



Società Italiana
Marketing

MARKETING & RETAIL
NEI MERCATI
CHE CAMBIANO

XIII[^] SIM Conference
Cassino, 20-21 ottobre 2016

ISBN 978-88-907662-6-8

PROCEEDINGS

ORE 11.00 Facebook and Twitter, social networks for culture. A first investigation on museums.
Piergiorgio Re, Bernardo Bertoldi, Chiara Giachino, Margherita Stupino

ORE 11.20 Marketing to families in the museum context.
Lucia Cicero, Maria Chiarvesio, Francesco Crisci

ORE 11.40 Living forever inked? Tattoo consumption and materialism. Evidence from italian tattoo conventions.
Michela C. Mason, Andrea Moretti, Francesco Raggiotto

ORE 12.00 Between sacred and profane.
A Systematic Literature Review on Religious Tourism in Marketing Research.
Michela C. Mason, Andrea Moretti, Francesco Raggiotto

ORE 12.20 Experiencing places. A comparison between user-generated and DMO's photos.
Chiara Mauri, Enrico Amato

SESSIONE INTERNET & DIGITAL MARKETING
PROF.SSA MARIA VERNUCCIO - PROF. RAFFAELE DONVITO
AULA 1.03

ORE 9.00 QRCode: what contents? A focus on wine industry.
Diletta Acuti, Valentina Mazzoli, Raffaele Donvito, Gaetano Aiello

ORE 9.30 Le azioni di marketing digitale per la promozione del gioco responsabile: un'analisi nel mercato italiano dei giochi on line.
Paolo Calvosa

ORE 10.00 L'utilizzo dell'e-WOM come strumento di management del comparto alberghiero: indagine nel mercato italiano.
Carmen Bernè Manero, Andreea Vicuta Ciobannu, Roberto Bruni, Andrea Moretta Tartaglione, Giuseppe Granata

ORE 10.30 How online recommendation agents affect consumers' search and post-purchase evaluation of professional services: evidences from the notary sector.
Giuseppe Pedeliento, Daniela Andreini, Mara Bergamaschi, Jane Klobas

ORE 11.00 Integrating linguistic tools and statistical models to measure brand association alignment in virtual environments.
Silvia Ranfagni, Rossella Berni, Nedka D. Nikiforova

ORE 11.30 A framework for the assessment of online fashion retailers: the fashion shopper web empowerment index.
Enrico Valdani, Elena Bellio, Luca Buccoliero, Elisa Solinas

ORE 12.00 Can companies generate engagement through their social media activity? A field experiment.
Sara Valentini, Elisa Montaguti, Federica Vecchioni, Alessandra Zammit

ORE 12.30 Rivoluzione digitale versus evoluzione del branding.
Maria Vernuccio

SESSIONE B2B MARKETING
PROF.SSA ROBERTA BOCCONCELLI - CHIARA CANTÙ

SESSIONE. MARKETING RESEARCH & EDUCATION
PROF. SEBASTIANO GRANDI
AULA 1.10

ORE 9.00 Antecedenti e moderatori della relazione fra entrepreneurial marketing orientation e customer retention.
Giancarlo Ferrero, Andrea Buratti

ORE 9.30 La partecipazione delle PMI a progetti complessi di R&S: una prospettiva business network.
Fabrizio Ciarmatori, Roberta Bocconcelli, Alessandro Paganò

ORE 10.00 Social media marketing nel B2B: primi risultati di una rassegna della letteratura internazionale.
Tonino Pencrelli, Maria Gabriella Mele

ORE 10.30 La convivialità quale mediatore tra relazioni sociali e relazioni business nelle comunità imprenditoriali. Risultati emergenti da un'analisi esplorativa.
Simone Guercini, Silvia Ranfagni, Claudio Becagli

ORE 11.00 Dal business dream al business plan: la nascita di una start up nella prospettiva relazionale.
Chiara Cantù, Giorgia Sepe, Alessandra Tzannis

ORE 11.30 Business model innovation and marketing: a literature review.
Daniela Andreini

ORE 12.00 L'evoluzione degli studi di marketing in Italia: un'analisi longitudinale sulle riviste accademiche
Federica Ceccotti, Alberto Mattiacci, Costanza Nosi

