

INFORMAZIONI PERSONALI

CHIARA BARTOLI

FORMAZIONE

11/2018 – 05/2022

Dottorato di ricerca in Comunicazione, Metodologia della Ricerca e Marketing. Indirizzo Marketing XXXIV Ciclo

Università degli Studi di Roma “La Sapienza” – Dipartimento CoRiS

Titolo della tesi “Nuova centralità del Consumer Behavior nel marketing. Identità ibride nell’era del Phygital” sotto la supervisione del Prof. Alberto Mattiacci e della Prof.ssa Costanza Nosi.

Ottimo con lode

10/2015 – 12/2016

Postgraduate diploma in Digital Marketing with B2B.

The IDM, Londra. Regno Unito (Ottobre 2015- dicembre 2016).

04/2007 – 12/2008

Posgrado de Especializacion en Marketing

Universidad “La Republica” – UDELAR, Montevideo - Uruguay

09/1999 – 07/2004

Laurea vecchio ordinamento in Scienze Politiche con indirizzo internazionale

Università degli Studi Roma TRE, Facoltà di Scienze Politiche

Laurea quadriennale - Voto finale: 110/110 laude

ATTIVITA' ACCADEMICA E LAVORATIVA

Dal 01/02/2023

Post-doctoral research fellow in Economia e Gestione delle Imprese

Università degli Studi Luiss, Viale Romania 32 – 00196 Roma

Titolo della ricerca: Business model innovation e scelte strategiche in un’era di cambiamento

Responsabile Prof.ssa Federica Brunetta

Dal 02/02/2023

Research Fellow

Centro di Ricerca in Strategic Change “Franco Fontana”. Università Luiss Guido Carli.

Viale Romania 32 – 00196 Roma

Direttore Scientifico Prof. Paolo Boccardelli

Partecipazione alle attività di ricerca dell’Osservatorio sul WEB3, dell’Osservatorio Look4ward sulle professioni di domani e al progetto di ricerca sull’AI generativa.

Dal 09/2022 al 09/2023

Docente a contratto in Marketing Strategico (CFU 6)

Università degli Studi di Roma La Sapienza

Corso di Laurea Magistrale in Organizzazione e Marketing per la Comunicazione d’Impresa AA 2022/2023.

Dal 01/03/2022

Docente a contratto in Marketing e Organizzazione Aziendale (CFU 3)

Università degli Studi di Roma La Sapienza e Università degli Studi della Tuscia

Corso di Laurea Triennale in Scienze, culture e politiche gastronomiche per il benessere

AA 2021/2022 e 2022/2023

Dal 11/2021

Membro della Faculty del Master of Marketing Management (MUMM)

Università degli Studi di Roma La Sapienza. Dipartimento di Management

Maggio 2023 – Giugno 2023

Docente a Contratto in “Content Marketing”

Master in Corporate Event: Management, PR and Communication. Roma. (28 ore).

Luiss Business School

3/01/2011 – 01/01/2023

Addetto Relazioni Istituzionali Internazionali, Comunicazione Digitale e Eventi

Comitato Leonardo – Italian Quality Committee – via Liszt 21, 00144 Roma

3/01/2009 – 08/08/2009

Confindustria Fellow (Borsista Confindustria)

Confindustria – Viale dell'Astronomia 30, 00144 Roma

ATTIVITA' DIDATTICA

- Docente a contratto del modulo “Strategic Management” nell’ambito del Master in Marketing Management. Luiss Business School. Novembre – Dicembre 2023 (14 ore di docenza)
- Docente a contratto in Content Marketing. Luiss Business School, Roma. Master in Corporate Event: Management, PR and Communication. Roma. Maggio 2023 (21 ore).
- Docenza in "Trasformazione dei Modelli di Business" nell'ambito dell'Executive Programme in Gestione delle Tecnologie Digitali. (3,30 ore di docenza)
- Docente a contratto in Marketing Strategico (CFU 6) Università degli Studi di Roma La Sapienza. Corso di Laurea Magistrale in Organizzazione e Marketing per la Comunicazione d’Impresa AA 2022/2023.
- Docente a contratto in Marketing e Organizzazione Aziendale (CFU3) Università degli Studi di Roma La Sapienza e Università degli Studi della Tuscia. Presso il Corso di Laurea Triennale in Scienze, culture e politiche gastronomiche per il benessere. AA 2021/2022 e 2022/2023
- Docente del Modulo “Product Offering ed il valore per il consumatore” e “Analisi Competitiva” presso il Master MUMM. Università di Roma La Sapienza. Anno 2022 e 2023
- Docente del Modulo di “Advanced Marketing Management” Master in Digital Marketing - Luiss Business School, Milano Hub. 12-13 Gennaio 2022
- Docente del Modulo “Made in Italy food Experience” nell’ambito del Master in Digital Export - Luiss Business School, Roma. 21 Maggio 2021
- Tutor della cattedra di Marketing Planning and Operations Prof. Alberto Mattiacci presso l'Università di Roma “La Sapienza”. Laurea Magistrale in Organizzazione e Marketing per la Comunicazione d’Impresa. AA 2021-2022.
- Tutor della cattedra di Marketing Strategico Prof.ssa Fabiola Sfodera. presso l'Università di Roma “La Sapienza”. Corso di Laurea Magistrale in Organizzazione e Marketing per la Comunicazione d’Impresa. AA 2019-2020.

