



CURRICULUM DELL'ATTIVITÀ SCIENTIFICA E DIDATTICA DEL PROF. TOMMASO PUCCI

aggiornato al 19/01/2023

Indirizzo Accademico: Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici (Università di Siena).

Piazza San Francesco 7/8, 53100 Siena

ORCID: 0000-0002-4404-9653

1. Informazioni Anagrafiche e Titoli

1.1 Presentazione

Nel 2004 si è laureato con lode presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Firenze. Nel 2013 ha conseguito il dottorato in Economia e Gestione delle Imprese e dei Sistemi Locali presso la stessa Facoltà. Ha svolto attività di ricerca e docenza (anni 2009-2019) presso il Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici dell'Università di Siena in qualità di assegnista di ricerca, professore a contratto e ricercatore a tempo determinato. Dal 2019 è Professore Associato presso il Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici dell'Università di Siena.

1.2 Informazioni anagrafiche

- Nazionalità: italiana;
- Luogo di nascita: Firenze
- Data di nascita: 13 maggio 1976

1.3 Attuale posizione accademica

Dal 01/11/2019 Professore Associato in Economia e Gestione delle Imprese (settore scientifico disciplinare SECS-P/08; settore concorsuale 13/B2).

1.4 Titoli

03.10.2022 Abilitazione Scientifica Nazionale alle funzioni di professore universitario di I^a fascia (Ordinario - settore scientifico disciplinare SECS-P/08; settore concorsuale 13/B2).

Dal 01/11/2016 al 31/10/2019 Ricercatore senior (Rtd tipo b) in Economia e Gestione delle Imprese (settore scientifico disciplinare SECS-P/08; settore concorsuale 13/B2).

26.07.2017 Abilitazione Scientifica Nazionale alle funzioni di professore universitario di II^a fascia (Associato - settore scientifico disciplinare SECS-P/08; settore concorsuale 13/B2).

11.01.2013 Ph.D. in Economia e Gestione delle Imprese e Sistemi Locali – XXV^o ciclo (Università di Firenze).

- Tesi di Dottorato: *Capacità interne, Sistemi di relazioni Università-Industria e Performance. Un'analisi di un Cluster Life Sciences*. Tutor: Prof. Lorenzo Zanni.

06.05.2008 Dottore Commercialista e Revisore contabile

10.02.2004 Laurea in Economia – Università di Firenze (Votazione: 110 e lode su 110):

- Tesi di Laurea in Strategie d'impresa: *Il governo delle traiettorie caotiche nello sviluppo d'impresa*. Relatore: Prof. Cristiano Ciappei.

1995 Diploma di Liceo Scientifico (Votazione: 53/60);

2. Produzione Scientifica

2.1 Principali aree di ricerca

I suoi interessi di ricerca si collocano all'interno di: l'economia e gestione delle imprese, la gestione dell'innovazione, lo studio di parchi scientifici, distretti industriali e incubatori per la nascita di nuove imprese, il management e marketing dei prodotti "Made in Italy". I filoni di ricerca sono in particolare tre:

- 1) I modelli di business delle imprese e le strategie nello sviluppo aziendale: all'interno di questo filone di studi si è studiato in particolare il design e la dinamica evolutiva del modello di business dell'impresa e le relative implicazioni di performance economica ed innovativa oltre agli effetti in termini di sostenibilità.
- 2) Il marketing e management dei prodotti "Made in Italy": si è studiato in particolare: a) l'effetto del "Paese d'Origine" ed il ruolo dei social media nei comportamenti di consumo e b) le strategie di branding delle imprese.
- 3) L'economia e gestione dell'innovazione: all'interno di questo filone di studi si è focalizzato in particolare su: a) le capacità che i diversi fattori di contesto presenti in cluster tecnologici possono avere sulle performance innovative delle imprese; b) le dinamiche relazionali tra Università e Imprese nei principali canali di trasferimento tecnologico (spin-off, brevetti, produttività scientifica, convenzioni conto-terzi); c) come le nuove tecnologie (es. Industria 4.0) stanno cambiando i processi organizzativi e innovativi delle imprese

Le indagini empiriche svolte nei diversi filoni di ricerca hanno riguardato in particolare i settori: moda, agri-food, cosmetico, life sciences, alta tecnologia, beni culturali. È esperto di metodologie quantitative, in particolare metodi statistici e analisi network.

