

# CURRICULUM DELL'ATTIVITÀ SCIENTIFICA E DIDATTICA

ALESSIO DI LEO

## POSIZIONE ACCADEMICA ATTUALE

- 2024 – attuale *Professore a Contratto* SSD-SECS-P/08 – Entrepreneurial Marketing presso John Cabot University
- 2022 – attuale *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) presso Centro Alti Studi Per La Difesa (CASD).
- 2022 – attuale *Professore a Contratto* SSD-SECS-P/08 – Marketing Planning presso l'Università Sapienza di Roma – Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale

## POSIZIONI UNIVERSITARIE RICOPERTE

- 2021 – 2022 *Professore a Contratto* SSD-SECS-P/08 – Marketing Operativo presso l'Università Sapienza (Roma, Italia) – Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale.
- 2021 – 2022 *Assegnista di ricerca* SSD-SECS-P/08 – Marketing presso Università degli Studi Roma Tre, Dipartimento di Economia Aziendale (Roma, Italia). Titolo dell'assegno: “Attività di engagement del settore privato a favore del settore profit privato e sociale italiano”. Dal 1° giugno 2021 al 31 maggio 2022.

## ISTRUZIONE E FORMAZIONE

- 2018 - 2021 **Dottorato di ricerca** SSD-SECS-P/08 in Marketing presso l'Università Sapienza di Roma – Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale conseguito in data 26/02/2021 con valutazione “Buono”. Titolo della tesi di dottorato: “Customer experience omnicanale: i nuovi comportamenti di acquisto nel settore Food&Grocery”. Tutor: prof. A. Mattiacci, Co-tutor: prof. E. Bonetti (SSD- SECS-P/08). Vincitore di borsa di dottorato.
- 2014 - 2015 **Laurea Specialistica in Economia e Management** presso Università degli Studi Roma Tre (Roma, Italia), votazione 110/110.
- 2010 - 2014 **Laurea Triennale in Economia e Gestione delle Imprese** presso Università Roma Tre (Roma, Italia).

## CORSI DI SPECIALIZZAZIONE

- 2020 Doctoral Consortium presso American Marketing Science - 6th Annual Conference, Lake Buena Vista (Florida, USA) dal 17 al 18 Dicembre 2020. Unico partecipante selezionato dall'Italia.
- 2019 - Corso di introduzione ai metodi di ricerca SIMA – SIM presso SIAF (Scuola Internazionale di Alta Formazione), Volterra dal 22 al 26 Luglio 2019  
- Corso online su “Corporate Sustainability. Understanding and Seizing the Strategic

Opportunity”. Prof. Maurizio Zollo - Università Bocconi dall’1 al 28 Febbraio 2019.

- 2018
- Scuola Metodologia della ricerca SIMA “Progettare la ricerca - Impostare efficacemente i progetti di ricerca per ottimizzare i risultati finali” presso Università di Napoli Parthenope, dal 28 al 30 Maggio 2018.
  - Workshop Crafting Papers for Publication. Supervisor Daniel Muzio (University of York), Senior Associate Editor of "Journal of Management Studies" presso l’Università di Napoli Parthenope, dal 9 a 11 Ottobre 2018.
  - Winter School Sanguis Jovis 2018 - Scuola di alta formazione del Sangiovese. Lo storytelling del sangiovese nell'era digitale, dal 16 al 18 Marzo 2018.

### **ALTRI INCARICHI ACCADEMICI E ISTITUZIONALI**

- 2023 – *attuale* Rappresentante ricercatori presso il Senato Accademico - Centro Alti Studi per la Difesa. Dal 10 novembre 2023
- 2021 - *attuale* Cultore della materia in Marketing presso Università degli Studi Roma Tre, Dipartimento di Economia Aziendale (Roma, Italia). Dal 15 febbraio 2021.
- 2019 - *attuale* Socio Corrispondente dell'Accademia Italiana Di Economia Aziendale (AIDEA). Dal 1° febbraio 2019.
- 2018 - *attuale* Socio Corrispondente della Società Italiana Management (SIMA). Dal 1° febbraio 2018.
- 2018 - *attuale* Socio Corrispondente della Società Italiana Marketing (SIM). Dal 1° febbraio 2018.

