

Economia e Marketing Agroalimentare

*

Alessio Cavicchi

Dipartimento di Scienze della Formazione, dei
Beni Culturali e del Turismo

Introduzione

Docente

Alessio Cavicchi
Ricercatore

Economia Agraria, Marketing Agroalimentare, Turismo Rurale

a.cavicchi@unimc.it

***Dipartimento di Scienze della Formazione, dei Beni Culturali e
del Turismo***

***PHD - Economia delle risorse alimentare e dell'ambiente
Università di Napoli "Parthenope"***

***MSc - Food Economics and Marketing
Università di Reading***

***Laurea - Economia
Università di Firenze***

Docente



Cavicchi Alessio

Ricercatore

Dipartimento di Scienze della formazione, dei beni culturali e del turismo (AGR/01)

E-mail: a.cavicchi@unimc.it

Skype: alessio.cavicchi

Presentazione

Alessio Cavicchi è Ricercatore di Economia Agraria presso l'Università degli Studi di Macerata. Ha conseguito il titolo di Dottore di ricerca presso l'Università degli Studi di Napoli "Parthenope" in Economia delle risorse alimentari e dell'ambiente. Inoltre, ha conseguito un Master of Science in Food Economics and Marketing presso il "Department of Agricultural and Food Economics - School of Agriculture, Policy and Development" dell'Università di Reading (UK). Precedentemente ha lavorato in Banca (Credito Emiliano) e ha effettuato uno stage presso la Commissione per i Problemi Economici e Monetari del Parlamento Europeo a Bruxelles. E' stato valutatore nell'ambito del VII Programma Quadro di Ricerca Comunitario e consulente per la Commissione Europea per la valutazione delle politiche agricole. La sua attività di ricerca è rivolta prevalentemente all'analisi delle scelte del consumatore nei mercati dei prodotti tipici e di qualità, al turismo sostenibile e all'innovazione nel settore agro-alimentare. I suoi lavori sono stati pubblicati in numerosi libri e riviste internazionali tra cui: Food Quality and Preference, British Food Journal, Journal of Agricultural Economics, Agribusiness: an International Journal, International Journal of Wine Business Research e Food Economics.

Alessio Cavicchi received his PhD in Economics of Food and Environmental Resources from University of Naples "Parthenope". He is researcher in Agricultural Economics at University of Macerata (Italy). Previously he got a Master of Science (MSc) in Food Economics and Marketing from University of Reading (UK). His main fields of interest and research are consumer food choice, economics of food quality and safety, sustainable tourism and innovation in the agro-food sector. Currently he teaches Rural Development Policy and Economics and Marketing of Food Quality in the degree of Management of Sustainable Tourism Systems. He also has recent experience as an expert FP evaluator for the European Commission in food sector and he has been consultant for the evaluation of measures applied under the EU Common Agricultural Policy. His works have been published in several books and journals, including: Food Quality and Preference, British Food Journal, Journal of Agricultural Economics, Agribusiness: an International Journal, International Journal of Wine Business Research and Food Economics.

Bacheca avvisi

Nella "bacheca avvisi dei corsi è stato inserito il calendario didattico 04/10/2013"