2.2 Articoli su rivista

- [1] Sogari G., Pucci T., Caputo V., Van Loo E. (2023). The theory of planned behaviour and healthy diet: Examining the mediating effect of traditional food. *Food Quality and Preference*, DOI: 10.1016/j.foodqual.2022.104709, Vol. 104, pp. 1-11.
- [2] Fiorini, N., Pucci, T., Casprini, E., Zanni, L. (2022). Industrial Districts and the challenge of technologies 4.0: between absorption and dissemination. *European Planning Studies*, forthcoming, DOI: 10.1080/09654313.2022.2161299
- [3] Annunziata E., Pucci T., Cammeo J., Zanni L., Frey M. (2022). The mediating role of exogenous shocks in green purchase intention: evidence from Italian fashion industry in the COVID-19 era. *Italian Journal of Marketing*, accepted, forthcoming.
- [4] Fiorini N., Masselli F., Cammeo J., Pucci T. (2022). Female Successor's Resilience in Family Firms: An Introductory Analysis Based on an Italian Case Study. *Piccola Impresa Small Business*, Vol. 2, DOI: 10.14596/pisb.2909.
- [5] Casprini E., Pucci T., Zanni L. (2022). From growth goals to proactive organizational resilience: first evidence in women-led and non-women-led Italian wineries. *Review of Managerial Science*, forthcoming, DOI: <https://doi.org/10.1007/s11846-022-00557-1>.
- [6] Pucci T., Casprini E., Sogari G., and Zanni L. (2022). Exploring the Attitude Towards the Adoption of a Sustainable Diet: a cross-country comparison. *British Food Journal* (DOI: 10.1108/BFJ-04-2021-0426). Vol. 124, No. 13, pp. 290-304.
- [7] Nosi C., Pucci T., Melanthiou Y., Zanni L. (2022). The influence of online and offline brand trust on consumer buying intention. *Euromed Journal of Business*, DOI: 10.1108/EMJB-01-2021-0002. Vol. 17, No. 4, pp. 550-567
- [8] Casprini E., Pucci T., Vitale G., Zanni L. (2020). From individual consumption to venture development: the role of domain passion in the videogame industry. *Journal of the Knowledge Economy*, Vol. 11, No. 4, pp. 1470-1488, DOI: 10.1007/s13132-019-00611-6.
- [9] Pucci T., Casprini E., Galati A., Zanni L. (2020). The virtuous cycle of stakeholder engagement in developing a sustainability culture: Salcheto winery. *Journal of Business Research*, Vol. 119, pp. 364-376 (doi: 10.1016/j.jbusres.2018.11.009)
- [10] Casprini E., Dabic M., Kotlar J., Pucci T. (2020). A bibliometric analysis of family firm internationalization research: Current themes, theoretical roots, and ways forward. *International Business Review*, Vol. 29, No. 5, 101715, pp. 1-18, DOI: 10.1016/j.ibusrev.2020.101715.
- [11] Faraoni M., Devigili M., Pucci T., Casprini E., Zanni L. (2020). Branding your identity online! The importance of the family dimension for Italian family wine businesses' foreign turnover. *Sinergie Italian Journal of Management*, Vol. 38, No. 2, pp. 151-164 (DOI: 10.7433/s112.2020.08).