## **RICERCA**

### **INTERESSI DI RICERCA**

Consumer behaviour, Retail, Sostenibilità, Innovazione

### **DIREZIONE O PARTECIPAZIONE A GRUPPI DI RICERCA (selezione)**

#### **2022**

- Membro del gruppo di ricerca “Intelligenza Artificiale Generativa: un’analisi nel settore airlines” finanziato da ITA Airways in collaborazione con A. Mattiacci (Università Sapienza), C. Bartoli (Luiss Business School) e A. Baccelloni (John Cabot University). *Settembre 2023 - attuale*

#### **2022**

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

#### **2021**

- Membro del gruppo di ricerca "Bando Profit AICS", finanziato da l’Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo e coordinato da L. Marchegiani, C.A. Pratesi, P. de Muro (Università degli Studi Roma Tre). *Giugno 2021 – Luglio 2022*
- Coordinatore del gruppo di ricerca "Academy Community", finanziato da CONAI – Consorzio Nazionale Imballaggi (Eiis - Istituto Europeo di Innovazione per la Sostenibilità). *Giugno 2021 – attuale*

#### **2020**

- Membro del gruppo di ricerca "L'impatto del Covid-19 sul settore agroalimentare: situazione attuale e prospettive future in Italia", finanziato da Unione Italiana Food e coordinato da C.A. Pratesi, G. Mattia (Università degli Studi Roma Tre). *Giugno 2020 – Settembre 2020*
- Membro del gruppo di ricerca del progetto di ricerca di Ateneo finanziato, dal titolo "Centri storici e commercio: verso una concettualizzazione del modello di fruizione", coordinato dalla Prof.ssa F. Sfodera (Università Sapienza). *Gennaio 2020 – Giugno 2020*
- Membro del gruppo di ricerca "Dining experience", coordinato dalle Prof.sse F. Sfodera e I. Mingo (Università Sapienza). *Gennaio 2020 – Giugno 2020*
- Membro dell'unità di ricerca per uno studio dal titolo: "Sostenibilità: scenari attuali e trend per le imprese italiane" (2019) finanziato da Centromarca, coordinato dal prof. C.A. Pratesi (Università degli Studi Roma Tre), e in collaborazione con il Prof. G. Mattia (Università degli Studi Roma Tre). *Novembre 2019 – Luglio 2020*

## **2019**

- Membro dell'unità di ricerca per uno studio dal titolo: "Packaging sostenibile: scenari e trend per le imprese" finanziato da CONAI (Consorzio Nazionale Italiano Imballaggi) coordinato dal Prof. C.A. Pratesi (Università degli Studi Roma Tre), e in collaborazione con il prof. G. Mattia e L. Principato (Università degli Studi Roma Tre). *Marzo 2019 – Novembre 2019*
- Membro dell'unità di ricerca per uno studio dal titolo: "Sostenibilità nelle aziende fashion luxury" in collaborazione con il Prof. 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*

## **INCARICHI DI REVISIONE SCIENTIFICA**

Dal 2019 svolge/ha svolto attività di referaggio per le seguenti riviste:  
Journal SN Business and Economics (Springer Nature), ISSN: 2662-9399

## **DIDATTICA**

### **2022**

#### **Master Executive**

- Docente modulo "Customer Experience" nell'ambito del percorso "Hotel Management". Luiss Business School Roma. Master executive (a.a. 2021-2022)

#### **Master II Livello**

- Docente modulo "Customer journey e Customer Experience" nell'ambito del master "Master in Marketing Management", Università Sapienza di Roma. Dipartimento di Management (a.a. 2021-2022)
- Docente modulo "Business Plan" nell'ambito del master "Master di II livello Biennale in Economia e gestione dei beni culturali", Università Roma Tre. Dipartimento di Economia Aziendale (a.a. 2021-2022)

#### **Laurea Magistrale**

- Marketing Planning (co-titolare 5 CFU) – Università Sapienza, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (a.a. 2022-2023)

### **2021**

#### **Master II Livello**

- Docente modulo "Customer journey e Customer Experience" nell'ambito del master "Master in Marketing Management", Università Sapienza di Roma. Dipartimento di Management. (a.a. 2020-2021)

#### **Laurea Magistrale**

- Marketing Operativo (co-titolare 5 CFU) – Università Sapienza, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (a.a. 2021-2022)

#### **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**

- Docente modulo “Scenari e trend futuri per il settore alberghiero” nell'ambito del percorso "Hotel Management". Luiss Business School Roma. Master executive (a.a. 2020-2021)
- Docente modulo “Scenari e trend futuri per il settore ristorativo” nell'ambito del percorso "Food & Beverage Management". Luiss Business School Roma. Master executive (a.a. 2020-2021)
- Docente modulo “Scenari e trend futuri per il settore ristorativo” nell'ambito del percorso "Food & Beverage Management". Luiss Business School Milano. Master executive (a.a. 2019-2020)

##### **Master II Livello**

- Docente modulo "Customer journey – Project work" nell'ambito del master “Master in Marketing Management”, Università Sapienza di Roma. Dipartimento di Management (a.a. 2020-2021)

##### **Laurea Triennale**

- Docente modulo "Customer journey e omnicanalità" nell'ambito del corso "Comunicazione d'impresa", Università Roma Tre. Laurea triennale (titolare corso L. Principato). (a.a. 2020-2021).

