leo A.**, Pratesi C.A. (2021). Recognizing the Key Drivers and Industry Implications of Sustainable Packaging Design: A Mixed-Method Approach. *Sustainability* 2021, 13(9), 5299;
<https://doi.org/10.3390/su13095299>
6. Principato, L., **Di Leo, A.**, Mattia, G., Pratesi C.A. (2021). The next step in sustainable dining: the restaurant map for the management of food waste. *Italian Journal of Marketing* (2021).
<https://doi.org/10.1007/s43039-021-00032-x>
7. Principato L., Mattia G., **Di Leo A.**, Pratesi C.A., (2020). The Household Wasteful Behaviour Framework: a Systematic Review of Consumer Food Waste, *Industrial Marketing Management*.
<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.07.010>
8. Mattia G., **Di Leo A.**, Principato L. (2020). On-Line Impulse Buying and Cognitive Dissonance: The Moderating Role of the Positive Affective State. *International Journal of Social and Business Sciences* 14 (2), 151-155. ISNI:0000000091950263.
9. Michellini L., Greco C., Ciulli F., **Di Leo A.** (2019). Uncovering the impact of food sharing platform business models: a theory of change approach. *British Food Journal*. Vol. 122, No. 5, pp. 1437-1462.
<http://dx.doi.org/10.1108/BJFJ-06-2019-0422>

MONOGRAFIE

10. **Di Leo A.** (2024). *Omnichannel Grocery Retail: Redefining the Customer Experience and Customer Journey*. McGraw Hill. ISBN 978-8-838-61246-6.
11. Pratesi C.A., Poggiani A., **Di Leo A.** (2024). *Il Marketing nell'era digitale: orientarsi in un mondo in continua evoluzione*, 3 ed. McGraw Hill. ISBN 978-8-838-61248-0.
12. Mattia G., **Di Leo A.**, Principato L. (2021). *Online Impulse Buying and Cognitive Dissonance. Examining the Effect of Mood on Consumer Behaviour*. Palgrave. ISBN 978-3-030-65923-3

CONTRIBUTO IN VOLUME

13. **Di Leo A.**, Pignatti M. (2024). *Il triangolo Ricerca-Difesa-Industria. Collaborazione Strategica per l'Innovazione Tecnologica e la Sicurezza Nazionale*. Istituto di Ricerca e Analisi della Difesa (IRAD)
14. **Di Leo A.**, Massari S. (2023). *Design Thinking as a metabolic process. How to integrate empathy and social skills to drive a business toward 2030?* In *International Food Design and Food Studies*
15. **Di Leo A.** (2023). *Digital Marketing*. In Peter, J. P., Donnelly, J. H. Jr., Pratesi C. A. *Marketing 8/ed.*, McGraw-Hill. ISBN 8838695938
16. Sfodera, F., **Di Leo A.** (2022) "Co-creation of value - Valorization of local identity through creative tourism" In: Taheri, B., Rahimi, R. & Buhalis, D. (ed). Oxford: Goodfellow Publishers
<http://dx.doi.org/10.23912/9781915097064-5117>
17. Mattiacci A., **Di Leo A.** (2020). *L'omnicanalità nei consumer market. Una nuova morfologia del canale per un nuovo imperativo: creare valore per il consumatore*. In "Scritti in onore di Giuseppe Tardivo". Giappichelli, ISBN: 88-921-2172-3
18. **Di Leo, A.** (2020). *La vendita e la gestione della rete di vendita*. In J. P. Peter, J. H. Jr. Donnelly & C. A. Pratesi, *Marketing 7/ed.* McGraw-Hill. ISBN 8838695938
19. **Di Leo A.**, Michellini L., Principato L. (2019). "Food sharing and innovative business models", cap. 20, in Kosseva M., "Food Industry Wastes: Assessment and Recuperation of Commodities, Second Edition", Elsevier. ISBN 9780128171219
20. **Di Leo A.** (2018). *Wine Storytelling. Una rassegna degli studi scientifici a livello internazionale*. In Sanguis Jovis Winter School, Alta Scuola del Sangiovese. Fondazione Banfi. Montalcino, Italy. ISBN 9788894997002

CURATELA

21. **Di Leo A.** (2020). Curatela di “Casi di Marketing, Vol. 15, Best in Class. Master Universitario in Marketing Management – Sapienza Università, Franco Angeli. ISBN 9788891787064
22. **Di Leo A.** (2020). Curatela dell'edizione Italiana del manuale Peter, J. P., Donnelly, J. H. Jr., Pratesi C. A. Marketing 7/ed., McGraw-Hill. ISBN 8838695938

