

ID: 67 – FARMASERVIZI FORMAZIONE

TITOLO: “CURA DELLO SPAZIO, SPAZIO PER LA CURA: IL NUOVO MODELLO DI FARMACIA -

***Human insight e retail design per reinventare la farmacia*”**

DATA: 26/05/2026.

ORARIO: dalle ore 20:00 alle ore 24:00 (quattro ore di formazione).

E.C.M.: 4 crediti formativi.

SEDE: sala conferenze Il Centro in centro – *Luciano Platter* – della Federfarma Torino, Via B. Galliari 10/A - Torino.

DESTINATARI DELL'ATTIVITÀ FORMATIVA: 100 tra farmacisti territoriali, farmacisti di altro settore e farmacisti pubblici del SSN.

RESPONSABILE SCIENTIFICO DELL'EVENTO: dott. Marco AGGERI.

RELATORI: dott. Marco AGGERI, dott. Gabriele BAIMA, arch. Gianluca CONROTTO, arch. Francesca GIANOLA, prof.ssa Rebecca PERA e dott.ssa Enrica Maria TARGHETTA.

OBIETTIVI EVENTO:

5.1 Obiettivo formativo: Management sistema salute. Innovazione gestionale e sperimentazione di modelli organizzativi e gestionali (11).

5.3 Obiettivi formativi di processo: Il settore farmaceutico al dettaglio sta attraversando una trasformazione profonda, guidata da cambiamenti strutturali nel comportamento di consumo e nelle aspettative degli utenti. In tale contesto, durante il corso verrà spiegato come operare al fine di integrare metodi qualitativi e dati quantitativi per leggere i cambiamenti del mercato a supporto delle strategie da attuare in farmacia. In considerazione del fatto che la farmacia occupa una posizione privilegiata per intercettare bisogni emergenti legati alla salute, alla prevenzione ed al benessere, nella seconda parte del corso verranno poi analizzati i trend strutturali che definiscono questa trasformazione. Verrà poi illustrato come i cambiamenti stanno ridisegnando il modello di organizzazione della farmacia: da punto di dispensazione a hub di servizi e relazione, con nuove logiche di valore, maggiore personalizzazione e centralità dell'esperienza del paziente-consumatore.

PROGRAMMA:

Ore 19:45 – 20:00: registrazione partecipanti;

Ore 20:00 – 20:30: farmacia dei Servizi: nuovi scenari possibili nell'integrazione dei bisogni dell'utente e della sostenibilità della farmacia (AGGERI - TARGHETTA);

Ore 20:30 – 22:00 - integrazione di metodi qualitativi e dati quantitativi per leggere i cambiamenti del mercato a supporto delle decisioni strategiche da attuare in farmacia (PERA - BAIMA);

Ore 22:00 – 23:30 - riorganizzazione strutturale del modello organizzativo della farmacia: gestione degli spazi in funzione delle necessità di cura degli utenti (CONROTTO - GIANOLA);

Ore 23:30 – 24:00: discussione;

Dalle ore 24:00: questionario finale di apprendimento e gradimento del corso.

GABRIELE BAIMA

Docente di Marketing e Management | Co-fondatore WINK Human Insights Lab

PROFILO PROFESSIONALE

Senior Assistant Professor (RTT) e docente di Marketing e Modelli di Management presso l'Università degli Studi di Torino, titolare di Abilitazione Scientifica Nazionale a Professore di II Fascia (ECON-07/A). Co-fondatore di WINK Human Insights Lab, spin-off accademico che trasforma la ricerca scientifica in insight strategici a supporto delle decisioni aziendali. Esperto in consumer behaviour, neuromarketing e metodologie qualitative innovative. Autore di diverse pubblicazioni su riviste internazionali di fascia A (ABS 2–3), vincitore di premi nazionali e internazionali per la ricerca e la didattica.

SPIN-OFF UNIVERSITARIO – WINK HUMAN INSIGHTS LAB

WINK Human Insights Lab — Spin-off Accademico dell'Università degli Studi di Torino

