



Andrea Moretti

Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche  
 Università degli Studi di Udine  
 Via Tomadini 30/A – 33100 Udine IT  
[andrea.moretti@uniud.it](mailto:andrea.moretti@uniud.it)  
 +39 0432 249237  
 skype amoretti66

### Curriculum vitae e studiorum

#### ACADEMIC CAREER

- Tenure as Full Professor in Management Sciences, University of Udine (IT), November 1<sup>st</sup> 2006.
- Tenure as Associate Professor in Management Sciences, University of Udine (IT), November 1<sup>st</sup> 2001.
- Tenure as Research Assistant in Management Sciences, University of Udine (IT), November 1<sup>st</sup> 1999.
- Adjunct Professor from 1995 to 1999, Ca' Foscari University – Venice, (IT)
- 1999 – Ph.D research assistant, UE project Targeted Socio-Economic Research (TSER) of the Fourth Framework Program, European Commission (Contract No. SOE1-CT98-1113), COPI (Corporate Governance, performance pressures and product innovation), under the supervision of the project coordinator, Prof Andrew Tylecote, Sheffield University (UK).

#### EDUCATION

- 1985-1990 – BA+MSc in Business Economics, Ca' Foscari University – Venice (IT). Score 110/110 *cum laude*
- 1990-1994 – Ph.D in Business Economics c/o Department of Business Economics & Management, Ca' Foscari University – Venice, IT
- 1992 Study Fellow, SPRU (Science Policy Research Unit), University of Sussex, Brighton (UK)
- 1996-1998 – Ph.D. research assistant c/o Department of Economics, 3rd University of Rome (IT).
- 1996 Study Fellow - Department of Arts Policy and Management, City University, London (UK)

#### TEACHING TASKS

Lecturer of the following university courses

<i>Theory of the firm</i>	PhD in Managerial & Actuarial Sciences	Till 2001-02	Udine	English
<i>Business Strategy</i>	PhD in Managerial & Actuarial Sciences	Till 2009-10	Udine	English

Marketing relazionale	MSc	From 2003-04 to 2012-13	Udine	Italian
<i>Relationship Marketing</i>	MSc	From 13-14 to 15-16	Udine	English
<i>Relationship Marketing e Social Media</i>	Msc	Till 2016-17 →	Udine	English
<i>Business Strategy &amp; Business Models</i>	Msc	Till 2013-14 →	Udine	English
<i>International Sales &amp; Logistics</i>	Msc	Till 2018	Udine	English
Courses		Years	University	Language
International Management	BA	1995-96 → 99-00	Ca' Foscari	Italian
Tourism Management	BA	1995-96; 96-97	Ca' Foscari	Italian
	BA	2006-07; 15-16 →	Udine	Italian
General management + Operation Management	BA	2001-02 → 2017	Udine	Italian
Marketing	BA	2004-05 → 06-07	Udine	Italian
Tourism Marketing	BA	2007-08	Udine	Italian

## SCIENTIFIC TASKS

2013-2015 INTERREG Italy-Slovenia Project PRATICONs, Head and Scientific coordinator of local unit at the Department of Economics and Statistics, University of Udine.

2011 components of the local research unit of the Italian National Council Research Grant, National, coordinator Prof. Francesca Visintin, Department of Economics and Statistics - University of Udine. Project "The entrepreneurship dimensions" and coordinated on a national basis by Prof. Paolo Gubitta (University of Padua). The study aims at identifying the individual, organisational and systemic determinants of the entrepreneurial activity in emergent sectors.

2008-2011 – National coordinator of the Italian National Council Research Grant Project, Head of the local unit project PRIN 2008

2004-2006 – Scientific Coordinator of the local research unit of the Italian National Council Research Grant Project,

2004-2006 – Scientific Coordinator of the Research Project "Management & cultural institutions: cases and applications (second edition)" - two-year project, Department of Economic Sciences, University of Udine.

2003-2004 – Scientific Coordinator of the Research Project "Management & cultural institutions: cases and applications" - two-year project, Department of Economics, University of Udine.

2003 - Head of the annual research project, funded by the University of Udine with a research grant, "Economic impact of the University of Udine in the Friuli region", rectorial decree n. 32 of 20.01.2003.