ATTIVITA' DI RICERCA

- Componente del team di ricerca dell'Osservatorio sul Metaverso. Progetto del Centro di Ricerca Strategic Change "Franco Fontana" dell'Università Luiss, in partnership con EY. Direttore Scientifico Prof. Paolo Boccardelli. Da marzo 2023.
- Componente del team di ricerca dell'Osservatorio Look4ward sulle competenze di domani. Progetto del Centro di Ricerca Strategic Change "Franco Fontana" dell'Università Luiss e Intesa Sanpaolo in partnership con Accenture, Digit'Ed. Direttore Scientifico Prof. Paolo Boccardelli. Da febbraio 2023.
- Componente del team di ricerca sul Passaggio Generazionale nei Family Businesses. Progetto del Centro di Ricerca Strategic Change "Franco Fontana" Università Luiss e SIREF. Direttore Scientifico Prof. Paolo Boccardelli. Da giugno 2023.
- Componente del team di ricerca sull'Intelligenza Artificiale Generativa promosso dal Centro di Ricerca Strategic Change Franco Fontana, Luiss in partnership con ITA Airways. Sotto la supervisione del Prof. Alberto Mattiacci. Da agosto 2023
- Componente gruppo di ricerca del Progetto CARI - Ateneo LUMSA bilancio 2022, Le caratteristiche dei modelli phygital e l'impatto sulla consumer experience: il caso del Giubileo 2025, coordinatore Prof. Costanza Nosi. Dal 16-06-2022 a oggi
- Componente del gruppo di ricerca sui consumi delle famiglie italiane. Università degli Studi di Roma "La Sapienza" Dipartimento CoRis. Coordinatore Prof. Alberto Mattiacci e Prof.ssa Cecilia Grieco. Dal 21/06/2022 a oggi.
- Componente del gruppo di ricerca del progetto "Indagine progetto ViviSmart edutainment online", svolto dall'Università LUMSA in collaborazione il Dipartimento di Studi Aziendali e Quantitativi dell'Università di Napoli Partenope e il Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici dell'Università Roma Tre. Istituzione affidataria: Barilla G. e R. Fratelli S.p.A. per conto di aBCD - Alleanza Barilla, Coop, Danone, Barilla Center for Food & Nutrition, Associazione Nazionale Cooperative Consumatori – Coop, Fondazione Istituto Danone, coordinatore nazionale Prof. Costanza Nosi. Dal 12-11-2021 a oggi
- Componente dell'unità LUMSA e Sapienza Università di Roma nell'ambito del gruppo di Lavoro SIM: Marketing e start-up high-tech. coordinatori nazionali Proff. Riccardo Varaldo, Lorenzo Zanni, Tommaso Pucci e Marco Remondino. Dal 01-05-2021 al 01-01-2023

**PARTECIPAZIONE COME
RELATORE A CONVEGNI
SCIENTIFICI E SEMINARI**

(2023) Relatore presso la Summer School Sanguis Jovis: "Sangiovese Phygital, L'impatto della tecnologia dalla vigna al Metaverso". Montalcino, 10-14 luglio. Presentata la relazione: "Il turismo luxury nei territori del Sangiovese".

(2023) Relatore presso il Seminario dell'Alta Scuola del Sangiovese. Verona, 3 aprile- Vinitaly. Presentata la relazione "L'esperienza dei vini di lusso nel nuovo ecosistema digitale: un'analisi comparativa dei territori del Sangiovese".

(2023) International Marketing Trend Conference, Paris, 19-21 Gennaio 2023. Presentato il paper "Wine metaverse. Is the wine experience yet in the metaverse era? Con Ungaro L., Mattiacci A, Baccelloni

(2022) SIM Conference. Salerno, 20-21 Ottobre 2022. Presentato il paper "Is a celebrity testimonial always successful? A study on the impact of advertising with celebrity testimonials using neuroscientific techniques" con Carocci E., Mattiacci A., Cherubino, P.