CONTRIBUTO IN ATTI DI CONVEGNO

23. Grieco C., **Di Leo A.** (2025). Beyond Green Intentions: Unpacking the Paradox of Sustainable and Responsible Consumption Across Sectors. Sinergie-SIMA Conference 2025
24. Abbondante G., **Di Leo A.**, Mura R., De Mauro A., Peruffo E. (2025). Managing in the AI Era: A Systematic Literature Review on the Evolution of Managerial Roles and Competencies. IFKAD Conference 2025
25. **Di Leo A.**, Ceccotti F., Mattiacci A., (2025). Decoding Wine Brand Storytelling: An Archetypal Analysis of Digital Marketing Communications. International Marketing Trend Conference 2025, Venezia
26. Del Core S., **Di Leo A.**, Sfodera F., Piccioni N. (2024). A Well Mind, A Wise Choice: A Systematic Review of Wellness and its Influence on Food Decision-Making. SIMA Conference Proceedings 2024
27. **Di Leo A.** (2024). From Labels to Choices: A Study on How Consumers Respond to Eco-labels. In Sharing Ideas, Advancing Scholarship A Research Notebook from the Annual Research Workshop of the Frank J. Guarini School of Business Conference Proceedings 2024.
28. Mattiacci A., **Di Leo A.**, Sfodera F., Capone V. (2023). Sustainability Speak: A Deep Dive into Corporate Communication Practices. Conference Proceeding Società Italiana Marketing 2023, Firenze
29. Bellucci S., **Di Leo A.** The consumers' perception of sustainable packaging and its influence on purchase intention. A preliminary study. Conference Proceeding Società Italiana Marketing 2022 Conference, Salerno.
30. Principato L., **Di Leo A.**, Pratesi C.A., Mattia G., Secondi L. (2020). Eating out-of-home: Issues and concerns in the Italian context. Conference Proceeding Società Italiana Marketing 2020 Conference, Varese. ISBN978-88-943918-4-8.
31. **Di Leo A.**, Gerardi L., Sfodera F., Mattiacci A., (2019). The revival of corporate magazine in building stakeholder engagement. Conference Proceeding della Sinergie - Sima 2019 Conference, Roma. ISBN 97888943937-3-6.
32. Principato L., **Di Leo A.**, Pratesi C.A., Mattia G., Secondi L. (2020). Eating out-of-home: Issues and concerns in the Italian context. IFKAD Knowledge in Digital Age Conference 2020, Rome. ISBN: 978-88-96687-13-0.
33. Mattia G., **Di Leo A.**, Principato L. (2020). On-Line Impulse Buying and Cognitive Dissonance: The Moderating Role of the Positive Affective State. IRC 2020 XIV. International Research Conference. Awarded Best Paper. ISBN 9811594716
34. **Di Leo A.**, Sfodera F. (2019). Understanding value creation in the health sector: an exploratory investigation. Conference Proceeding Società Italiana Marketing 2019 Conference, Piacenza. ISBN 978-88-943918-3-1
35. **Di Leo A.** (2019). Comprendere l'esperienza del cliente nell'era omnicanale: un'analisi della letteratura. IV Conferenza Nazionale Dottorande e Dottorandi in Scienze Sociali, Roma. ISBN 9788893771559
36. **Di Leo A.**, Mattia G., Pratesi C.A., Principato L. (2019). Luxury towards sustainability: a GRI-based sustainability report analysis. In: 2019 Global Fashion Management Conference at Paris, pp. 66-71. <https://doi.org/10.15444/GFMC2019.08.01>
37. Mattia G., Principato L., Pratesi C.A., **Di Leo A.** (2019), Sustainability in the luxury industry: an exploratory analysis based on the Global Reporting Initiative (GRI) framework, Conference Proceeding della Sinergie - Sima 2019 Conference, Roma. ISBN 97888943937-4-3
38. Principato L., Pratesi C.A., Mattia G., **Di Leo A.** (2019). Understanding Sustainability efforts along the luxury value chain. 2019 INFORMS Marketing Science Conference, Roma.
39. **Di Leo A.**, Parente G. (2018). Multidimensionalità e trasversalità. Una proposta di integrazione statistica e teorica per lo studio degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. III Conferenza Nazionale Dottorande e Dottorandi in Scienze Sociali, Roma. <https://dx.doi.org/10.13133/9788893771276>