- [12] Pucci T., Brumana M., Minola T., Zanni L. (2020). Social Capital and Innovation in a Life Science Cluster: The Role of Proximity and Family Involvement. *The Journal of Technology Transfer*. Vol. 45, No. 1, pp. 205-227, doi: 10.1007/s10961-017-9591-y.
- [13] Casprini E., Melanthiou Y., Pucci T., Zanni L. (2020). Managing founder-based brand identity during succession: the Argenterie Giovanni Raspini case. *Journal of Brand Management*, Vol., 27, No. 1, pp. 1-14, DOI: 10.1057/s41262-019-00161-x
- [14] Pucci T., Casprini E., Nosi C., Zanni L. (2019). Does social media usage affect online purchasing intention for wine? The moderating role of subjective and objective knowledge. *British Food Journal*, Vol. 121, No. 2, pp. 275-288, (doi: 10.1108/BFJ-06-2018-0400).
- [15] Fiorini N., Devigili M., Pucci T., Zanni L. (2019). Managing resources and innovation inside the industry (Industrial) 4.0 Revolution: The role of Supply Chain. *Sinergie Italian Journal of Management*. Vol. 37, No. 2, pp. 35-56 (DOI: 10.7433/s109.2019.03).
- [16] Zanni L., Pucci T. (2019). Editoriale: Marketing in the Wine Business. Present Challenges and Future Developments. *Micro & Macro Marketing*, XXVIII, 1, pp. 13-20.
- [17] Pucci T., Casprini E., Mattiacci A., Zanni L. (2019). Does being “greener” pay? Bridging the gap between “green” technology orientation and firms’ growth. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, Vol. 15, No. 3, pp. 279-302 doi: 10.1504/WREMSD.2017.10007012.
- [18] Devigili M., Pucci T., Zanni L. (2018). From firm’s brand identity to cluster’s brand identity. A web-based analysis on Tuscan wineries. *International Journal of Wine Business Research*, Vol. 30, No. 4, pp. 374-393 doi: 10.1108/IJWBR-09-2017-0057.
- [19] Sogari G., Pucci T., Acquilani B., Zanni L. (2018). Il ruolo dei social media nel rapporto tra Millennials e sostenibilità ambientale del settore vitivinicolo. *AgriregioniEuropa*, Vol. 14, No. 53, pp. 57-60.
- [20] Pucci T., Zanni L., Runfola A., Guercini S. (2018). The role of the actors in interactions between “innovation ecosystems”: drivers and implications. *IMP Journal (Merged with Journal of Business & Industrial Marketing)*, Vol. 12, No. 2, pp. 333-345, doi: 10.1108/IMP-05-2017-0022.
- [21] Annunziata E., Pucci T., Frey M. Zanni L. (2018). The role of organizational capabilities in attaining corporate sustainability practices and economic performance: evidence from Italian wine industry. *Journal of Cleaner Production*, Vol. 171, 1300-1311, doi: 10.1016/j.jclepro.2017.10.035.
- [22] Nosi C., Pucci T., Silvestri C., Acquilani B. (2017). Does value co-creation really matter? An investigation of Italian millennials intention to buy electric cars. *Sustainability*, 9, 12, 2159; doi:10.3390/su9122159
- [23] Sogari G., Pucci T., Acquilani B., Zanni L. (2017). Millennials generation and environmental sustainability: the role of social media in the consumer purchasing behavior for wine. *Sustainability*, 9, 10, 1911, doi:10.3390/su9101911.
- [24] Pucci T., Casprini E., Rabino S., Zanni L. (2017). Place branding-exploring knowledge and positioning choices across national boundaries: the case of an Italian superbrand wine. *British Food Journal*, Vol. 119, No. 8, 1915-1932. doi: 10.1108/BFJ-11-2016-0582.
- [25] Nosi C., Pucci T., Zanni L. (2017). No need to choose between innovation and internationalization: when pursuing two strategies at a time leads to firm superior performance. *Piccola Impresa/Small Business*, No. 1, 64-84, doi: 10.14596/pisb.243.
- [26] Pucci T., Nosi C., Zanni L. (2017). Firm capabilities, business model design and performance of SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24, 2, 222-241. doi: 10.1108/JSBED-09-2016-0138.
- [27] Pucci T., Casprini E., Guercini S., Zanni L. (2017). One Country, multiple Country-related effects: An international comparative analysis among emerging Countries on Italian fashion products. *Journal of Global Fashion Marketing*, Vol. 8, No. 2, pp. 98-112. doi: 10.1080/20932685.2016.1274666.
- [28] Faraoni M., Pucci T., Rabino M., Zanni L. (2017). Does brand market value affect consumer perception of Brand Origin in the purchasing process? The case of Tuscan wines. *Mercati & Competitività*, 1: 51-78, doi: 10.3280/MC2017-001004.
- [29] Casprini E., D’Antone S., Paranque B., Pucci T., Zanni L. (2016). I choose my business model! A cross-national analysis of business model choice in family firms. *Euromed Journal of Business*, 11, 2: 212-231. doi: 10.1108/EMJB-06-2014-0017.
- [30] Pucci T., (2016). Academic entrepreneurial orientation. Empirical evidences from Life Sciences, *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 12, 2/3: 193-217. doi: 10.1504/WREMSD.2016.074966.