2002 – Head of research project funded by the Province of Gorizia, Department of Culture and Tourism, "The evolution of management models and control systems in the museums of the Province of Gorizia".

1997 – Responsible for the research sub-project "Virtual Museums from experiences to models" within the SOCRATE project "Digital Cities", funded by Telecom Italia S.p.A. and coordinated by the Consorzio Venezia Ricerche.

1996 – Research project manager entitled "Transactional Enterprise and middle management. An empirical research on the figure of the foreign trade manager ". Project funded by the University Diploma in Foreign Trade, Ca 'Foscari University of Venice, within the CAMPUS project.

Reviewer for

- *EuroMed Journal*
- *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*
- *Journal of Business Research*
- *Tourism Management*
- *Mercati & Competitività (Franco Angeli Publisher) – Italian Journal of Marketing (Kuwler)*
- *Micro & Macromarketing*
- *Sinergie - Italian Journal of Management*
- *EURAM, EMAC conferences*

Component of the editorial board of *Mercati & Competitività (Franco Angeli Publisher) – Italian Journal of Marketing (Kuwler)*

Component of the editorial board of *Sinergie - Italian Journal of Management*

## ORGANIZATIONAL TASKS

- Delegate of the rector of the university communication, University of Udine, April 2004 – July 2006
- Head of WEB board of University of Udine di Udine, April 2004 – July 2006
- Component of Board of Director of University of Udine October 2001 – December 2003
- Member of the governing body PhD programme in Business sciences, Economics Faculty, University of Udine, 2003 – 2010

- Member of the teaching committee of BA + Msc in *Business Economics*, Department of Economics and Statistics, University of Udine, till 2002
- Member of the teaching committee of Msc in *International Marketing, Management & Organization*, Department of Economics and Statistics, University of Udine, till 2018
- Coordinator of the Master in “Tourist Development of the Territory”, Department of Economics and Statistics, University of Udine, 2007 -2010 2018
- Member of the teaching committee of the Master in “Digital Marketing”, Department of Economics and Statistics, University of Udine, till 2018
- Head of the Department of Economics, University of Udine, November 1<sup>st</sup> 2007 – January 31 2011
- Head of the Department of Economics, University of Udine, February 1<sup>st</sup> 20011 – December 31 2015

## SCIENTIFIC PUBLICATION

### Referred scientific papers

- [24] Raggiotto F, Mason M.C., Moretti A (2018) “Religiosity, materialism, consumer environmental predisposition. Some insights on vegan purchasing intentions in Italy”, in *International Journal of Consumer Studies*, Vol 42, n. 6 pp:613-626
- [23] Shamah R., Mason M.C., Moretti A., Raggiotto F. (2017) “Investigating the antecedents of African fast food customers' loyalty: a self-congruity perspective”, in *Journal of Business Research*, Vol 86, pp:446-456
- [22] Mason M. C., Moretti, A., Raggiotto, F. (2017) “Service Quality, Behavioural Intentions and Lipstick effect. Evidence from a Masstige context”, in *Mercati e competitività*
- [21] Moretti, A., Mason, M.C., Raggiotto, F. (2017) “Exploring visitors' motivation in heritage festivals. A text analysis perspective, in *Sinergie Italian Journal of Management*, V219-238ol 35, N. 103, pp:219-238
- [20] Tuan A., Moretti A. (2017) “Engaging consumers on social media: empirical evidence from the communications analysis of a CSR oriented company”, in *International Journal of Technology and Marketing*, vol 12, n. 2
- [19] Mason M.C., Gos L., Moretti A. (2017) “Motivations, perceived risk and behavioural intentions in hard adventure tourism. A natural park case study”, in *Sinergie Italian Journal of Management*, Vol. 34, n. 100, pp: 181-199
- [18] Mason M.C., Moretti A. (2015) “Antecedents and moderators of golf tourists' behavioral intention”, in *EuroMed Journal of Business*, Vol. 10 n. 3, pp:338-359
- [17] Mason M.C, Gos L., Moretti, A. (2015) “The wine sector in the Digital Era: An empirical evaluation of E-quality opportunities”, in *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 20, n. 3, pp:1-13
- [16] Moretti A., Tuan A. (2015) “The Social Media Manager as a Reputation's gatekeeper: an analysis from the New Institutional Theory perspective”, in *International Journal of Sales Retail and Marketing*, Vol. 4, n. 4, pp: 153-167
- [15] Moretti A., Brandi G., (2014) “I confini evolutivi dei distretti a matrice primaria: il caso del Prosecco”, *Sinergie Italian Journal of Management*, Vol XXXII, n. 95 pagg 161-181 [ISSN 0393-5108 – DOI 10.7433/ s93.2014.08]
- [14] Moretti A., Tuan A. (2014) “Social media marketing and relationship marketing: revolution or evolution? A first step analysis”, *Sinergie, rivista di studi e ricerche*, Vol. XXXII, n. 93 pagg. 115-137 [ISSN 0393-5108 – DOI 10.7433/ s93.2014.08]
- [13] Moretti A. (2009) “Utilità e utilizzo dei meccanismi di misurazione delle performance”, in *Economia della Cultura*, Vol. 19, n. 4, pp: 513-526
- [12] Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2007), “Sacralizzare il profano. Pubblicità e comunicazione nelle organizzazioni artistico culturali”, in *Contatti-Rivista di relazioni pubbliche e comunicazione*, vol. 2, special issue: “Pubblici intrecci attese”. [ISSN: 1826-6002].
- [11] Grandinetti R., Moretti A. (2004), “Per una teoria manageriale del valore dell'arte e della cultura nei contesti territoriali”, *Finanza Marketing e Produzione*, Vol. 22, pp:69-97
- [10] Falcone P. e Fratocchi L., Moretti A. (2003), “Internet nell'industria dei viaggi e del turismo in Abruzzo”, *Sistemi & Impresa*, Volume 4, pp:45-52

