

**Curriculum Vitae
Europass**

Contatti

Dott. Riccardo Rossi
Professore a contratto di Retail Management (SECS-P/08)
Dipartimento di Management, Finanza e Tecnologia
Università LUM Giuseppe Degennaro
S.S. 100 km 18 – 70010, Casamassima (BA)

Dipartimento di Management, Finanza e Tecnologia
Università LUM Giuseppe Degennaro
S.S. 100 km 18 – 70010, Casamassima (BA)
Email: rossi@lum.it
Web: <https://www.lum.it/docenti/riccardo-rossi/>

**Formazione e carriera**

AA 2020 – 2021, Professore a contratto di Retail Management (SECS-P/08), LUM Jean Monnet, Casamassima (BA)

Luglio 2020 - Il Sole 24 Ore – Business School 24 – Docenza nel MASTER: MARKETING, COMUNICAZIONE E DIGITAL STRATEGY

2019 – 2020 – LUM Business School & Consulting – Docenza nel Master Universitario di Primo Livello Innovation, Retail and E-Marketing (MIREM)

2018 – 2020 – Aforisma School of Management – Docenza nel Master in BUSINESS MANAGEMENT – Specialistica in Marketing and Digital Communication Strategies

2018 - LUM - Business School & Consulting – Docenza nel Master di I livello in Agrifood, Wine and Local Management (MAWIL)

2014 – 2018 – Università Jean Monnet LUM Scuola di Management – Docenza nel Master Universitario di Primo Livello Innovation, Retail and E-Marketing (MIREM)

2018 - Università Jean Monnet LUM Scuola di Management – Docenza nel Master Universitario di I livello Agritech & Food Tech. Innovation Technology Management (MAFOTECH)

2017 - Il Sole 24 Ore – Business School 24 – Docenza nel MASTER: MARKETING, COMUNICAZIONE E DIGITAL STRATEGY

2009 – 2011 - SDA Bocconi - School of Management - Docenza

- Progetto formativo per FIAT Group sull'innovazione nel retail e sulle opportunità d'innovazione nel sistema distributivo delle auto
- Progetto formativo per Ivoclar Vivadent ed Umbra SpA sui temi del Category Management
- Progetto formativo per Gruppo Aligros SpA sui temi del retail e del Category Management

2000 - SPEGEA (Confindustria Bari)

- Corso in "Project Management" per dirigenti della Regione Puglia
- Master in General Management – Modulo di Marketing strategico ed Operativo
- Corso di Sviluppo Imprenditoriale e manageriale per le PMI nel settore Agroalimentare. Incarico di docenza Senior e consulenza personalizzata (Puglia, Basilicata e Calabria)
- Docenza nel modulo di Pianificazione Strategica, nell'ambito del corso "Know-How Percorsi di Knowledge Management".

Esperienza professionale



2005 – oggi - Associate Partner Focus Management SpA – Consulenza Strategica e di Direzione – Area Go to Market:

- Project Design, Project Management, Relationship Management nell'ambito di iniziative strategiche, basate sulla collaborazione tra operatori di filiera, collegati da relazione verticali e/o orizzontali, aventi quali obiettivi quelli di:
 - Sviluppare il valore di filiera (Pie Expansion) attraverso una rivisitazione, con approccio customer based, del proprio ruolo e delle dinamiche relazionali all'interno ed all'esterno della propria filiera di riferimento
 - Ottimizzare l'experience relazionale degli operatori intermedi nel funnel di produzione e value delivery verso il cliente finale
 - Migliorare l'experience del cliente/user finale (cliente consumatore e cliente acquirente) nell'interazione con la marca e con le insegne di Retail
 - Migliorare l'efficienza di filiera (Efficiency by Co-Petition), attraverso la gestione condivisa di processi sensibili alle economie di dimensione
- Principali Industries di riferimento delle iniziative gestite:
 - Fast Moving Consumer Goods (GDO vs Industria di Marca – Conserve Ittiche, Deodoranti ambiente, et alias)
 - Produzione Industriale Laterizi, e Distribuzione Organizzata Materiali per l'Edilizia
 - Produzione Industriale e Distribuzione organizzata ed in forma associata di Montature per Occhiali da Vista, Sole, Lenti Oftalmiche e Lenti a contatto
 - Industria Farmaceutica, Distribuzione Intermedia del Farmaco e Retail Farmaceutico (ricostruzione del sistema di consapevolezza dei pazienti, del processo prescrittivo, identificazione dei Gap di Potenziale, Definizione delle aree di Sviluppo, Identificazione degli attori di filiera da coinvolgere, coinvolgimento ed attivazioni dei piani di sviluppo)
 - Banking (analisi dei processi di attraction, retention e churn prevention, analisi del Customer Journey, identificazione dei MOT, attivazione di piani di customer engagement)
 - Insurance (analisi dei driver della sensibilità dei clienti alla protezione e definizione di piani per la sua attivazione attraverso il coinvolgimento degli stakeholder del sistema)
 - Automotive (Adozione della cultura della Customer Centricity attivando le variabili efficaci su tutte le componenti della filiera nell'ottica di intercettare, monitorare e gestire le aspettative del cliente in ogni fase della relazione con la marca)