Ruolo: Co-fondatore | 2026 – in corso

Descrizione	WINK è un laboratorio di ricerca applicata fondato da accademici dell'Università di Torino. La sua filosofia è "Small Data, Big Meaning": le persone non sono numeri, ma agenti attivi di cambiamento. WINK traduce segnali umani complessi — emozioni, motivazioni, comportamenti — in insight strategici azionabili per imprese e organizzazioni.
Team fondatore	Prof.ssa Rebecca Pera (Founder, Full Professor UniTO) Prof. Gabriele Baima (Co-founder) Prof. Giampaolo Viglia (Co-founder, Full Professor)
Metodologie	Metodi qualitativi (interviste in profondità, etnografia, focus group, tecniche proiettive); Netnography; Platform Ethnography; Esperimenti neuroscientifici: EEG/Hyperscanning, Eye Tracking, Facial Coding/fEMG, EDA/GSR, VR/AR immersivo.
Servizi alle imprese	– Consumer trend analysis (macro e micro) e community insight – Innovation di prodotto, servizio, comunicazione ed esperienza – Customer Journey Design & Optimization – Physical space atmospheres e layout comportamentale – Brand perception & positioning – Product, service & communication testing (pre-lancio) – Usability & user-friendliness assessment – Co-Design Workshop: da insight a soluzioni concrete e roadmap tattica

POSIZIONE ACCADEMICA E ATTIVITÀ PROFESSIONALE

- Ott. 2025 – oggi **Senior Assistant Professor (RTT)**
Università degli Studi di Torino – Dip. di Management "Valter Cantino" | ECON-07/A
Docenza in Marketing, Business Management e Modelli di Management (triennale, magistrale, MBA, dottorato). Ricerca su consumer behaviour, influencer marketing virtuale, metodologie qualitative e digital transformation
- Ott. 2021 – 2024 **Ricercatore a Tempo Determinato (RTD-A)**
Università degli Studi di Torino – Dip. di Management "Valter Cantino" | ECON-07/A
Docenza in Marketing, Business Management e Modelli di Management (triennale, magistrale, MBA, dottorato). Ricerca su consumer behaviour, influencer marketing virtuale, metodologie qualitative e digital transformation.
- Gen. 2024 – oggi **Managing Editor – British Food Journal (Emerald Publishing)**
Rivista scientifica internazionale | ABS 1, AIDEA A, ASN A

TITOLI ACCADEMICI E ABILITAZIONI

- 2023 – 2033 **Abilitazione Scientifica Nazionale – Professore di II Fascia**
Settore concorsuale 13/B2 – Economia e Gestione delle Imprese (ECON-07/A)
- 2018 – 2021 **Dottorato di Ricerca in Business and Management (XXXIV ciclo) – CUM LAUDE**
Università degli Studi di Torino – Dip. di Management "Valter Cantino"
Tesi: "Scripta Manent... Images Revelant: Unveiling the power of images from a consumer behaviour perspective"
- Set.-Dic. 2021 **Visiting Researcher – Universidad de Málaga (Spagna)**
Facultad Ciencias Económicas y Empresariales | Supervisor: Prof. Sebastián Molinillo

COMPETENZE PROFESSIONALI CHIAVE

Ricerca & Insight

- Consumer behaviour e psicologia del consumatore
- Neuromarketing (EEG, Eye Tracking, fEMG, EDA/GSR)
- Ricerca qualitativa ed etnografia
- Platform Ethnography e community analysis
- Netnography e analisi di community online
- Esperimenti in ambienti VR/AR

Marketing

- Marketing strategy e brand positioning
- Influencer marketing (virtuale e reale)
- Food marketing e comunicazione sanitaria
- Digital marketing e social media strategy

Management & Consulenza

- Modelli di management e governance aziendale
- Analisi competitiva e scenario analysis
- Sviluppo di piani industriali e strategici
- Co-Design Workshop e facilitazione strategica
- Project management (PRIN, Fondazioni)
- Valutazione immobiliare (modelli AVM)

Formazione & Didattica

- Docenza universitaria multi-livello
- Formazione manageriale ed executive
- Supervisione ricercatori e dottorandi
- E-learning management e coordinamento

PROGETTI DI RICERCA APPLICATA CON IMPRESE ED ENTI (SELEZIONE)

- ARC Real Estate S.p.A. / UniTO – Modello AVM per la valutazione automatizzata di immobili (2024–oggi)
- PRIN “GRIS – Growing Resilient Italian SMEs” – Ministero dell’Istruzione, ca. 321.000 € (2023–2025)
- Fondazione CRT – “Inclusione e valorizzazione dei talenti: l’innovazione tecnologica come leva strategica” (2023)
- SMAQ / Fondazione CRC – E-commerce e catena del freddo nell’agroalimentare di qualità (2022–2023)
- Ferrero S.p.A. – Modello di indicizzazione del prezzo del latte e analisi del differenziale (2019–2021)
- Banca d’Alba – Analisi socio-economica del territorio, focus Food & Beverage e Turismo (2019–2021)
- Delizie Bakery S.r.l. – Analisi di mercato settore bakery e implicazioni strategiche (2019–2021)
- Preve Costruzioni / Polo Grafico S.p.A. – Piani industriali: analisi di scenario e analisi competitiva (2020–2022)