- [31] Pucci T., Faraoni M., Rabino S., Zanni L. (2016). Willingness to Pay for a Regional Wine Brand. *Micro & Macro Marketing*, XXV, 1, 39-54. doi: 10.1431/82867.
- [32] Pucci T. (2015). New venture creation in academia: preconditions and drivers for the emergence of academic spin-offs. *Sinergie Italian Journal of Management*, 33, 97, 161-179. doi: 10.7433/s97.2015.10.
- [33] Pucci T., Simoni C., Zanni L. (2015). Measuring the relationship between marketing assets, intellectual capital and firm performance, *Journal of Management and Governance*, 19, 3: 589-616. doi: 10.1007/s10997-013-9278-1.
- [34] Casprini E., Pucci T., Zanni L. (2014). Business model shifts: a case study on firms that apply high-technology to cultural goods, *Technology Analysis & Strategic Management*, 26, 2: 171-187. doi: 10.1080/09537325.2013.850474.
- [35] Pucci T., Rabino S., Zanni L. (2014). Explaining firms' performance through the resources and capabilities allocation in strategic groups. The case of Italy's cosmetic sector. *Journal for Global Business Advancement*, 7, 4: 375-393. doi: 10.1504/JGBA.2014.065592.
- [36] Pucci T., Simoni C., Zanni L. (2013). Modelli di business e strategie di marketing nelle medie imprese. La gestione della crisi tra continuità e cambiamento, *Mercati & Competitività*, 3: 25-45. doi: 10.3280/MC2013-003003.
- [37] Pucci T., Rabino S., Zanni L. (2013). Characteristics and business models of the Italian cosmetic industry: An exploratory analysis, *Finanza, Marketing e Produzione*, 31, 3: 7-38.
- [38] Pucci T., Simoni C., Zanni L. (2011). Marketing imprenditoriale, gestione degli intangibles e competitività. Un'analisi nel settore dell'abbigliamento infantile. *Mercati & Competitività*, 1: 93-113. doi: 10.3280/MC2011-001006.

2.3 Monografie, Curatele, & Tesi di Dottorato

- [1] Casprini E., Pucci T. (2020). Business models, strategies and innovation of companies that apply high technology to cultural goods: first evidence in Italy, Declar S.r.l., Pisa, Italia (ISBN: 9788894901085).
- [2] Casprini E., Pucci T., Zanni L. (a cura di) (2020). Industria 4.0 nel settore pelle-cuoio-calzature: prime evidenze empiriche in Toscana (ISBN: 978-88-94901-02-3).
- [3] Pucci T., Zanni L., Fiorini N. (2018). *Le Scienze della Vita in Toscana. Il governo istituzionale e imprenditoriale dei processi di sviluppo*. Towel Publishing S.r.l.s., Pisa, (ISBN: 978-88-94901-05-4).
- [4] Fantoni G., Cervelli G., Pira S., Trivelli L., Mocenni C., Zingone R., Pucci T. (2017). *Ecosistemi 4.0: Imprese, Società, Capitale Umano*. Fondazione G. Brodolini, Roma. (ISBN: 978-88-95380-44-5).
- [5] Fantoni G., Cervelli G., Pira S., Trivelli L., Mocenni C., Zingone R., Pucci T. (2017). *Impresa 4.0: Siamo pronti alla quarta rivoluzione industriale?* Towel Publishing S.r.l.s., Pisa. (ISBN: 978-88-94901-03-0).
- [6] Pucci T. (2016). *Il modello di business. Caratteri strutturali e dinamiche evolutive*. Wolters Kluwer/CEDAM: Milano. (ISBN: 978-88-13-36156-3).
- [7] Pucci T. (2013) – Tesi di Dottorato – *Capacità interne, Sistemi di relazioni Università-Industria e Performance. Un'analisi di un Cluster Life Sciences*.
- [8] Pucci T., Zanni L. (2012). *Scienza, Imprese e Territorio. Un'analisi degli attori e delle sinergie locali per lo sviluppo del Distretto Toscano di Scienze della Vita*, Edizioni Il Leccio: Siena (ISBN: 978-88-89184-93-6).