1998 – 2005 Senior Consultant (Marketing), Soges Organizzazione e Gestione S.p.A.- Gruppo Soges Torino

1994 – 1998 Senior Consultant (Marketing e Channel Management – Internazionalizzazione delle PMI Europee) Bic Puglia Sprind S.P.A. BA

1991 HENKEL SpA – Divisione FMCG – Milano – Product Management su Brand Vernel – Funzione Consumer Marketing

1990 DOLMA SpA – Divisione Mars Italia SnackFood – Milano - Product Management su Brand MARS – Funzione Consumer Marketing e temporanea applicazione a Funzione Sales – Canale Impulso su clienti diretti.

Accreditamento presso albi



Istruzione e formazione

2019 – oggi: Manager dell’Innovazione del Ministero dello Sviluppo Economico

1991-oggi: Abilitazione alla professione di Dottore Commercialista; Iscritto all’Ordine dei Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili di Lecce

1992 – SDA Bocconi – School of Management Milano – Master di Specializzazione in Economia del Turismo

Giugno 1989 Gruppo Hay Milano – Master CENTROMARCA “Giovani per il Marketing”

Marzo 1989 Laurea in Economia Aziendale - Specializzazione in Economia delle Aziende Commerciali - conseguita presso l’Università Commerciale Luigi Bocconi di Milano
Tesi discussa: “Relazioni tra evoluzione del Sistema Distributivo e Sviluppo dell’Industria Agroalimentare in Italia”.

Lingue

Italiano Madrelingua

Inglese

Comprensione		Parlato		Scritto	
Ascolto	Lettura	Interazione orale	Produzione orale		
C1	C1	C1	C1	C1	C1

**Capacità e competenze tecniche**

Un impegno professionale inizialmente focalizzato sui temi del marketing si è nel tempo focalizzato sul fronte del "Go to Market".

I principali filoni di interesse ed approfondimento:

- a) Marketing Strategico
 - Data driven Segmentation
 - New value proposition
 - Multichannel management
- b) Branding Management
 - Brand Evaluation customer based
 - Brand Migration Projects
 - Brand Extension Projects
 - Trust Building plan
- c) Go to Market
 - Channel management e conflitti nella Multicanalità
 - Omnichannel Strategy
 - Phygital Customer Journey
- d) Convergenze Intersettoriali e sviluppo di relazioni collaborative, customer driven, nell'ambito delle filiere e tra filiere convergenti
 - Analisi della percezione de valore nell'ambito della filiera
 - Identificazione dei gap di valore
 - Mappatura dei sistemi di interazione e di potenziale sviluppo del valore
 - Progettazione ed attivazione di Partnership Plan

L'attività di ricerca, sempre alla base delle iniziative gestite e sviluppate, è talvolta sfociata in articoli nell'ambito di riviste specializzate e di categoria.

Ulteriori informazioni**Principali pubblicazioni scientifiche****Libri e capitoli di libri nazionali**

1. "La costruzione dell'assortimento in una prospettiva esperienziale" in Sandro Castaldo e Chiara Mauri (a cura di), *Store Management* Ed. Franco Angeli, Milano, prima edizione 2005, seconda edizione 2008, terza edizione 2010, quarta edizione 2017.

Articoli in riviste professionali

1. MARKUP – settembre 2016: "La voglia di fare casa parte dall'edutainment – il caso Leroy Merlin"
2. MARKUP – Luglio Agosto 2013: "Nectar fidelizza anche sul web"
3. GDO Week – Giugno 2010: "Il futuro di Industria di Marca e Retailer di occhiali si vede da una prospettiva ... più category"
4. GDO Week – Giugno 2009: "L'evoluzione del format dell'ingrosso a libero servizio (Cash



UNIVERSITÀ

LUM

GIUSEPPE
DEGENNARO

& Carry) in Italia".

5. GDO Week – Marzo 2009: "A ben vedere, l'ottica può crescere se industria e retail sviluppano sinergie"
6. Ricerca Economica e di Mercato per la Realizzazione di Cooperative di Servizi legate alla gestione e Valorizzazione dei Beni Culturali - Parco Progetti una Rete per lo Sviluppo Locale – Programma Operativo Multiregionale 970033/I/1 Regione Puglia – Promozione di Lavoro e di Impresa per nuovi Bacini di Impiego — ATI Comune di Lecce De Lorenzo Formazione Roma e Cooperativa P.A.S.S. Lecce. *Breve descrizione:* Ricerca di Mercato finalizzata a valutare opportunità di impiego e valorizzazione di contenitori di valenza storico artistica, a cura di cooperative di servizi. Rivista/Editore e Anno pubblicazione: Conte Editore – anno 2001.