ORE 12.30 Customer behaviour: implicazioni diencefaliche e mesencefaliche nelle dinamiche di acquisto.
Lino Barbasso, Giuseppe Tardivo, Milena Viassone



PRINGO | www.pringo.it



Società Italiana
Marketing

MARKETING & RETAIL NEI MERCATI CHE CAMBIANO

XIII SIM Conference
Cassino, 20-21 ottobre 2016
PROGRAMMA DELLE SESSIONI PARALLELE

SESSIONE INTERNATIONAL MARKETING
PROF. GIUSEPPE BERTOLI - PROF.SSA MICHELA MATARAZZO
AULA 0.04

ORE 9.00 Acquisizioni internazionali e presidio dei mercati esteri: un'analisi delle medie imprese italiane acquisite.
Michela Matarazzo, Federica De Vanna, Giulia Lanzilli, Riccardo Resciniti

ORE 9.30 Backshoring in a marketing perspective: the role of manufacturing and Made in Italy for district firms.
Marco Bettiol, Maria Chiarvesio, Eleonora Di Maria

ORE 10.00 Consumer ethnocentrism e halal trust nelle intenzioni di acquisto di prodotti provenienti da Paesi non musulmani in Marocco.
Giada Mainolfi, Riccardo Resciniti

ORE 10.30 Distretti industriali e approvvigionamenti internazionali.
Fabio Musso, Barbara Francioni

ORE 11.00 The impact of cross-border innovative linkages on international sales growth of SMEs.
Bernardo Balboni, Guido Bortoluzzi, Gouya Harirchi

ORE 11.30 Italian lovers o Italian skeptics? La country image italiana come variabile di segmentazione nei mercati emergenti.
Alessandro De Nisco, Antonello D'Avino, Maria Rosaria Napolitano

ORE 12.00 Strategie distributive delle imprese italiane nei mercati internazionali. L'esperienza di Fiasconaro.
Tindara Abbate, Augusto D'Amico, Tiziana La Rocca

SESSIONE CONSUMER BEHAVIOUR
PROF.SSA STEFANIA BORGHINI - PROF. DANIELE SCARPI
1/2 AULA 0.05

ORE 9.00 The Triathlon sport consumer. A segmentation proposal.
Francesco Raggiotto, Michela C. Mason, Andrea Moretti, Stefano Ciani

ORE 9.30 Distanza culturale, trasferimento di reputazione e acquisizioni internazionali: la prospettiva del consumatore.
Michela Matarazzo, Federica De Vanna, Giulia Lanzilli

ORE 10.00 Construal-level theory in action: time-dependent facts and artifacts in marketing research and practice.
Gian Luca Marzocchi, Marco Visentin, Gabriele Pizzi

ORE 10.30 A field study in bookshops: how the strong power of weak anchors. Affects consumer behavior.
Marco Visentin, Chiara Orsingher

ORE 11.00 The bright and the dark side of referral reward programs.
Chiara Orsingher, Jochen Wirtz

ORE 11.30 Positive versus negative WOM: the role of audience expertise.
Matteo De Angelis, Jonah Berger, Chezy Ofir

ORE 12.00 Eyes don't lie: the influence of testimonial gaze direction and message wording on brand perception and purchase intention.
Marco Pichierri, Gabriele Pizzi, Daniele Scarpi



ORE 12.30 Effetti della personalità sul consumo compulsivo dei nail biters.

Cristian Rizzo, Gianluigi Guido, Giovanni Pino, Aurora Marras

SESSIONE CONSUMER BEHAVIOUR
PROF.SSA STEFANIA BORGHINI - PROF. DANIELE SCARPI
2/2 AULA 0.06

ORE 9.00 The role of consumer-entrepreneurs in the context of tribes.

Silvia Biraghi, Rossella Gambetti, Stefano Pace

ORE 9.30 Customization and satisfaction: the role of self expression.

Alessandra Zammit, Elisa Montaguti, Sara Valentini

ORE 10.00 Consumer ambivalence in luxury shopping experience.