2.4 Capitoli di libro

- [1] Casprini E., Fiorini N., Pucci T., Zanni L. (2020). I modelli di business e le implicazioni culturali della "rivoluzione 4.0": primi spunti di riflessione. In Casprini E., Pucci T., Zanni L. (Eds). *Industria 4.0 nel settore pelle-cuoio-calzature: prime evidenze empiriche in Toscana*. pp. 7-17. Towel Publishing Srl., Pisa, Italy, (ISBN: 978-88-94901-02-3).
- [2] Devigili M., Pucci T., Fiorini N., Zanni L. (2020). Going crazy for reviewing: The drivers spreading eWoM. In Loureiro S.M.C., Kaufmann R. (Eds). *Exploring the Power of Electronic Word-of-Mouth in the Services Industry*. IGI Global, Hershey, USA, (ISBN: 9781522585756, doi: 10.4018/978-1-5225-8575-6), pp. 160-178.

- [3] Sogari G., Casprini E., Devigili M., Pucci T. (2018). *Sensory and Consumer Sciences: What is their role as a business tool in the wine sector?* In Santini C., Cavicchi A. (eds) *Case Studies in the Wine Industry*. Woodhead Publishing - Elsevier, Duxford, UK, pp. 47-59. (ISBN: 978-0-08-100944-4).
- [4] Pucci T., Zanni L. (2016). *Entrepreneurship and Technological Clusters. The influence of contextual factors on the birth and growth of new businesses*. In Visintin F., Pittino D. (eds). *Fast growing firms in a slow growth economy: institutional conditions for innovation*. pp. 19-43. Edward Elgar Publishing, Cheltenham. (ISBN: 978-1-78536-710-6).
- [5] Zanni L., Pucci T. (2014). *Modelli di Business e Sostenibilità: un'analisi sulla creazione di valore nelle imprese vitivinicole italiane*, in Forum per la Sostenibilità del Vino (eds.). *Primo Rapporto sulla Sostenibilità del Vino. Verso EXPO 2015*. (ISBN: 978-88-6641-088-1), Gambero Rosso Holding S.p.A., Roma, pp. 61-93.
- [6] Zanni L., Pucci T. (2014). *Business Models and Sustainability: an analysis of value creation in Italian wineries*, in Forum per la Sostenibilità del Vino (eds.). *First Report on Sustainable Winegrowing. Towards EXPO 2015*. (ISBN: 978-88-6641-066-9), Gambero Rosso Holding S.p.A., Roma, pp. 62-90.
- [7] Pucci T., Simoni C., Zanni L. (2012), *Country of origin, brand image and store management for the exploitation of "Made in Italy" in China*, in Bertoli G., Resciniti R. (eds), *International Marketing and the Country of Origin Effect: The Global Impact of Made in Italy*. pp. 154-177, Edward Elgar Publishing, Cheltenham (ISBN: 978-1-78195-560-4).
- [8] Pucci T., Zanni L. (2012). *La ricerca di vantaggio competitivo nelle strategie di rete: analisi e confronto di alcuni casi significativi*, in Zanni L., Bellavista M. (a cura di), *Le reti di impresa. Una guida operativa per l'avvio di partnership imprenditoriali*. pp. 71-98, FrancoAngeli, Milano (ISBN: 978-8-85684-751-2).
- [9] Zanni L., Pucci T., Nosi C. (2011). *Indagine sulle strategie di innovazione nel settore cosmetico in Italia*, in Ermeneia (ed). *Beauty Report 2011. Secondo rapporto sul valore dell'industria cosmetica in Italia*, pp. 147-171, FrancoAngeli: Milano (ISBN: 978-8-85683-864-0).