PREMI E RICONOSCIMENTI

- 2025 – Outstanding Paper, Emerald Literati Awards 2025 (British Food Journal)
- 2025 – Outstanding Reviewer – Sinergie-SIMA Management Conference, Genova
- 2024 – Outstanding Reviewer – Sinergie-SIMA Management Conference, Parma
- 2023 – Premio giovani ricercatori – Università degli Studi di Torino
- 2023 – Premio Miglior Professore a.a. 2021/2022, Dip. Management UniTO (Lauree Triennali, 3° classificato)
- 2023 – Outstanding Reviewer – EuroMed Journal of Business (Emerald Literati Awards)
- 2022 – Conference Highly Commended Student Paper Award – EuroMed Academy of Business, Palermo
- 2021 – Appreciation Award – IEEE ICTMOOD, Marrakech
- 2020 – Outstanding Reviewer – British Food Journal (Emerald Literati Awards)

PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE SELEZIONATE (TUTTE ABS 2–3, AIDEA A, ASN A)

- Rizzo, Baima et al. (2025). Navigating the uncertainty path of virtual influencers. Technological Forecasting and Social Change. [ABS 3]
- Giannattasio, Sestino, Baima (2024). Crafting a Healthier Future. British Food Journal. [ABS 1] — Premio Outstanding Paper Emerald 2025
- Gutuleac, Baima et al. (2024). Will virtual influencers overcome the uncanny valley? Psychology & Marketing. [ABS 3]
- Zagni, Baima (2023). The fluid journey: Unreal real or real unreal? Journal of Strategic Marketing. [ABS 2]
- Baima, Santoro et al. (2022). Testing the antecedents of customer knowledge sharing. International Marketing Review. [ABS 3]
- Pera, Quinton, Baima (2022). The use of embedded visual methods. Psychology & Marketing. [ABS 3]
- Pera, Menozzi, Abrate, Baima (2021). When cocreation turns into codestruction. Journal of Business Research. [ABS 3]
- Pera, Quinton, Baima (2020). I am who I am: sharing photos on social media by older consumers. Psychology & Marketing. [ABS 3]
- Baima, Forlano et al. (2020). Intellectual capital and business model. Journal of Intellectual Capital. [ABS 2]
- Monografia: Baima, G. (2022). Nuovi modelli di management. Giappichelli Editore.

AFFILIAZIONI PROFESSIONALI E RUOLI EDITORIALI

- Membro del Consiglio Direttivo – SIMA (Società Italiana di Management), dal 2022
- Socio – SIM (Società Italiana di Marketing), dal 2018
- Fellow – EuroMed Research Business Institute (AF-EMAB), dal 2019
- Research Fellow – Q-Institute, dal 2021
- Membro – GNOSIS Mediterranean Institute for Management Science, dal 2025
- Managing Editor – British Food Journal (Emerald), dal 2024

- Membro Comitato Editoriale – Sinergie Italian Journal of Management, dal 2024
- Reviewer per: Journal of Business Research, Psychology & Marketing, Journal of Intellectual Capital, Technological Forecasting and Social Change, European Journal of Innovation Management, Journal of Retailing and Consumer Services, British Food Journal, Business Process Management Journal

COMPETENZE LINGUISTICHE

Italiano	Madrelingua
Inglese	Avanzato – docenza universitaria, pubblicazioni scientifiche e conferenze internazionali in lingua inglese

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

Torino, maggio 2026

Firma:



CURRICULUM VITAE
CONROTTO GIANLUCA



INFORMAZIONI PERSONALI

Cognome / Nome

CONROTTO Gianluca

ESPERIENZA PROFESSIONALE

- Lavoro o posizione ricoperti

- Datore di lavoro

- Settore

- Alcuni clienti

2004 → oggi

Titolare e Direttore Creativo

Conrotto Progetti Srl, www.conrottoprogetti.com

Retail design

Alviero Martini, AS Roma, Atelier VM, Autogrill, Avio Aero, Bacardi / Martini, Bottero Ski, Compass Group, Dahua Technology, DIM, ESCP Business School, Flower Mountain, Globo, Hanesbrands, Joy Gioielli, Juventus F.C., King Sport&Style, Lovable, MiScusi, Nespresso, Oceanario de Lisboa, Original Marines, Pablosky, Penti, Pietra, Reale Mutua, Synergie

a.a. 2016 / 17 - oggi

Docente, Master in Interior, Exhibit & Retail Design

Politecnico di Torino

a.a. 2015 / 16

Docente per il corso di Environmental Graphic Design

IED (Istituto Europeo di Design)