CONVEGNI E SEMINARI

Relazioni a convegni di carattere scientifico in Italia o all'estero

- Moderatore e relatore presso la Conferenza “International Food Design and Food Studies Conference 2022, Lisbona. Dal 28-04-2022 al 30-04-2022
- Relatore al XV Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing. Presentato contributo dal titolo: "Understanding value creation in the health sector: an exploratory investigation ". Università Cattolica, sede di Piacenza, dal 24-10-2019 al 25-10-2019
- Relatore al Convegno Sinergie - SIMA 2019. Presentato un contributo dal titolo: "Sustainability in the luxury industry: an exploratory analysis based on the Global Reporting Initiative (GRI) framework", dal 20-06-2019 al 21-06-2019
- Relatore al convegno IV Conferenza Nazionale Dottorande e Dottorandi in Scienze Sociali (2019). Presentato un contributo dal titolo “Comprendere l'esperienza del cliente nell'era omnicanale: un'analisi della letteratura”, dal 03-09-2019 al 05-09-2019
- Partecipazione alla conferenza internazionale INFORMS Marketing Science Conference organizzato da NYU Stern Business School e Università Roma Tre con un contributo dal titolo: “Understanding sustainability efforts along the luxury value chain”, dal 20-06-2019 al 22-06-2019

Organizzazione di convegni di carattere scientifico in Italia o all'estero

- Membro del comitato organizzativo 4th International Food Design and Food Studies Conference - EFOOD2024, presso Elisava Barcelona School of Design and Engineering dal 07-11-2024 al 09-11-2024
- Membro del comitato organizzativo 3rd International Food Design and Food Studies Conference - EFOOD2022, presso Universidade de Lisboa dal 28-04-2022 al 30-04-2022
- Membro del comitato organizzativo. Università Sapienza, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale. IV Conferenza Nazionale Dottorande e Dottorandi in Scienze Sociali, dal 10 al 12 Settembre 2019.
- Membro del comitato organizzativo. Università Sapienza, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale. What is done when nothing special is being done: social theory and the power of the unmarked - A sociological symposium, dal 7 al 9 Marzo 2019.

BORSE DI STUDIO E PREMI

2025	Selezionato su base del merito per partecipazione a ENGAGE.EU Think Tank at Vienna University of Economics and Business. 3-7 Marzo 2025
2020	Best Paper Award per il paper: Mattia G., Di Leo A. Principato L. (2020). On Line Impulse Buying and Cognitive Dissonance: The Moderating Role of the Positive Affective State, ICHCBDP 2020: XIV. International Conference on Hospitality Consumer Behavior and Decision Process, Barcellona 10-11 Febbraio 2020.
2020	Finanziamento di una borsa di ricerca per progetti congiunti su “Omnicanalità nel grocery” presso Università di Valencia – supervisor Prof. Marta Frasset. Dal 6 aprile al 27 giugno 2020 (non svolta in presenza causa Covid-19).
2018 – 2020	Borsa di dottorato di ricerca presso l'Università Sapienza, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale. 1° classificato nella graduatoria finale per il curriculum Marketing.
2017	Emerging scholar award, 7 th International Conference of Food Studies, University of Illinois at Urbana Champaign
2015	Borsa di tutorato per attività di supporto all'ingresso del mondo lavorativo presso l'Università Roma Tre, Roma (01.04.2015 – 30.11.2015).

ATTIVITÀ PROFESSIONALI E DI CONSULENZA SCIENTIFICA

<i>Giugno 2022</i>	Membro della giuria scientifica – The Fork Design School Challenge. Barcelona Design Week 2022. 14-06-2022
<i>2020 – 2023</i>	Marketing Advisory – European Institute of Innovation for Sustainability (EIIS)
<i>2019 – 2023</i>	Consulenza scientifica e advisor su temi legati a marketing e sostenibilità
<i>2018 – 2019</i>	Marketing Advisory, Dock3 – The Startup Lab
<i>2015 – 2018</i>	Business Analyst, Accenture – Management Consulting

COMPETENZE LINGUISTICHE

Italiano: Madrelingua

Inglese

Capacità di lettura	OTTIMA
Capacità di scrittura	OTTIMA
Capacità di espressione orale	OTTIMA

Spagnolo

Capacità di lettura	BUONA
Capacità di scrittura	BUONA
Capacità di espressione orale	BUONA

CONOSCENZE INFORMATICHE E SOFTWARE

Analisi statistica: SPSS (Intermedio), R (Intermedio)

Analisi qualitativa: Maxqda, NVivo (Intermedio)

Analisi bibliometrica: Bibliometrix (Intermedio), VOSviewer (Intermedio)

Gestione riferimenti: Mendeley (Avanzato)

Produttività: Microsoft Office 365 (Avanzato)