2.5 Lavori presentati a convegni (con ISBN)

- [1] Fiorini N., Pucci T., Casprini E., Zanni L. (2022). *Are innovation and sustainability sufficient for being competitive and successful? The case of a resilient Italian manufacturer and the importance of marketing*. Abstract presentato a: SIM CONFERENCE 2022 (XIX SIM Conference on NEXT GENERATION MARKETING People, Planet, Place: cooperation & shared value for a new era of critical marketing). Salerno October 20th - 21th 2022 (ISBN: 978-88-943918-8-6).
- [2] Casprini E., Pucci T., Zanni L. (2022). *Does gender matter for organizational resilience? Exploring the role of women in Italian family wineries*. Paper presented to the 15th Annual Euromed Academy of Business (EMAB) Conference: "Sustainable Business Concepts and Practices". September 21st-23rd, 2022, Palermo, Italy. ISSN 2547-8516.
- [3] Buratti N., Casprini E., Colurcio M. Pucci T. (2022). *Gender differences and tech-based entrepreneurship: a literature review and research agenda*. Extended Abstract presentato a Sinergie SIMA Management Conference 2022 "Boosting knowledge & trust for a sustainable business. June 30th and July 1st 2022 Bocconi University, Milan, Italy (ISBN: 97888947136-0-2).
- [4] Pucci T., Casprini E., Zanni L. (2021). *Marketing e Start-up (High-Tech): una rassegna della letteratura e possibile agenda di ricerca*. Paper presentato al XVIII Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing: "Trasformazione digitale dei mercati: il Marketing nella creazione di valore per le imprese e la società". Università degli Studi di Macerata, Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, Università Politecnica delle Marche. Ancona, 14-15 ottobre 2021 (ISBN: 978-88-943918-6-2).
- [5] Fiorini, N., Pucci, T., Casprini, E., Zanni, L. (2021). *The stimulus of the purchase department on the firms' performances through the boosting effect of innovation and R&D effectiveness*. Abstract in Conference Book Proceedings. 14th Annual EuroMed Academy of Business (EMAB) Conference (online), "Contemporary Business Concepts and Strategies in the new Era", 22/09/2021-24/09/2021. (ISSN: 2547-8516; ISBN: 978-9963-711-90-1)
- [6] Casprini E., Pucci T., Zanni L. (2020). *Proactive resilience in women-led wineries*. 13th EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business "Business Theory and Practice Across Industries and Markets" (EMAB), Palermo, Italy, 09-10 September. (Abstract in Conference Book Proceedings, ISBN: 978-9963-711-89-5; ISSN 2547-8516), pp. 1303-1305.