Stefano Prestini, Roberta Sebastiani

ORE 10.30 Boundary objects, "translation" and institutional work: "consuming. History" and "a history of the world in 100 objects".

Francesco Crisci

ORE 11.00 Nationalism and autarky in the contemporary (liberal) marketplace: the emergence and rise of futurist mixology.

Giuseppe Pedeliento

ORE 11.30 La confusione del consumatore di fronte ai copy cats: un esperimento nel food and beverage.

Chiara Mauri, Silvia Rossi

ORE 12.00 Social media e propensione all'acquisto on-line: il ruolo di moderazione della conoscenza.

Tommaso Pucci, Elena Casprini, Costanza Nosi, Lorenzo Zanni

SESSIONI MARKETING COMMUNICATION & BRANDING
PROF.SSA ROSSELLA GAMBETTI - FEDERICA CECCOTTI
AULA 1.01

ORE 9.00 The impact of social mediascape on brand communication: CSR risks in tweetjacking.

Agostino Vollero, Maria Palazzo, John Balmer, Alfonso Siano

ORE 9.30 L'effetto dell'incongruenza fra reputazione e evento critico sull'efficacia delle strategie di risposta alla crisi.

Giacomo Gistri, Matteo Corciolani, Stefano Pace

ORE 10.00 Brand equity and the alignment to new social and competitive paradigms in the modern context.

Nicolaia Iaffaldano

ORE 10.30 Heritage Marketing: una possibilità davvero sfruttata dalle imprese storiche italiane?

Angelo Riviezzo, Antonella Garofano, Maria Rosaria Napolitano

ORE 11.00 Communicating CSR: a selective "empirical review" of theories and methods. Work in progress.

Annamaria Tuan, Daniele Dalli, Matteo Corciolani, Alessandro Gandolfo

ORE 11.30 Come comunicare il reshoring? La risposta del consumatore alle motivazioni comunicate dall'impresa e il ruolo dello scetticismo.

Silvia Grappi, Simona Romani

ORE 12.00 Co-marketing: state of the art and existing approaches. Insights from a literature review.

Cecilia Grieco, Gennaro Iasevoli, Laura Michelin

ORE 12.30 Brand & Country of origin: una ricerca sulle preferenze del consumatore di olio extra-vergine d'oliva.

Patrizia de Luca, Giovanna Pegan, Stefania Troiano, Gianluigi Gallenti, Francesco Marangon, Marta Cosmina

SESSIONE SUSTAINABILITY MARKETING
PROF. CARLO ALBERTO PRATESI - PROF.SSA LAURA MICHELINI

SESSIONE TECHNOLOGY & INNOVATION MARKETING
PROF.SSA NICOLETTA BURATTI - PROF. MICHELE SIMONI
AULA 1.02

ORE 9.00 CSR e green strategies nella gestione delle Autorità Portuali.

Marcello Risitano, Francesco Parola, Alessandra Turi, Marco Ferretti

ORE 9.30 Eco-awareness, eco-responsibility and eco-behaviour: a cross-country analysis.

Michelle Bonera, Elisabetta Corvi, Anna Codini, Ruijing Ma

ORE 10.00 The stock market reaction to CSR voluntary disclosure: firm and institutional determinants.

Stefano Mengoli, Marco Visentin

ORE 10.30 Assessing consumers' subjective well-being: a conceptual model for value creation and co-creation in service recovery from the service logic perspective.

Jenny Patricia Amaya-Vega, Mónica Gómez-Suárez, Mercedes Rozano

ORE 11.00 B Corps and their social impact communication strategy: does the talk match the walk?

Laura Michelin, Giorgia Nigri, Gennaro Iasevoli, Cecilia Grieco

ORE 11.30 Market orientation, performance and innovation in research based spin offs.

Nicoletta Buratti, Luca Persico, Giorgia Profumo

ORE 12.00 L'innovazione tecnologica per valorizzare il capitale relazionale.

Maria Fedele, Emanuela Antonucci

ORE 12.30 Gli intermediari della conoscenza per lo sviluppo dell'innovazione.