- [9] Falcone P. e Fracocchi L., Moretti A. (2003), "Internet nell'industria dei viaggi e del turismo in Abruzzo. Descrizione di una ricerca sul campo", *Sistemi & Impresa*, Volume 5, pp:37-54
- [8] Minghetti V. e Micelli S., Moretti A. (2001) "Re-engineering the museum's role in the tourism value chain: Towards an IT business model", *Information Technology and Tourism*
- [7] Micelli S. e Legrenzi P., Moretti A. (1998) "Musei virtuali, internet e domanda di beni culturali", *Sistemi Intelligenti*, n. 2
- [6] Moretti A. (1997) "Le Mostre Evento ed i Musei. Prodotto, relazioni e modelli interpretativi", *Economia della Cultura* n. 2
- [5] Moretti A. (1996) "La certificazione nel processo di scelta dei servizi", *Sinergie*, rivista di studi e ricerche n. 40 - maggio-agosto
- [4] Moretti A. (1995) "Processi cognitivi e qualità del prodotto alberghiero", *Economia e Diritto del Terziario*, n. 3, vol. 7, fasc. 3, p. 1019-1058
- [3] Moretti A. (1995) "I meccanismi cognitivi di integrazione organizzativa", *Sviluppo e Organizzazione*, n. 147 gennaio-febbraio, fasc. 147, p. 25-41
- [2] Moretti A. (1995) "Cognitive Mechanism and Process of Integration: A Case Study and some Aspects of Theory", *Economia Aziendale Review* vol. 14, fasc. 3, p. 287-313
- [1] Moretti A. (1994) "Decisione Manageriale e Mappe Cognitive: Strumenti e Applicazioni". *Sinergie rivista di studi e ricerche*, vol. 12, n. 10, fasc. 34, p. 57-92

### Editorial curatorship

- [3] Marangon F., Gon M., Massaro M., Moretti A (2018) *Processi partecipativi nella progettazione turistica. Il caso del forum per il turismo in Friuli Venezia Giulia*, Forum Editrice, Udine, ISBN 9788832830781
- [2] Baccarani C., Moretti A., Golinelli G.M. (2016) *Management in a Digital World: Decisions, Production, Communication*, Conference Proceedings of the SINERGIE-SIMA Italian Management Academy Association, Udine, June, ISBN 9788890739460
- [1] Marangon F., Moretti A. Zaccomer G.P. (2008) (a cura) *Economia e Management del vino. Misurazione, sviluppo e gestione di un patrimonio del Friuli Venezia Giulia*, Giappichelli, Torino, ISBN 9788834876916