#### **Tutorship**

- Tutor per lo svolgimento di attività didattica integrativa e di assistenza agli studenti del corso di laurea magistrale in Marketing. Università Roma Tre, Roma (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 di Roma – Dipartimento Comunicazione e Ricerca Social (titolare corso prof. A. Mattiacci) (a.a. 2020-2021).
- Tutor, Premio Marketing per l'Università 2020 (32a ed.), Università Roma Tre, Roma (a.a. 2020-2021).

#### **2019**

##### **Master Executive**

- Docente in "Marketing Operations" nell'ambito del percorso "Marketing Management", Luiss Business School. Master executive (a.a. 2019-2020).

##### **Master II Livello**

- Docente modulo “Customer journey e customer experience”, Master Universitario in Marketing Management (MUMM), Università Sapienza, Dipartimento di Management (a.a. 2019-2020).

#### **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. 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).

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](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 in parentesi.

- **Analisi della domanda, dei comportamenti di consumo e delle preferenze dei consumatori:** di beni alimentari fuori casa (pubblicazioni 3, 17, 19), il fenomeno degli sprechi alimentari in ambito domestico (4), e l'acquisto di prodotti ad alto valore simbolico (5, 7, 20).
- **Il ruolo della sostenibilità:** nella progettazione del packaging (2, 15), nell'evoluzione dei modelli di business nel settore agroalimentare (6, 11, 16) e nel lusso (23, 24, 25), il suo impatto sulla generazione Z nel turismo (1), e nella costruzione delle identità culturali locali (8)
- **L'adozione di approcci di canale integrati nel retail** (9, 10, 22)

## **ARTICOLI SU RIVISTA**

1. **Di Leo A**, Sfodera, F., Cucari, N., Mattia, G., & Dezi, L. (2023). Sustainability reporting practices: an explorative analysis of luxury fashion brands. *Management Decision*, (ahead-of-print).
2. 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*, <https://doi.org/10.1108/IHR-05-2022-0025>.
3. Mattia G., **Di Leo A.**, Pratesi C.A. (2022). 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>
4. Principato, L., **Di Leo, A.**, Mattia, G. et al. The next step in sustainable dining: the restaurant food waste map for the management of food waste. *Italian Journal of Marketing* (2021). <https://doi.org/10.1007/s43039-021-00032-x>
5. 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>
6. 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.

7. Michelini 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/BFJ-06-2019-0422>

### **MONOGRAFIE**

8. 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**

9. Sfodera, F., **Di Leo A.** (2022) "Chapter 9 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>
10. 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
11. **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
12. **Di Leo A.**, Michelini 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
13. **Di Leo A.** (2018). Wine Storytelling. Review della letteratura. In Sanguis Jovis Winter School, Alta Scuola del Sangiovese. Fondazione Banfi. Montalcino, Italy. ISBN 9788894997002

### **CURATELA**

14. **Di Leo A.** (2020). Curatela di "Casi di Marketing, Vol. 15, Best in Class. Master Universitario in Marketing Management – Sapienza Università di Roma, Franco Angeli. ISBN 9788891787064
15. **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**

16. 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 2020 Conference, Salerno. In press
17. **Di Leo A.**, Massari S. (2022). Design Thinking as a metabolic process. How to integrate empathy and social skills to drive a business toward 2030? Conference Proceeding 3rd International Food Design and Food Studies Conference 2022, In press
18. 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.
19. **Di Leo A.**, Gerardi L., Sfodera F., Mattiacci A., (2020). The revival of corporate magazine in building stakeholder engagement. Conference Proceeding della Sinergie - Sima 2020 Conference, Roma. ISBN 97888943937-3-6.
20. 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.

21. 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
22. **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
23. **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
24. **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>
25. 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
26. 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.
27. **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. Università Sapienza di Roma, 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 di Roma, 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**

- 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, ICHCDBP 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, Roma – Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (CORIS). 1° classificato nella graduatoria finale per il curriculum Marketing.
- 2017 Emerging scholar award, 7<sup>th</sup> 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**

- 2022 Giuria scientifica – The Fork Design School Challenge. Barcelona Design Week 2022. 14-06-2022
- 2022 – *presente* Scientific Marketing Advisor per le Startup, Dock3 – The Startup Lab
- 2020 – *presente* Scientific Coordinator – European Institute of Innovation for Sustainability
- 2019 – *presente* Consulenza scientifica e advisor su temi legati a marketing e sostenibilità, Conai, Enel X
- 2018 – 2019 Chief Marketing Officer, Dock3 – The Startup Lab
- 2015 – 2018 Business Analyst e PMO, Accenture Consulting

### **LINGUE STRANIERE**

*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**

Software scientifico: SPSS, Maxqda

Uso corrente del sistema operativo Windows e avanzato dei programmi Microsoft Office: Word, Excel, PowerPoint, Access.