- Lavoro o posizione ricoperti

- Datore di lavoro

- Lavoro o posizione ricoperti

- Datore di lavoro

- Lavoro o posizione ricoperti

- Datore di lavoro

- Settore

2002 → 2003

Architetto

Studio Rolla, Torino

www.studiorolla.it

Progettazione architettonica

ABILITAZIONI

- Esame di stato

- Iscrizione all'Ordine

Superato nel **ottobre 2003** presso il Politecnico di Torino, con il punteggio di 50/50

Iscritto all'Albo degli Architetti, Pianificatori, Paesaggisti e Conservatori della Provincia di Torino, sezione A – settore Architettura, con matricola n. 6564, **dal 2004**

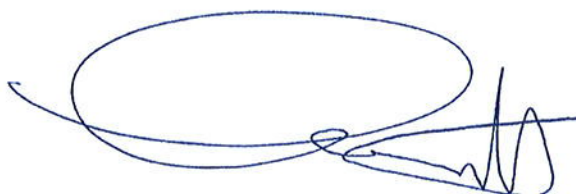
PARTNERSHIP

Partner di alcune edizioni della ricerca annuale Retail Innovations, dal 2013, realizzata da KikiLab, partner italiano di Ebeltoft Group.

ISTRUZIONE

- | | |
|---|---|
| • Titolo della qualifica rilasciata | 1995 – 2002
Laurea in Architettura |
| • Nome e tipo di istituto di istruzione | Politecnico di Torino, I Facoltà di Architettura |
| • Altro | Borsa di Studio Erasmus del Politecnico di Torino di 10 mesi presso la Rheinisch – Westfälische Technische Hochschule di Aachen, Germania |
| • Titolo della qualifica rilasciata | 1990 – 1995
Diploma di maturità scientifica |

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi del Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196 'Codice in materia di protezione dei dati personali.



CURRICULUM VITAE
GIANOLA
FRANCESCA



INFORMAZIONI PERSONALI

Cognome / Nome

GIANOLA Francesca

ESPERIENZA PROFESSIONALE

• Lavoro o posizione ricoperti	2009 → oggi Key account manager Project manager Senior Retail Designer Practice manager
• Principali attività e responsabilità	Responsabile di progetti di Interior e Retail Design e dei rapporti con il cliente per commesse in Italia e all'estero. Coordinamento e supervisione dei tender di progettazione. Progettazione architettonica e d'interni, dal concept al progetto esecutivo. Time & cost control. Quality control. Predisposizione del materiale per i Tender dei General Contractor e delle Aziende d'arredo. Main clients (office museum education): - Avio Aero - Dahua Technology - ESCP Business School - Martini – Bacardi - Reale Mutua Main clients (retail & food ITA): - Alviero Martini Prima Classe - AS Roma - Atelier VM - Compass Group - Juventus F.C. - Lovable - MiScusi - Nespresso – Nestlé - Original Marines Main clients (retail & food estero): - Alshiaka (KSA) - Hanesbrands (USA) - DIM (France) - Oceanario de Lisboa (Portugal) - Pablosky (Spain) - Penti (Turkey) - Sushi Cafè Group (Portugal) - United Products (Cuba)
• Datore di lavoro	Conrotto Progetti Srl, Torino, www.conrottoprogetti.com
• Settore	Architettura, Interior Design, Retail Design
• Lavoro o posizione ricoperti	2017 → 2019 Consulente di progetto per la progettazione di farmacie
• Principali attività e responsabilità	Gestione del pacchetto clienti, impostazione del progetto retail, definizione dei dettagli di progetto, supervisione dell'allestimento. Consulenza progettuale per l'installazione del magazzino automatico. Tra i progetti, farmacie di Torino e del Piemonte.
• Datore di lavoro	TH.Kohl Srl, Badia Calavena (VR), www.thkohl.it
• Settore	Retail design

- Lavoro o posizione ricoperti
- Principali attività e responsabilità
 - Datore di lavoro
 - Settore

2010 → 2012

Architetto co-fondatore
Progettazione architettonica e d'interni per spazi privati e pubblici
Officina 8a, Torino
Architettura, Interior Design

- Lavoro o posizione ricoperti
- Principali attività e responsabilità
 - Datore di lavoro
 - Settore