### Books

- [8] Mason M.C., Moretti A. (2018) *Tattoo Management. Mercati, attori, valore*, Editoriale Scientifica Editrice, Napoli
- [7] Grandinetti R., Moretti A. (2004) (Eds.), *Evoluzione manageriale delle organizzazioni artistico- culturali. La creazione del valore tra conoscenze globali e locali*, Franco Angeli, Milano, ISBN 88- 464-6160-6
- [6] Garzia C., Moretti A (2004), *Massimo Colombari e la Permansteelisa 1974-2001*, ISEDI Torino, ISBN 88-8008-307-4
- [5] Fracocchi L., Moretti A. (2001), *Gestire l'impresa, esercitazioni e casi*, Mc Graw-Hill, Milano, ISBN 88-386-0833-0
- [4] Fracocchi L., Moretti A. (2001) *Strategia e marketing d'impresa, esercitazioni e casi*, Mc Graw-Hill, Milano, ISBN 88-386-6012-3
- [3] Moretti A. (2001) *Strategia e marketing delle organizzazioni culturali. Casi ed esercitazioni*, Franco Angeli, Milano, ISBN 88-464-3190-1
- [2] Moretti A. (1999) *La produzione museale*, Giappichelli, Torino, ISBN: 88-348-9224-0
- [1] Moretti A. (1994) *Un'analisi del processo decisionale strategico nella collaborazione tra imprese. Rappresentazione e Mappe Cognitive*. Ph.D Thesis, mimeo.

### Book chapters

- [18] Ciani S., Mason M.C., Moretti A (2019) *Geographical Indications and Tourism Destinations*, in Saurabh Kumar Dixit (Ed.) *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*, Routledge London, ISBN 9781138551558
- [17] Marangon F., Gon M., Massaro M., Moretti A. (2018) "Forum del Turismo in Friuli Venezia Giulia", in Marangon F., Gon M., Massaro M., Moretti A (Eds.) *Processi partecipativi nella progettazione*

*turistica. Il caso del forum per il turismo in Friuli Venezia Giulia*, Forum Editrice, Udine, pp:33-41, ISBN 978-88-3283-078-1

- [16] Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2014) “Tradurre in pratica una riforma del finanziamento regionale alla cultura: accountability, processi di cambiamento istituzionale e politica culturale”, in *Management, arti e culture - Resoconto del I anno del GSA/AIDEA*, Editoriale Scientifica, Collana puntOorg, pp. 37-49 [ISBN: 978-88-6342-675-5].
- [15] Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2009), “Le dimensioni esperienziali e cognitive degli eventi culturali”, in Paiola R., Grandinetti R. (a cura di) *Citta' in festival. Nuove esperienze di marketing territoriale*, pp. 77 - 104 - ed. Franco Angeli (ITALIA), Milano
- [13] Crisci F., Moretti A. (2009), “Il consumo di esperienze artistiche nella produzione culturale”, in Brunetti G., Rispoli M. (a cura di) *Economia e management delle aziende di produzione culturale*, pp. 225 - 259 - ed. Il Mulino (ITALIA), Bologna
- [12] Moretti A. (2007) “Consumer Behavior nei prodotti artistici: una prospettiva per il management delle organizzazioni artistico-culturali”, AA.VV. *Scritti in onore di Giorgio Eminente*, pp. 585 - 610 - ed. FrancoAngeli (ITALIA), Milano