(2022) Digital Transformation Conference: Phygital Transformation, Components, Challenges and Prospects, Roma, 10-11 febbraio 2022. Presentato il paper "New consumer-brand relationships in the age of phygital. A study on Fashion Luxury" con Bertuccioli F, Nosi C, Mattiacci A e il paper "Phygital events: mixing physical spaces, digital technologies and people' behaviors. Evidence from a multiple case analysis" con Piccioni N. e Nosi C.

(2022) International Marketing Trends Conference, Roma LUMSA, 21-22 gennaio 2022. Co-autore del paper "Becoming a tree when I will be dead? Why not! An explorative research on Generation Z and innovative green death practices" con Nosi C., Piccioni N., Bartoli C., Iasevoli G.

(2021) SIM Conference, Ancona 14-5 ottobre. Presentato il paper: "What is a Phygital Sporting Event? Evidence from the World Alpine Ski Championships Cortina 2021 Opening Ceremony" con Mattiacci A., Nosi, C e Piccioni N. e co-autore del paper "Start-up innovative a significativo impatto sociale e marketing. Il caso Movendo Technology" con Nosi C., Piccioni N., Michelini L., e Iasevoli, G.

(2020) SIM Conference. Online 29-30 ottobre 2020. Presentato il paper: "Conducting Qualitative Market Research with social distancing. A study on the online laddering technique" con Mattiacci A.

(2020) SIMA Conference. Online 8-9 settembre 2020. Presentato l'Extended Abstract: "Marketing Geographical Indication (GI) Products in the Digital Age. An exploratory study"

(2019) SIM Conference. Piacenza 25-25 ottobre 2019. Presentato il paper: "Exploring the Impact of Digitalization on Consumer Behavior" con Nosi C.

PUBBLICAZIONI**Articoli in peer reviewed Journals (riviste scientifiche ANVUR – Area 13/B2)**

1. Bonetti, E., Bartoli, C., Mattiacci, A. (2023), "Applying Blockchain to Quality Food Products: A Marketing Perspective", *British Food Journal*, available at: <https://doi.org/10.1108/BFJ-12-2022-1085>. (Fascia A – ANVUR)
2. Nosi, C., D'Agostino A., Piccioni N., Bartoli C. (2023) Becoming a tree when I will be dead? Why not! Generation X, Y and Z, and innovative green death practices. *Journal of Retailing and Consumer Services*. Volume 75 Novembre 2023. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103449> (Fascia A - ANVUR).
3. Bartoli C. (2022) "Consumer self-concept and digitalization: what does this mean for brands?" *Italian Journal of Marketing*. Dicembre 2022. DOI : 10.1007/s43039-022-00059
4. Bartoli, C., Bonetti, E., Mattiacci, A. (2021) "Marketing geographical indication products in the digital age: a holistic perspective", *British Food Journal*, Vol. 124 No. 9, pp. 2857-2876. <https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2021-0241>. (Fascia A - ANVUR)

5. Bartoli, C. Nosi C, Mattiacci, A., Sfodera F. (2022) "Consumer self-concept in the cyberspace: How digitization has shaped the way we self-disclose to others" , Journal of Strategic Marketing, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print <https://doi.org/10.1080/0965254X.2022.2056501>
6. Musolino, A.R, Bartoli, C., Bonetti, E., Mattiacci, A. (2022) "The role of Geographical Indications in the European Union. A systematic literature review", Journal of Micro and Macro Marketing. Issue 2, 276-308. <https://doi.org/10.1431/103773>