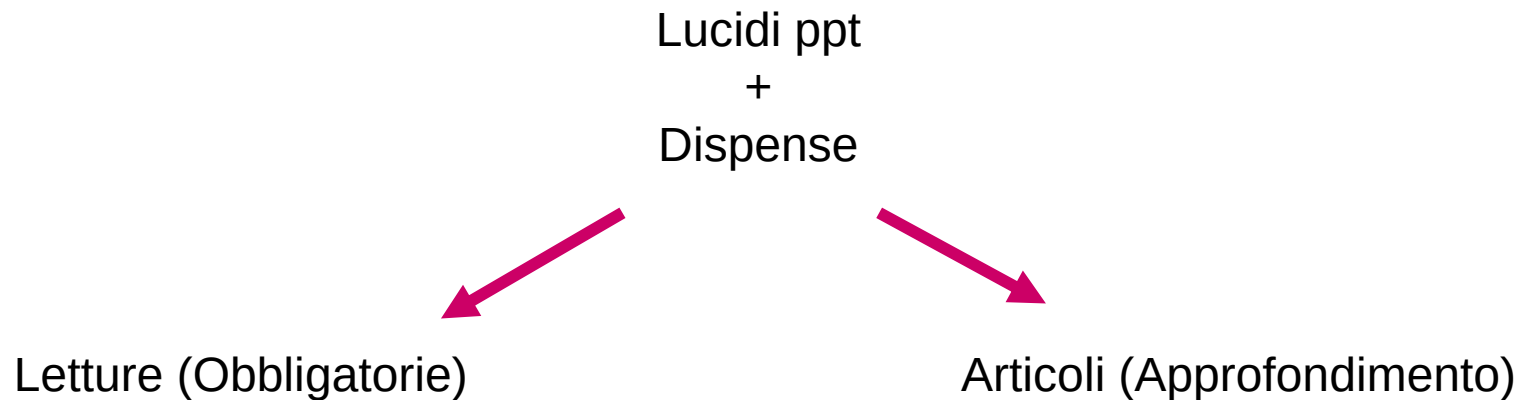
Docente: principali pubblicazioni

SELECTED PUBLICATIONS

- CAVICCHI, A., C. RINALDI and M. Corsi (2013). [Higher Education Institutions as Managers of Wicked Problems: Place Branding and Rural Development in Marche Region, Italy](#). *International Food and Agribusiness Management Review* 16 (A): 51-68.
- LAI, M.B., CAVICCHI, A., RICKERTSEN, K., CASINI, L. and CORSI, A.M. (2013). [Monopoly and wine: the Norwegian case](#). *British Food Journal*, vol.115 (2), p. 314-326.
- ORTH, U.R., STÖCKL, A., VEALE, R., BROUARD, J., CAVICCHI, A., et al. (2012). [Using attribution theory to explain tourists' attachments to place-based brands](#), *Journal of Business Research*, vol. 65 (9), p. 1321-1327.
- STEFANI, G., SCARPA, R. and CAVICCHI, A. (2012). [Exploring consumer's preferences for farmed sea bream](#). *Aquaculture International*, vol. 20 (4), p. 673-691.
- CAVICCHI, A. and SANTINI, C. (2012). [Brunellopoli: wine scandal under the Tuscan sun](#). *Tourism Review International*, Vol.15(3), pp. 253-267.
- TAGLIONI, C., CAVICCHI, A., TORQUATI, B. and SCARPA, R. (2011) [Influence of Brand Equity on Milk Choice: A Choice Experiment Survey](#). *International Journal on Food System Dynamics*, Vol. 2 (3).
- CAVICCHI, A. and ROCCHI, B. (2010). [The new trends of sustainable consumption: farmers' market as a business imperative to re-educate consumers](#), in Stoner, J.A.F. and Wankel, C. (eds), *Sustainability as a Business Imperative*, New York Palgrave Macmillan.
- SANTINI, C., CAVICCHI, A. and CANAVARI, M. (2010) [The Risk™ strategic game of rural tourism: how sensory analysis can help in achieving a sustainable competitive advantage](#), in Sidali, K.L., Spiller, A. and Schulze, B. (eds) *Food, Agriculture & Tourism*, Springer.
- CAVICCHI, A., SANTINI, C. and BECCACECE E. (2010) [Are you ready for the unexpected? The case of Brunello crisis](#), in Faraoni, M., Santini, C. (eds) *Managing the Wine Business: research issues and cases from USA and Italy*, McGrawHill.
- CAVICCHI, A., SIMEONE, M., SANTINI, C. and BAILETTI, L. (2010). [Marketing Research and Sensory Analysis: A Reasoned Review and Agenda of their Contribution to Market Orientation in the Food Industry](#), in Lindgreen, A. Hingley, M., Harness, D and Custance, P (eds) *Market Orientation: Transforming Food and Agribusiness around the Customer*, Gower Publishing Ltd, Aldershot
- CAVICCHI, A. and CORSI, A.M. (2010). [Consumer Values and the Choice of Specialty Foods: The Case of the Oliva Ascolana del Piceno \(Protected Designation of Origin\)](#), in Lindgreen, A. Hingley, M., Harness, D and Custance, P (eds) *Market Orientation: Transforming Food and Agribusiness around the Customer*, Gower Publishing Ltd, Aldershot
- SANTINI, C. and CAVICCHI, A. (2010). [Old World Wineries and Market Orientation: Empirical Evidences from the Italian Wine Industry](#), in Lindgreen, A. Hingley, M., Harness, D and Custance, P (eds) *Market Orientation: Transforming Food and Agribusiness around the Customer*, Gower Publishing Ltd, Aldershot
- STEFANI, G., CAVICCHI, A. ROMANO, D. and LOBB, A.E. (2008). [Determinants of Intention to Purchase Chicken in Italy: The Role of Consumer Risk Perception and Trust In Different Information Sources](#). *Agribusiness: an international journal*, Vol. 24, No. 4, Autumn 2008.
- MAZZOCCHI, M., LOBB, A.E., TRAILL, W.B. and CAVICCHI, A. (2008). [Food scares & trust: a european study](#). *Journal of Agricultural Economics*, Vol. 59 (1): 2-24.
- CASINI, L., CAVICCHI, A. and CORSI, A.M. (2008). [Trends in British Wine Market and Consumer Confusion](#). *British Food Journal*, Vol. 110 (6): 545 - 558
- SANTINI, C., CAVICCHI, A. and ROCCHI, B. (2007). [Italian Wineries and Strategic Options: the Role of Premium Bag in Box](#). *International Journal of Wine Business Research*, Vol. 19 (3): 216-230.