- [11] Chiarvesio M., Moretti A., Tabacco R. (2007) “Conoscenza, innovazione e piccole imprese innovative: il ruolo delle interfacce cognitive”, in Volpato B. (a cura di) *Il knowledge management come strumento di vantaggio competitivo. Un confronto intersettoriale*, pp. 193 - 216 - ed. Carocci (ITALIA), Roma
- [10] Bonel E., Moretti A. (2004) “Il coordinamento interorganizzativo nella valorizzazione dei beni culturali: specificità settoriali e opzioni di progettazione”, in Sibilio Parri B. (a cura di) *Creare e valorizzare i distretti museali*, Franco Angeli, Milano, pp:131-151, ISBN 88-464-5936-9
- [9] Moretti A. (2004) “Una specificità dei prodotti culturali?”, in C. Goldoni, M. Rispoli (a cura di) *Eстетica ed economia dei beni culturali*, Editrice Der Brenner-Il Brennero, Bolzano (in corso di stampa)
- [8] Crisci F., Moretti A. (2003) "La devoluzione nelle politiche culturali Italiane. Alcuni elementi di analisi per gli operatori dell'industria museale e delle performing arts", in A. Massarutto e R. Grandinetti (a cura di) *Servizi pubblici e politiche territoriali*, Franco Angeli, Milano, ISBN 88-464- 4417-5
- [7] Moretti A. (2003) “Apprendimento, tecnologie virtuali e strategie delle organizzazioni museali”, in Pilotti L. (a cura di) *Conoscere l'arte per conoscere*, CEDAM, Padova, ISBN 88-13-24581-5
- [6] Moretti A. (2001) “L'organizzazione della qualità nei musei: logiche, modelli e applicazioni”, in Mossetto G., Valentino P.A. (a cura) *Museo contro Museo*, Giunti, Firenze, ISBN 88-09-02463-X
- [5] Moretti A. (2001) “Destination management e riutilizzo del patrimonio artistico culturale edificato”, Mossetto G., Vecco M. (a cura di) *Economia del patrimonio monumentale*, Franco Angeli, Milano, ISBN 88-464-3063-8
- [4] Moretti A. (2001) “La comunicazione integrata dell'università”, in M. Strassoldo (a cura di) *L'azienda università. Le sfide del cambiamento*, ISEDI, Torino, ISBN 8008-091-1
- [3] Minghetti V. e Micelli S., Moretti A. (2000) “Intelligent museum as value creator on the tourism market: Towards a new business model”, Daniel R. Fesenmaier, Stefan Klein, Dimitrios Buhalis (eds) *Information and Communication Technologies in Tourism*, Springer, Wien New York, ISBN 32-1183-483-4
- [2] Moretti A. (1999) “Un'organizzazione museale multiunit: i Musei Civici di Venezia”, in L. Zan (a cura di) *Conservazione e innovazione nei musei italiani. Management e processi di cambiamento*, Etas Libri, Milano, ISBN 8845-309-64-9
- [1] Moretti A. (1997) “Le Mappe Cognitive“, in Costa G., Nacamulli R.D. (a cura di) *Manuale di Organizzazione Aziendale*, UTET, Torino ISBN 88-7750-346-7