- [7] Fiorini N., Devigili M., Pucci T., Zanni L. (2019). Business model innovation: the role of internal and external drivers. Abstract presented to 12th Annual Euromed Academy of Business (EMAB) Conference, “Business Management Theories and Practices in a Dynamic Competitive Environment”, Alexander Technological Educational Institute of Thessaloniki, Thessaloniki, Greece, September 18-20, (ISSN 2547-8516).
- [8] Casprini E., Pucci T., Devigili M., Kaufmann H.R., Zanni L. (2019). Open innovation process and innovativeness: the moderating role of family influence. Paper presented to the 79th Annual Meeting of the Academy of Management “Understanding the Inclusive Organization”; August 9-13, Boston, Massachusetts, USA. (ISSN print: 0065-0668; ISSN online: 2151-6561, DOI abstract: 10.5465/AMBPP.2019.18051abstract), Vol. 2019, No. 1. Published online: 01/08/2019. Editor: Guclu Atinc.
- [9] Casprini E., Pucci T., Kaufmann H.R., Zanni L. (2019). Inbound, outbound or coupled? When being a family firm leads to higher innovativeness. Paper presented to the European Academy of Management (EURAM) 2019 Conference: “Exploring the Future of Management”, June 26-28, Instituto Universitario de Lisboa, Lisbon, Portugal. (ISSN: 2466-7498; ISBN: 978-2-9602195-1-7).
- [10] Devigili M., Casprini E., Pucci T., Zanni L. (2019). Determinants of Business Model Innovation: the role of Proximity and Technology Adoption. Presented to Sinergie-SIMA 2019 Conference “Management and sustainability: creating shared value in the digital era”, 20-21 June 2019, Sapienza University of Rome, Italy (ISBN: 97888943937-4-3).
- [11] Devigili M., Pucci T., Fiorini N., Zanni L. (2018). Consumer touch points e prossimità cognitiva: uno, nessuno e centomila millennials. Paper presentato al XV^o Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing (SIM): “I percorsi identitari del marketing”, Università degli Studi di Bari Aldo Moro, 18 e 19 ottobre 2018 (ISBN: 978-88-943918-2-4).
- [12] Casprini E., Devigili M., Pucci T., Zanni L. (2018). Pure or Hybrid? the impact of business model design on SMEs internationalization performance. Abstract presented to 11th Annual Euromed Academy of Business (EMAB) Conference, “Research Advancements in National and Global Business Theory and Practice”, University of Malta, Valletta, Malta, September 12-14, (ISSN 2547-8516; ISBN 978-9963-711-67-3).
- [13] Devigili M., Pucci T., Casprini E., Zanni L. (2018). Balancing business model design for manufacturers and subcontractors. The moderating role of family ownership. Paper presented to 18th EURAM Conference, “Research in Action – Accelerating knowledge creation in management”, University of Iceland, Reykjavik, Iceland, 20-23 June, 2018, (ISBN 9782960219500).
- [14] Devigili M., Pucci T., Fiorini N., Zanni L. (2018). Consumer touch points and cognitive proximity. Missing from millennials. Abstract presented to 11th Annual Euromed Academy of Business (EMAB) Conference, “Research Advancements in National and Global Business Theory and Practice”, University of Malta, Valletta, Malta, September 12-14, (ISSN 2547-8516; ISBN 978-9963-711-67-3).
- [15] Devigili M., Pucci T., Zanni L. (2017). Brand identity e comunicazione on-line. Un’analisi sulle imprese viti-vinicole toscane. Paper presentato al XIV Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing (SIM): “*Il Marketing di successo. Imprese, enti e persone*”, Università degli Studi di Bergamo, 26-27 ottobre 2017 (ISBN: 978-88-907662-9-9).
- [16] Pucci T., Casprini E., Nosi C., Zanni L. (2017). Online buying intentions of wine consumers: the role of knowledge and social media. Abstract presented to the 10th EuroMed Academy of Business Conference “Global and national business theories and practice: bridging the past with the future”, Rome, Italy, September 13th-15th, 2017. (ISBN: 978-9963-711-56-7).
- [17] Casprini E., Vitale G., Pucci T., Zanni L. (2017). How does passion evolve across venture development phases? An exploratory multiple case study in the videogame industry. Paper presented to 17th EURAM Conference, “Making Knowledge Work”, University of Strathclyde, Glasgow, Scotland, 21-24 June, 2017 (ISSN 2466-7498).
- [18] Pucci T., Casprini E., Nosi C., Zanni L. (2016). Social media e propensione all'acquisto on-line: il ruolo di moderazione della conoscenza. XIII Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing (SIM): “*Marketing & Retail nei mercati che cambiano*”, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, 20-21 ottobre 2016 (ISBN: 978-88-907662-6-8).