Pubblicazioni in atti di convegno

7. Carocci E., Bartoli C., Mattiacci A., Cherubino P. (2022) "Is a celebrity testimonial always successful? A study on the impact of advertising with celebrity testimonials using neuroscientific techniques" Proceedings SIM Conference, Salerno 20-21 Ottobre 2022 ISBN: 978-88-943918-8-6
8. Nosi, C., Bartoli, C., Piccioni, N., Iasevoli, G. (2022) "Becoming a tree when I will be dead? why not! An explorative research on GenZ and innovative green death practices". Proceedings XXI International Marketing Trends Conference. 20-22 Gennaio, 2022. ISBN: 978-2-490372-14-0
9. Sekerova, A., Nosi, C., Bartoli, C., Piccioni N. (2022) "Consumer nostalgia in the Commonwealth of Independent States. An explorative study (Extended Abstract). Proceeding Sinergie SIMA Conference. Milano, 30 Giugno - 1 Luglio 2022.
10. Nosi C., Bartoli, C., Piccioni, N., Iasevoli, G., Michelini L. (2021) "Start-up innovative a significativo impatto sociale e marketing. Il caso Movendo Technology". Proceedings SIM Conference. 14 -15 Ottobre, 2021. ISBN: 978-88-943918-6-2
11. Piccioni, N., Bartoli, C., Nosi, C., Mattiacci, A. (2021) "What is a Phygital Sporting Event? Evidence from the World Alpine Ski Championships Cortina 2021 Opening Ceremony" Proceedings SIM Conference. Ancona, 14-15 Ottobre, 2021. ISBN: 978-88-943918-6-2
12. Bartoli C., Mattiacci A. (2020) "Conducting Qualitative Market Research with social distancing. A study on the online laddering technique" proceedings SIM Conference, LIUC - Università Cattaneo di Castellanza, Varese, 28-30 Settembre 2020. ISBN: 978-88-943918-4-8
13. Bartoli, C. (2020) "Marketing Geographical Indication (GI) Products in the Digital Age. An exploratory study" (Extended Abstract). Proceeding Sinergie SIMA Conference. Online 8-9 Settembre. ISBN 97888943937-3-6
14. Bartoli C; Nosi C., (2019) "Exploring the Impact of Digitalization on Consumer Behavior". Proceedings SIM Conference, Piacenza, 24 – 25 Ottobre 2019. ISBN: 978-88-943918-3-1

Contributi in volume

15. Dall'Italia al Mondo. Le acquisizioni delle imprese italiane all'estero. Scheda fenomenica 18 del 34° Rapporto Italia 2022 Eurispes, Rubettino Editore ISBN: 9788849872811

16. DOP economy 4.0: I prodotti di Indicazione Geografica nell'era dell'Internet of Everywhere. Scheda fenomenica N. 53 del 35° Rapporto Italia 2023 Eurispes, Rubettino Editore ISBN: 978-88-498-7727-4.

Curatele

17. Bartoli C. (2023). Casi di marketing Vol. XVII Quaderni del Master Universitario in Marketing Management. Sapienza Università Editrice. DOI: <https://doi.org/10.13133/9788893772822>

Altre pubblicazioni

- Bartoli, C., Rampini G., "Costruire Quality Brand Experience con L'AI. Il caso del Parmigiano Reggiano. Harvard Business Review Italia. 2023. in corso di Pubblicazione
- Bartoli, C., Gerardi, L., Marocchini, C., Sfodera, F. "La phygital experience: una nuova esperienza di consumo" Inside Marketing, Ottobre 2021. Disponibile al link: <https://www.insidemarketing.it/phygital-experience-nuova-esperienza-di-consumo/>

ATTIVITA' DI REFERAGGIO

Reviewer ad hoc per il British Food Journal, il Journal of Strategic Marketing ed il Journal of Applied Economics

CORSI DI FORMAZIONE

- Diploma in Digital Marketing and Social Media Communication. Luiss Business School, Roma (Dicembre, 2015)
- Summer School on Social Research Methodology. Italian Society of Management (SIMA) e Italian Marketing Society (SIM). Volterra, Italy (Luglio, 2019)
- Certificate on EU Project Management, College of Europe. Bruges, Belgio (Novembre 2014)
- Certificate in Management of International Events, SIOI. Roma (Novembre, 2011)
- R - Program. Basic Course - Coris Lab Rome (Ottobre, 2020)
- Social Media. Networking and Mapping with Gephy - Coris Lab Rome (October 2020)
- Introduction to STATA for Social Sciences - Coris Lab Rome (September 2020)
- Nvivo Software for Qualitative Analysis Lab – Coris Lab Rome (June 2020)
- Statistical Regression Lab – Coris Lab Rome (May 2020)
- Qualitative Reasearch with T-Lab (June 2020).

COMPETENZE LINGUISTICHE

Lingua madre Altre lingue	Italiano		PARLATO		PRODUZIONE SCRITTA
	COMPRESIONE		Interazione	Produzione orale	
	Ascolto	Lettura			
Inglese	C2	C2	C2	C2	C1
Francese	C1	C1	C1	C1	C1
Spagnolo	C2	C2	C2	C2	C2
Tedesco	A2	A2	A2	A2	A2

Autorizzo il trattamento dei dati personali ai sensi del Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196 "Codice in materia di protezione dei dati personali" e come modificato dal GDPR