2007 → 2009

Junior Technical Architect
Dettagli costruttivi, analisi dei codici, coordinamento del progetto architettonico con i progetti strutturali e degli impianti, gestione del set di lavoro.
Skidmore Owings & Merrill LLP (SOM), 14 Wall street New York, USA www.som.com
Architettura

- Lavoro o posizione ricoperti
- Principali attività e responsabilità
 - Datore di lavoro
 - Settore

2007

Progettista di showroom
Rilievo, adeguamento agli standard e progettazione di showroom Fiat, Lancia ed Alfa Romeo
Gruppo Thema Progetti, Torino www.glp.it
Retail Design

- Lavoro o posizione ricoperti
- Principali attività e responsabilità
 - Datore di lavoro
 - Settore

2005 → 2006

Look of the Games Specialist & Manager
Responsabile del progetto d'allestimento e della realizzazione del Look of the Games nel Main Media Center, International Broadcasting Center e negli Olympic Family Hotels, Torino.
TOROC (Comitato Organizzatore dei XX Giochi Olimpici Invernali Torino 2006), Torino
Interior and Graphic Design, Immagine ed Eventi

ABILITAZIONI

- Esame di stato
- Iscrizione all'Ordine

Superato nel luglio 2006 presso il Politecnico di Torino

Iscritta all'Albo degli Architetti, Pianificatori, Paesaggisti e Conservatori della Provincia di Torino, sezione A – settore Architettura, con matricola n. 7366, dal 14/02/2007

ESPERIENZA FORMAZIONE E RICERCA

- Lavoro o posizione ricoperti
- Principali attività e responsabilità
 - Datore di lavoro

- Lavoro o posizione ricoperti
- Principali attività e responsabilità
 - Datore di lavoro

- Lavoro o posizione ricoperti
- Principali attività e responsabilità
 - Datore di lavoro

- Lavoro o posizione ricoperti
- Principali attività e responsabilità
 - Datore di lavoro

- Lavoro o posizione ricoperti
- Principali attività e responsabilità
 - Datore di lavoro

- Lavoro o posizione ricoperti
- Principali attività e responsabilità
 - Datore di lavoro

a.a. 2019 / 20

Docente per il modulo didattico di Progettazione degli Spazi del Punto vendita per il Master di I Livello in Interior, Exhibit e Retail Design
Preparazione del materiale didattico, lezioni in DAD, valutazione in sede d'esame
Politecnico di Torino

2015

Docente e referente scientifico per il corso di formazione: "Progettare i format per le catene commerciali: il retail design dal concept all'industrializzazione".
Preparazione del materiale didattico, lezione frontale, organizzazione e gestione del retail tour.
Ordine degli Architetti di Torino

a.a. 2006 / 07, 2009 / 10, 2010 / 11, 2011 / 12

Tutor per il corso di Scienza delle Costruzioni tenuto dal prof. Dino Chiaia per il corso di laurea a distanza in Ingegneria Civile della I Facoltà di Ingegneria Civile (Nettuno).
Esercitazioni in classe, collaborazione in sede d'esame.
Politecnico di Torino

a.a. 2006 / 07

Culture della materia per i corsi di Scienza delle Costruzioni e Statica/Scienza delle Costruzioni, tenuti dal prof. Giuseppe Ferro presso la II Facoltà di Architettura.
Esercitazioni in classe, collaborazione in sede d'esame, preparazione del materiale didattico
Politecnico di Torino

a.a. 2006 – 07

Borsista presso il DISTR (Dipartimento di Ingegneria Strutturale e Geotecnica), prof. Alessandro De Stefano.
Attività di ricerca: *"Rischio sismico Ordinanza P.C.M. 20/03/2003 n. 3274 – verifiche tecniche su edifici ed opere strategiche o rilevanti, di competenza regionale"*.
Politecnico di Torino

a.a. 2003 / 04

Borsista per il corso di Statica tenuto dal prof. Giuseppe Ferro presso la II Facoltà di Architettura
Preparazione del materiale didattico.
Politecnico di Torino

ISTRUZIONE

- Titolo della qualifica e votazione
09/2000 – 07/2005
Laurea Specialistica in Architettura, 110 lode / 110, Pubblicazione su Internet
Laurea di I Livello in Architettura per il Progetto, 110 lode / 110
- Nome e tipo di istituto di istruzione
Politecnico di Torino, II Facoltà di Architettura

- Titolo della qualifica e votazione
03/2004 – 07/2005
Laurea in Architettura, 10 / 10, Menzione e Diritto di Pubblicazione su Internet
- Nome e tipo di istituto di istruzione
Univ. de Belgrano, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Buenos Aires (Argentina)
Borsa di studio del Politecnico di Torino per conseguire il doppio titolo in Architettura