#### **Publications following participation in national and international conferences (blind reviewers)**

- [34] Mason M.C., Moretti A., Raggiotto F. Paggiaro A. (2018) “Conceptualizing Triathlon Sport Event Travellers' Behaviour”, in TOURMAN 2018 Conference, Rodos, October, ISBN 9789602871591
- [33] Mason M.C., Moretti A., Scarpi D., Raggiotto F. (2018) Advertising in extreme vs traditional sports. Is there a difference? In Claudio Baccarani, Marco Frey, Gaetano M. Golinelli, Alberto Pastore,

Tiziano Vescovi (eds) Transformative business strategies and new patterns for value creation. *Sinergie-Sima 2018 conference extended abstracts. June 14-15 p. 208, ISBN 9788894393729*

- [32] Raggiotto F., Moretti A., Mason M.C., Scarpì D. (2018) "Investigating Active Sport Tourist's Revisit Intentions in Extreme Sporting Events, in Conference Proceedings of XV° SIM Conference (Italian Marketing Association) 2018, Bari
- [31] Mason M.C., Moretti A., Raggiotto F. (2016) Religious Tourism in Marketing Research: a Systematic Literature Review, in *Book of Abstracts Consumer Behavior in Tourism Symposium 2016 Experiences, Emotions and Memories: New Directions in Tourism Research*, S. Volo & O. Maurer (Eds) Competence Centre in Tourism Management and Tourism Economics (TOMTE) School of Economics and Management, Free University of Bozen, Bruneck, Italy. ISBN: 9788890770548
- [30] Moretti, A., Mason, M.C., Raggiotto, F. (2016). Between Sacred and Profane. A Systematic Literature Review on Religious Tourism in Marketing Research. In: Atti del XIII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Cassino, Ottobre 2016.
- [29] Mason, M.C., Moretti, A., Raggiotto, F. (2016). Living Forever Inked? Tattoo Consumption and Materialism. Evidence from Italian Tattoo Conventions. In Conference Proceedings of XIII° SIM Conference (Italian Marketing Association), Cassino, October.
- [28] Raggiotto, F., Mason, M.C., Moretti, A. (2016). Tattoo exhibitions: materialism and push/pull motivations. Evidence from an Italian context, Atti del Arts, Cultural and Creative Industries Symposium, International Marketing Trends Conference, Torino, Settembre 2016.
- [27] Raggiotto, F., Mason, M.C., Moretti, A., Ciani, S. (2016). The Triathlon sport consumer. A segmentation proposal In: Conference Proceedings of XIII° SIM Conference (Italian Marketing Association), Cassino, October.
- [26] Raggiotto, F., Moretti, A., Mason, M.C. (2016). A text-analysis approach of push and pull motivations in heritage festivals. Evidence from three Italian cases, in: Atti del 14th SGBED Conference, Montclair, Giugno 2016.
- [25] Moretti, A., Mason, M.C., Raggiotto, F. (2016). Social Network Analysis in Cultural Tourism Organizations. Methodological and Managerial issues of text analysis approach of Heritage Festivals, in: Conference Proceedings of XXVIII° Sinergie Annual Conference, Udine, June 2016.
- [24] Mason, M.C., Moretti, A., Raggiotto, F. (2016). Assessing the impact of the lipstick effect on the Service Quality-Behavioral Intentions link. Evidence from a Masstige context, in: Conference Proceedings of 13th International CIRCLE Conference, Napoli, April 2016.
- [23] Mason, M.C., Moretti, A., Raggiotto, F. (2016). Explaining the relationship between atmospheric cues and behavior in a Masstige context. The role of income, in: Atti del 6th ICOAC International conference on Economics, Management, and Engineering Sciences, Brussels, January 2016
- [22] Tuan A., Moretti A. (2015) Sensemaking and Sensegiving in CSR Communication and Social Media: a case study,
- [21] Tuan, A., Moretti, A. (2015) Social Media and CSR Communication: an empirical analysis of organizational and managerial issues, atti di convegno , *8th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business*, Verona
- [20] Moretti A., Tuan A. (2014). The Social Media Manager as a Reputation's Gatekeeper: an Analysis from the New Institutional Theory Perspective. In: Proceedings of the 13th International Conference of the Society for Global Business and Economic Development Managing the "Intangibles": Business and Entrepreneurship Perspectives in a Global Context. Ancona, 16-18 July 2014, p. 1267-1281, ISBN/ISSN: 978-88-907795-7-2
- [19] Moretti A., Tuan A. (2014). Social Media in the CSR Communication: a theoretical framework. In: CMC 2014 19th International Conference on Corporate and Marketing Communication . Milano, April 3-4 2014
- [18] Moretti A., Tuan A. (2013). Social Media as a laboratory of value creation in the CSR Field. In: Atti del X Convegno Società Italiana Marketing. Milano, October 3-4 2013
- [17] Moretti A., Tuan A. (2013), "Social Media Marketing and Relationship Marketing: revolution of evolution? A first step analysis". In: Sinergie Electronic Conference PROceedings. VERONA:CUEIM, ANCONA, ottobre 2013 ISBN/ISSN: 978-88-907394-3-9, doi: 10.7433/SRECP.2013.16
- [16] Crisci F., Collodi D., Moretti A. (2011), "Teatro Contatto" e processi di brand meaning: come le pratiche sociali di una brand community creano valore. In: J-C. Andreani, U. Collesei. X Congresso Internazionale Italia-Francia: 'Marketing Trends'. ISBN: 9782953281125, Parigi