Giuseppe Cappiello, Raffaele Corrado, Manuela Presutti

SESSIONE SERVICE, RETAILING & CHANNEL MANAGEMENT
PROF. FRANCESCO IZZO - EDOARDO FORNARI
1/2 AULA 0.01

ORE 9.00 La visibilità online nel comparto retail.

Tonino Pencarelli, Marco Cioppi, Ilaria Curina, Fabio Forlani

ORE 9.30 Il "format diffuso": analisi dell'impatto della circolarità sulla brand retail experience.

Lucrezia Maria de Cosmo, Luca Petruzzellis, Pierluigi Passaro

ORE 10.00 L'impatto dei canali digitali in un contesto omnicanale.

Vincenzo Formisano, Michele Modina

ORE 10.30 "Le smart vending machine: da canali di vendita a fornitori di esperienze".

Monia Melia

ORE 11.00 Fenomenologia del consumo HoReCa: una ricerca induttiva per un nuova metodologia di analisi.

Febo Leondini, Matteo De Angelis

ORE 11.30 Sulle orme del consumatore: affinity analysis e knowledge visualization per il processo decisionale nella distribuzione commerciale.

Letizia Lo Presti, Vittoria Marino, Paolo Di Betta

ORE 12.00 Parafarmaci a marca commerciale? Sì, sono value conscious.

Elisa Martinelli, Francesca De Canio

ORE 12.30 Exploring share of wallet determinants in fmcg retailing. A qualitative study.

Vincenzo Basile

SESSIONE SERVICE, RETAILING & CHANNEL MANAGEMENT
PROF. FRANCESCO IZZO - EDOARDO FORNARI
2/2 AULA 0.02

ORE 9.00 Alcune applicazioni dell'illusione di Müller-Lyer alla gestione dello spazio espositivo a scaffale.

Daniele Porcheddu, Francesco Massara, Antonio Usai

ORE 9.30 Le capacità dinamiche nelle strategie di marketing dei retailer: definizione di un modello di analisi.

Marcello Sansone, Roberto Bruni, Annarita Colamatteo

ORE 10.00 L'influenza della store atmosphere nella relazione tra store satisfaction e store loyalty. Primi risultati di un'analisi panel.

Elisabetta Savelli, Barbara Francioni, Marco Cioppi

ORE 10.30 Extent and recoverability of retail food waste. Why supermarkets are not the "great wasters" of the food chain.

Clara Cicatiello

ORE 11.00 The influence of new technologies on shopping values: an exploratory research at a retail level.

Gaetano Aiello, Raffaele Donvito, Virginia Vannucci

ORE 11.30 How brand cue consistency across retail environments affects the customer experience: an empirical investigation.

Manuela Valta, Donata Vianelli, Barbara Stöttinger

ORE 12.00 Customer-oriented category management.

Gabriele Pizzi, Gian Luca Marzocchi

ORE 12.30 How to design and execute an omni-channel strategy: a literature review.

Valeria Colucci, Antonella Zucchella, Antonio Fossati

SESSIONE TOURISM, CULTURE & ARTS MARKETING
PROF. TONINO PENCARELLI - ANDREA MORETTI
AULA 1.06

ORE 9.00 La definizione del concetto dell'autenticità nelle destinazioni turistiche: un approccio fondato sul laddering.

Marcello Atzeni, Giuseppe Melis, Giacomo Del Chiappa

ORE 9.20 Moral versus material values in shaping tourist's happiness.

Mariella Pinna, Giacomo Del Chiappa, Antònia Correia

ORE 9.40 Inter-sectorial collaboration in networks: a boundary object approach to wine routes.

Giacomo Del Chiappa, Aise Kim, Ilenia Bregoli

ORE 10.00 Wine architecture e destination marketing: Chianti e Napa Valley a confronto.

Filomena Izzo, Pasquale Sasso

ORE 10.20 Le strategie di social media marketing adottate da alcuni festival culturali italiani: un'analisi comparata.

Maddalena Tammaro

ORE 10.40 The re-sacralization process of contemporary pilgrimage. A phenomenological study of the Camino de Santiago de Compostela.

Costanza Nosi, Fabiola Sfodera, Alberto Mattiacci, Federica Ceccotti

Cassino 20-21 ottobre

SIM^{ktg}