- Titolo della qualifica e votazione
1995 – 2000
Diploma di maturità classica
- Nome e tipo di istituto di istruzione
Liceo Classico "Augusto Monti", Chieri (TO), Italia

- Titolo della qualifica rilasciata
a.a. 1998 / 99
High school diploma
- Nome e tipo di istituto di istruzione
Clarkston High School, WA, USA

COMPETENZE LINGUISTICHE

- Madrelingua
Italiana
- Altre lingue
Inglese, Proficiency C2. Livello eccellente (letto, scritto e parlato)
Spagnolo, livello eccellente (letto, scritto e parlato)
Tedesco, livello elementare
Francese, livello elementare

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali, ai sensi del D.lgs. 196 del 30 giugno 2003.

In fede,
Francesca Gianola



Rebecca Pera, Academic Résumé

Department of Management – University of Turin
Corso Unione Sovietica, 218 bis, 10134 Torino TO
Email: rebecca.pera@unito.it
Virtual room: <https://unito.webex.com/meet/rebecca.pera>

Personal information

Current Position and Affiliations

Full Professor of Consumer Research and Marketing, University of Turin

Delegate of the University Research Centre in *Human Science and Technologies* on behalf of the Department of Management

Coordinator for the Consumer Behaviour track for the *Italian Society of Marketing* (SIM)

Founder of WINK - Human Insights Lab - SpinOff of the University of Turin

Senior Consultant for the ITC ILO - International Training Centre - *International Labour Organization* (United Nations)

Research fields

Consumer behaviour, cocreation and consumer creativity, consumer wellbeing, and vulnerability, digital ethnography,

Main publications

Pera, R., & Ferrulli, E. (2024). Consumers' textile disposal practices and their perceived value in the circular economy: A platform-focused ethnography approach. *Business Strategy and the Environment* (ANVUR A: **3 star ABS**)

Viglia, G., Pera, R., Dyussebayeva, S., Mifsud, M., & Hollebeek, L. (2023). Engagement and value cocreation within a multi-stakeholder service ecosystem.

Journal of Business Research, 157, 113584 (ANVUR A; **3 star ABS**)

Abrate, G., Quinton, S., Pera R., (2021). The relationship between price paid and hotel review ratings: expectancy-disconfirmation or placebo effect?. *Tourism Management* (ANVUR A; **4 star ABS**)

Pera, R., Menozzi, A., Abrate, G., Baima, G., (2021). When cocreation turns into codestruction. *Journal of Business Research*, (ANVUR A; **3 star ABS**)

Pera, R., Quinton, S., Baima, G., (2021). The use of embedded visual methods in unveiling consumers' values: A digital ethnography perspective. *Psychology and Marketing*, p. 1-11 (ANVUR A; **3 star ABS**)

Canhoto A., Quinton S., Pera. R., Molinillo S., Simkin, L., (2021). Digital strategy aligning in SMEs: A dynamic capabilities perspective. *Journal of Strategic Information Systems*, vol. 30, p. 1-17 (ANVUR A; **4 star ABS**)

Pera, R., Quinton S, Baima G. (2020). I am who I am: Sharing photos on social media by older consumers and its influence on subjective wellbeing. *Psychology and Marketing* 1–14 (ANVUR A; **3 star ABS**)

Abrate, G., Pera, R., Quinton, S. (2020). Last **AND** least: When hotel guests don't care about environmental policies, *Sinergie - The Italian Journal of Management*, 38 (1), 33-53.

Dalli, D., Viglia, G., Pera, R., Grazzini, L. (2020). Falsi positivi: le anomalie delle recensioni online. *Economia e Management*, Egea Editore, 4, 92-96. DOI: 10.1485/1120-5032-202004-17

Pera, R., Viglia, G., Dalli, D., Grazzini, L. (2019). How empathy reduces negative reviewing behavior in the sharing economy, *Annals of Tourism Research*, 75, 265-278, (ANVUR A; **4 star ABS**)

Borraccino, A.; Pera, R., Lemma, P. (2019). What being healthy means to me: A qualitative analysis uncovering the core categories of adolescents' perception of health. *PLoS ONE* 14(6): e0218727. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0218727>

Viglia, GP; Pera, R., Bigné E. (2018). The determinants of stakeholder engagement in digital platforms, *Journal of Business Research* 89, 404-410, (ANVUR A; **3 star ABS**)

Pera, R. Viglia; GP (2017). Can snacking be healthy? A comparison between celiacs and health conscious food consumers. *Mercati e Competitività, The Italian Journal of Marketing*

Quinton, S., Canhoto, A. Pera, R. (2017). Conceptualising a digital orientation: antecedents of supporting SME performance in the digital economy, *Journal of Strategic Marketing* 26(5), 427-439, (ANVUR A; **2 star ABS**)

Viglia, GP., García, MN., Pera, R. (2017). Book review: Marketing in Food, Hospitality, Tourism and Events, *Tourism Management* 63, 351-352, (ANVUR A; **4 star ABS**).