- [15] Bonel E; Collodi D; Crisci F; Moretti A (2010) Le strutture costitutive e l'evoluzione delle relazioni nella brand community dei lettori di Tiziano Terzani, Conference Proceedings of VII° SIM Conference (Italian Marketing Association).
- [14] Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2009) "Le esperienze di consumo alla prova dell'autenticità, tra fictionale e teatrale", VIII Congresso Internazionale Italia-Francia: 'Marketing Trends', U. Collesei, J.C. Andreani (eds.), Paris, January 16-17. [ISBN: 88-902459-1-3 / 978-88-902459-1-6].
- [13] Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2008) "Il consumer behavior dei prodotti artistico-culturali: analisi dell'esperienza d'ascolto di musica classica", VII Congresso Internazionale Italia-Francia: 'Marketing Trends', U. Collesei, J.C. Andreani (eds.), Venezia, 25-26 gennaio 2008. [ISBN: 88-902459-1-3 / 978-88-902459-1-6].
- [12] Bortoluzzi G., Moretti A., Tabacco R. (2008) Percorsi di marketing in una media impresa in transizione: un caso aziendale tra orientamento al mercato e innovazione continua, Conference Proceedings of V° SIM Conference (Italian Marketing Association).
- [11] Collodi D. e Crisci F., Moretti A. (2007), "Du côté de chez Vilar. Le Théâtre populaire au Festival d'Avignon: une stratégie pour l'intégration de la filière du spectacle vivant", 9th AIMAC, Valencia, Spain, July 8-11. [Atti regolarmente pubblicati in formato digitale a cura dell'editor: International Conference on Arts and Cultural Management, Montreal, Canada]
- [10] Crisci F., Moretti A. (2007) "La poetica di un festival, dalla parte del pubblico. 'Paso Doble' al Festival di Avignone", Atti del VI Congresso Internazionale Italia-Francia: 'Marketing Trends', U. Collesei, J.C. Andreani (eds.), Paris, January 26-27. [ISBN: 88-902459-1-3 / 978-88-902459-1-6].
- [9] Bonel E., Moretti A. (2003) "Il coordinamento interorganizzativo nella valorizzazione dei beni culturali", *Working Paper Management and Organisational Science* n. 5-2003 Dipartimento Scienze Economiche, Università degli Studi di Udine, paper selezionato ed accettato per la pubblicazione alla *Conferenza AIDEA L'Azienda Museo*, Firenze 6-7 novembre
- [8] Collodi D., Moretti (2003) "Survey on the International Music Competitions in Italy: Managerial and Organizational aspects", paper selezionato ed accettato per la pubblicazione *AIMAC (Management Arts & Culture International Association) Conference*, Milano
- [7] Crisci F., Moretti A. (2002) "The Value Constellation model in theatre production: The case of Centro Servizi e Spettacoli" (CSS), paper selezionato ed accettato per la pubblicazione, *12th Biannual Conference of The Association For Cultural Economics International*, 12-15 giugno Rotterdam (NL)
- [6] Crisci F., Moretti A. (2001) "Trasformazione istituzionale e governance nelle organizzazioni teatrali. Il caso del Teatro Nuovo Giovanni da Udine", paper selezionato *ISSAN International Conference Aziende Non Profit: il governo dello sviluppo e il finanziamento dell'innovazione*, Trento June 08-09.
- [5] Moretti A. (1998) "I Musei Civici di Venezia", in Atti del XXI° *Convegno Accademia Italiana di Economia Aziendale*, Siena 30-31 ottobre, Clueb, Bologna
- [4] Moretti A. Tamma M., (1997) "Managing Quality in Tourism: reviewing and integrating existing approaches towards a Basic Framework", paper selezionato ed accettato per la pubblicazione alla *International Conference Ciset-WTO "Competing through Quality"*, Venezia, December, in *Quaderni Ciset* n. 18.1/98
- [3] Moretti A. (1998) "La costellazione del valore nella produzione museale" paper selezionato ed accettato per la pubblicazione al *IV° Workshop Annuale AIDEA Giovani*, Treviso December 13<sup>th</sup>
- [2] Moretti A. (1996) "Quando la cognizione conta: Management Studies e Scienze Cognitive", paper selezionato ed accettato per la pubblicazione al *Workshop AIDEA Giovani "Le metodologie della ricerca nelle discipline economico-aziendali, fra tradizione e tendenze nuove"*, Palermo, May 17-18
- [1] Eminente G., Moretti A. (1996) "When trust matters: Relationship Marketing & Cognition in the Italian Hospitality Industry" paper selezionato ed accettato per la pubblicazione del *3rd International Workshop IFSAM - Parigi*, July 8-11

#### Other publications

- [20] Raggiotto, F., Ciani, S., Mason, M.C., Moretti, A. (2016). Il consumatore sportivo nel triathlon. Una proposta di segmentazione, Working paper of Department of Economics & Statistics, University of

Udine, 2/2016.