Materiale Didattico

- Sito internet con materiale a disposizione (aggiornato dopo ogni lezione)
<http://docenti.unimc.it/docenti/alessio-cavicchi>



- Rassegna stampa: portare articoli pertinenti per la discussione in classe rispetto agli argomenti della lezione precedente e presentarli a tutti
- Spazio metodologico ad ogni lezione
- Testi obbligatori per non frequentanti:
Il Marketing dei Prodotti Tipici – Nomisma (2009) + Dispense ad-hoc su internet

Ipotesi di lavoro

Frequenza vivamente consigliata!

Non si copiano le diapositive
(riportano lo stesso numero di pagina di quelle scaricabili)
ma si prendono appunti su quello che dice il docente!



Prendere appunti è diverso da “trascrivere”!!!

Si interviene ponendo domande
(e correggendo il docente, se sbaglia)!

Non esistono domande stupide:
solo punti di vista nuovi, originali!

Ipotesi di lavoro

Suggerimento:

Porsi con coscienza critica di fronte allo studio...

Con che **metodo** siamo arrivati a questa conoscenza?

Quali sono i criteri per affrontare le problematiche di questo settore?

Ipotesi di lavoro

Lezioni frontali

Seminari

Visite di studio

Calendario Didattico (provvisorio): lezioni

Lezione in aula 8 ottobre ore 17.00

- Lezione in aula 15 ottobre ore 17.00

- Convegno "I rapporti accademici internazionali come opportunità per la promozione e il sostegno del Made in Italy" 19 ottobre ore 10.00 Aula Magna Università

- Lezione in aula 29 ottobre ore 17.00

- Lezione in aula 30 ottobre ore 11.00

- Lezione in aula 5 novembre ore 17.00

- Visita Abbazia di Fiastra 7 novembre Da definire

- Lezione in aula 12 novembre ore 17.00

- Lezione in aula 13 novembre ore 11.00

- Visita a Matelica 14 novembre Da definire e confermare

- Visita del Centro Storico di Macerata con prof.ssa Baratta 20 novembre Da definire

- Convegno su Crisi Economica e Banchi alimentari 28 novembre ore 15.00 Aula Magna Università

- Lezione in aula 4 dicembre ore 11.00

- Lezione in aula 11 dicembre ore 11.00

Possibili Seminari e Visite di Studio: le esperienze degli anni passati...



Modalità di esame

**24 punti - prova scritta sul contenuto del corso
(pre-appello dicembre!)**

- **programma:** lezioni docente
- **modalità:** multiple choices + 2 domande con risposta aperta

**8 punti - Punti bonus “random” per compiti svolti
in classe o homeworks**

Totale realizzabile: 32

Da 30 in poi = 30 e lode