Pera, R., Occhiocupo, N., Clarke J. (2016). Motives and resources for value co-creation in a multi-stakeholder ecosystem: A managerial perspective. *Journal of Business Research* 69(10), 4033-4041, (ANVUR A; **3 star ABS**)

Pera, R, Viglia, GP, Furlan, R. (2016). Who am I? Explicating the Implicit Stories in Personal Profiles and Personal Reputation. *Journal of Interactive Marketing*, 35, 44-55, (ANVUR A; **3 star ABS**)

Pera, R, Viglia, G. (2016). Turning ideas into products: subjective well-being in co-creation. *The Service Industries Journal* 35(7-8), 388-402, (ANVUR A; **2 star ABS**)

Pera R. (2015). Empowering the new traveller: storytelling as a co-creative behaviour in tourism. *Current Issues in Tourism*, (10.1080/13683500.2014.982520), 1-8, (ANVUR A; **2 star ABS**)

Pera R., (2015). Collective creativity and community development. How case studies from Senegal trigger Western innovation. *GeoProgress Journal*, Vol 1, n. 2, 9-22

Best Papers Awards:

2023: Best Paper Conference with the study “From Immersion to Invasion: a netnographic exploration of consumers’ responses’ to In-Game Advertising” with Luca Zagni, Conferenza Società Italiana Marketing, Florence.

2019: Best Paper Conference with the study “Last AND least: When hotel guests don’t care about environmental policies” – Conferenza Sinergie – Rome.

2015: Best Paper for the track "Small Business Marketing" with the study “The Digital Orientation of European SMEs: Initial findings from an International Study” - Academy of Marketing – Limerick.

2016: Best Paper Conference with the study “Exploring how video digital storytelling builds relationship experiences” – GIKA Conference – Valencia.

Previous Academic Positions

2019-2024: Associate Professor of Consumer Research and Marketing, University of Turin

2013-2019: Assistant professor in Marketing, University of Eastern Piedmont, Italy

2005-2007: Research fellow in Consumer research, Polytechnic of Turin, Italy

2003-2005: Research fellow in Marketing, University of Turin, Italy

Visiting Professor - ESCP Paris Campus (2 months 2023), France

Visiting Professor – ESCP Paris Campus (4 months 2016), France

Visiting Professor – Oxford Brookes University (3 months per year, 2013, 2014, 2015), UK

Visiting Scholar – California State University, Pomona (6 months per year, 2002, 2003) US

Education and Qualifications

<i>October 2004</i>	<i>Ph.D. in Culture and Enterprise</i> University of Turin, Turin, Italy
<i>June 1999</i>	<i>Master program in Marketing</i> University of Salamanca, Salamanca, Spain
<i>July 1998</i>	<i>Graduation in Communication Studies</i> University of Turin, Turin, Italy

Support from external research grants

- 2025-2027: Grant as Project Partner “Infra+ Regional Programme 2021–2027, Support for the supply and demand of technology transfer and innovation services. (Piedmont Region). Funding: 2.4 Million€
- 2022-present: Grant as a Principal Investigator, “How Outdoor beauty impacts consumer wellbeing” (Fondazione San Paolo). Funding: 18.500€
- 2022-present: Grant as a Principal Investigator “Physical Outdoor sport VS Virtual sport and consumer wellbeing” (Camera di Commercio Torino). Funding: 15.500€
- 2022-present: Grant as a Principal Investigator “Neuromarketing research for service and communication design for vulnerable consumers: Coeliac disease and food trust ” (Camera di Commercio Torino). Funding: 15.500€
- 2020-2022: Grant as Italian Principal Investigator "Sharing photographs online and on social media by older people: a mitigator of social isolation and loneliness" (Sir Halley Stewart Trust, in collaboration with The Open University and Oxford Brookes University). Funding: 20.500£
- 2019-2020: Grant as Principal Investigator “Trust for Food” (Horizon). Funding: 130.000€.
- 2017-2018: Small Grant as Italian Principal Investigator “Pricing strategies and online reviews” (International Research Partnership Grants Scheme) - Oxford Brookes University, Oxford, UK. Funding: 10.000£.
- 2014-2015: Small Grant as Italian Principal Investigator "Managerial perspectives on International Brand Strategy and Value Co-creation in a multi-stakeholder approach" (International Research Partnership Grants Scheme) - Oxford Brookes University, Oxford, UK. Funding: 10.000£.