- [19] Raggiotto, F., Moretti, A., Mason, M.C. (2015). The illusion of luxury. An investigation of the role of atmosphere in a Masstige (democratic luxury) context, Working paper of Department of Economics & Statistics, University of Udine, 5/2015.
- [18] Bonel E., Moretti A., Rispoli M., Tamma M. (2004), "Il prodotto culturale in prospettiva manageriale. Alla ricerca delle caratteristiche del management dei prodotti culturali", *Working Paper*, Department of Business Economics & Management, Ca' Foscari University - Venice n. 4/5- 2004
- [17] Falcone P., Moretti A. (2004) "Management del prodotto festival: alcuni elementi interpretativi", *Working Paper Management and Organisational Science* n. 1-2004 Dipartimento Scienze Economiche, Università degli Studi di Udine
- [16] Crisci F., Moretti A. (2003), "L'impatto economico dell'Università sul territorio: una proposta di ricerca," *Working Paper serie Management and Organisational Science* n. 8-2003 Working paper of Department of Economics & Statistics, University of Udine,
- [15] Grandinetti R., Moretti A. (2003), "Ipotesi per lo sviluppo di una teoria manageriale del valore dell'arte e della cultura nei contesti territoriali", *Working Paper serie Management and Organisational Science* n. 7-2003 of Department of Economics & Statistics, University of Udine,
- [14] Collodi D. e Crisci F., Moretti A. (2003), "Gestire la conoscenza di una rete museale. I Musei della/nella provincia di Gorizia", *Working Paper serie Management and Organisational Science* n. 6-2003 Dipartimento Scienze Economiche, Università degli Studi di Udine
- [13] Falcone P., Fratocchi L., Moretti A. (2003), "La diffusione di internet presso gli operatori dell'industria dei viaggi e del turismo abruzzese: identificazione, analisi, prospettive", *Working Paper serie Management and Organisational Science* n. 1-2003, Department of Economics & Statistics, University of Udine,
- [12] Moretti A. (2002), con Collodi D., "Indagine sui concorsi internazionali di musica in Italia", *Working Paper serie Management and Organisational Science* n. 4-2002, Dipartimento Scienze Economiche, Università degli Studi di Udine
- [10] Moretti A. (2002), "L'impatto economico dell'Università di Udine in Friuli: primi risultati", *Working Paper serie Management and Organisational Science* n. 3-2002, Department of Economics & Statistics, University of Udine,
- [9] (2002), "L'impatto economico dell'Università di Udine in Friuli", Relazione svolta in occasione del 30° di fondazione del Comitato per l'Università Friulana, 06 dicembre 2002, Udine
- [8] Moretti A. (2002), "Questo matrimonio (...) sa' da fare!" Organizzazioni turistiche ed organizzazioni culturali alla ricerca di un rapporto strategico", in *Risposte Turismo*, vol. 2
- [7] Moretti A. (2001), con Crisci F., "Management delle organizzazioni teatrali: Il caso Teatro Nuovo Giovanni da Udine", *Working paper serie Management and Organisational Science* n. 1-2001, Department of Economics & Statistics, University of Udine,
- [6] Moretti A. (2000), "La comunicazione integrata dell'università: un contributo alla discussione", *Working paper serie Management and Organisational Science* n. 2-2000, Department of Economics & Statistics, University of Udine,
- [5] Moretti A. (1998), "Produzione museale e creazione valore", in AA.VV. "Promuovere il Museo", atti della Seconda Conferenza Regionale dei Musei del Veneto, Vicenza 15-16 settembre 1998.
- [4] Micelli S., Moretti A. (1997), "Il Museo Virtuale: dalle esperienze ai modelli", Rapporto di Ricerca del Consorzio Venezia Ricerche
- [3] Moretti A. (1997) "Impresa Transazionale e middle management. Una ricerca empirica sulla figura del responsabile commercio estero", Rapporto di ricerca del Diploma di Commercio Estero dell'Università Ca' Foscari di Venezia
- [2] Moretti A. (1997) "Musei e Mostre. Evoluzione manageriale di un modello di produzione della cultura" *Working paper* n. 2/97 Dipartimento di Economia e Direzione Aziendale, Università Ca' Foscari di Venezia
- [1] Moretti A. (1993) "Decisione Manageriale e Mappe Cognitive", Working paper n. 4/93 *Working Paper*, Department of Business Economics & Management, Ca' Foscari University – Venice