Between 2013 and 2022, several academic research projects have been funded as Principal Investigator by companies and non-governmental institutions (e.g., Alpitour, General Motors, Fiat, Sistema Moda Italia, Equilibra, Ente Bilaterale Turismo Sardegna, Seat Pagine Gialle, Aprilia, De Fonseca, Comau, Sony Ericsson, Azimut Yachts, SKF, Industrial Unions, ITC, ILO - International Training Centre of the ILO, United Nations).

Editorships. Membership of editorial board committees, editorial and reviewing activities, and PhD completions

Membership of editorial board committees: Member of the Editorial Board of Psychology and Marketing (3), Consumer Behavior in Tourism and Hospitality (2*), Tourism Review (2*), The Italian Journal of Marketing, Management & Marketing Cases.

Editorial activities:

2023 Special Issue Editor, *Psychology and Marketing* (3 ABS)

Reviewing activities: Ad-hoc reviewer for Journal of the Academy of Marketing Science, International Journal of Research in Marketing, Journal of Service Research, Journal of Business Research, Psychology & Marketing, Journal of Services Management, Tourism Management, International Small Business Journal, Annals of Tourism Research, Journal of Interactive Marketing.

PhD completions: 3 PhD completions (Gabriele Baima, Luca Matteo Zagni, and Giacomo Bagna), and 3 ongoing supervisions. External PhD examiner in Italy (University of Bergamo, University of Cagliari, and University of Pisa) and internationally (University of Malaga, Spain, University of Amsterdam, Netherlands; University of Hong Kong, China; University of Ottawa, Canada).

Current Teaching Activities

PhD and Higher Education

2019-present: Innovative approaches to Qualitative Research (from 8 to 24h) for PhD students in Management and Marketing (Several Higher Education institutions: Portsmouth University, University of Turin, University of Pisa, University of Cagliari, University of Genoa). In English

2019-present: Visual methods in qualitative research (6h), University of Cagliari. In English

2020-present: Qualitative Research - Summer School SIMA SIM (8h), more editions per year.

Postgraduate Education

2019-present: Strategic Marketing (35h), Consumer behaviour (35h), Entrepreneurship (35h), and International Marketing (21h) in English, University of Turin.

Bachelor Education

2021-present: Consumer psychology - Polytechnic of Turin (30h) in Italian

Master Education

2022-present: Behavioural Research for the UX Design for Inclusivity - Master Program - Polytechnic of Turin (12h) in Italian

2019-present: Consumer Psychology for Eco Packaging - Master in Eco Packaging Design: Systemic - Polytechnic of Turin (40h) in Italian

2020-present: Consumer behaviour for social media marketing - Master in Business Administration (MBA) - University of Turin

Ongoing International teaching

From 2003 to present, different teaching positions in marketing and consumer behaviour: California State Polytechnic University – CA, US; ESCP Europe, London - UK; IQS Universitat Ramon Lull, Barcelona, Spain; Oxford Brookes University; Bournemouth University; Portsmouth University, UK.

Thesis Supervision and Doctoral Examination

Supervised over 200 Bachelor's and Master's theses across multiple universities and polytechnics (2003/2004–present), averaging approximately 10 theses per academic year.

PhD Thesis Supervisor in Business Management, Department of Management, University of Turin: Gabriele Baima (34th cycle), Luca Matteo Zagni (37th), Giacomo Bagna (38th), Giada Mattias (39th), Matteo Santanni (40th), Amrita Chackabarty (40th).

Member (as President, Commissioner, or External Examiner) of PhD thesis committees at: University of Bergamo (2022), University of Pavia (2022), University of Cagliari (President, 2024), University of Bologna (2024), Universities of Pisa, Florence, and Siena (External Examiner, 2024), University of Amsterdam (2025), University of Hong Kong (2025).

Academic memberships

2017-present: Member of the Italian Academy of Management (SIMA)

2017-present: Member of the Italian Marketing Academy (SIM)

2016-present: Member of European Marketing Academy Conference (EMAC) and Session Chair (2016)

Torino, 08 May 2026