- [19] Pucci T., Casprini E., Sinha K., Zanni L. (2016). When speed counts, open innovation matters. Paper presented to the *9th EuroMed Academy of Business Conference "Innovation, Entrepreneurship and Digital Ecosystems"*, Warsaw, Poland, September 14th-16th, 2016. (ISBN: 978-9963-711-43-7).
- [20] Pucci T., Nosi C., Zanni L. (2016). Innovation and Internationalization dilemma in SMEs. Does family involvement matter? Paper presented at the European Academy of Management (EURAM) 2016 Conference: "Manageable Cooperation?", June 1-4, Université Paris-Est Créteil Val de Marne, Paris. (ISSN: 2466-7498).
- [21] Faraoni M., Pucci T., Rabino S., Zanni L. (2016). Consumer wine perceptions in the Brand Origin framework: the role of product market value. Paper presented at the 13th International Circle Conference (March 30-April 1, 2016: Naples: Italy). (Abstract in conference book of abstract, ISBN: 978-0-9932345-1-4).
- [22] Pucci T., Casprini E., Guercini S., Zanni L. (2015). The impact of country image and country-of-origin on the willingness to pay a premium price for fashion products: a cross-national analysis on developing countries. 8th Euromed Accademy of Business Conference, September 16-18, 2015, Verona, Italy. (Abstract in conference book of abstract, ISBN: 978-9963-711-37-6).
- [23] Zanni L., Pucci T., Brumana M., Minola T., (2015). In or Out? Exploration Patterns and Innovation Performance in Family Firms from an Italian Life Science Cluster Paper presented to the *22nd Innovation & Product Development Management Conference*. European Institute for Advanced Studies in Management (EIASM), Copenhagen, Denmark, June 14-16, 2015. (Abstract in conference book of abstract, ISSN: 1998-7374).
- [24] Pucci T., Zanni L. (2014). The adoption of academic technology transfer practices: an individual level perspectives. Paper presentato al VII° Convegno Annuale Euromed, 18-19 settembre 2014, Kristiansand, Norway. (ISBN: 978-9963-711-27-7).
- [25] Pucci T., Rabino S., Zanni L. (2014). Region of Origin and product knowledge. A cross-national analysis of the purchasing decisions of Chianti Classico wine. Paper presentato al VII° Convegno Annuale Euromed, 18-19 settembre 2014, Kristiansand, Norway. (ISBN: 978-9963-711-27-7).
- [26] Pucci T., Zanni L. (2014). Modelli di business e sostenibilità: un'analisi nel settore vino italiano. Paper presentato all'XI° Convegno Annuale SIM 18-19 settembre 2014. (ISBN: 978-88-907662-2-0).
- [27] Casprini E., D'Antone S., Paraque B., Pucci T., Zanni L. (2013). *The relationship between corporate governance and business model choice in family firms: is there a missing link in family business studies?* Paper presentato, 6th EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business, Estoril 23-24 september. (Paper in Conference Book Proceedings, ISBN: 978-9963-711-16-1).
- [28] Guercini S., Pucci T., Simoni C., Zanni L. (2013). *Uno, dieci, cento, effetti "Made in". Evidenze empiriche da un'analisi comparata internazionale*. Paper presentato al Convegno Annuale SIM 2013 (Milano, 3 e 4 ottobre). (Paper in Atti del Convegno, ISBN: 978-88-907662-1-3).
- [29] Casprini E., Pucci T., Zanni L. (2012), *Business Model Characteristics and Evolution: The Case of High-tech firms for cultural goods*, Paper presentato, 5th EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business, Gilon-Montreux 4 e 5 ottobre 2012 (Abstract in Conference Book Proceedings ISBN: 978-9963-711-07-9).
- [30] Pucci T., Rabino S., Zanni L. (2012), *Capabilities Allocation and Strategic Choices. The Case of Italy's Cosmetic Sector*, Paper presentato, 5th EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business, Gilon-Montreux 4 e 5 ottobre 2012 (Paper in Conference Book Proceedings, ISBN: 978-9963-711-07-9).
- [31] Losi V., Pucci T., Zanni L. (2012), *Regione di Origine e conoscenza del prodotto. Un'indagine esplorativa sulle decisioni di acquisto del vino Chianti Classico in Germania*, Paper presentato IX Convegno annuale SIM – Benevento, 20 e 21 settembre 2012 (Paper in Atti del Convegno, ISBN: 978-88-907662-0-6).
- [32] Zanni L., Pucci T. (2012), *Capacità interne, relazioni esterne e performance in un cluster emergente: un'analisi empirica nel settore Life Sciences*, Paper presentato XXIV Convegno Annuale Sinergie, Lecce, 18-19 ottobre 2012 (Paper in Atti del Convegno, ISBN: 978-88-907394-0-8).
- [33] Montezemolo S.C., Devigili L., Pucci T. (2010), *International trends in wine business globalization: the relationship between capital structure, the business growth and the profitability. A compared analysis between the Italian private companies and the companies listed in the international stock markets*. Paper

presentato, 3rd EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business, Nicosia 4 e 5 novembre 2010. (Abstract in Conference Book Proceedings ISBN: 978-9963-634-83-5).

3. Attività di Ricerca

3.1 Attività formative post laurea

- 2010-2012 Dottorato di ricerca in *Economia e Gestione delle Imprese e Sistemi Locali* (XXV° ciclo) – Facoltà di Economia - Università di Firenze.
- 2005-2007 Dottorato di ricerca in *Matematica per le applicazioni economiche* – Università di Pisa (XX° ciclo) – tesi non discussa.

3.2 Partecipazione a scuole estive, di specializzazione e stages

- Dal 01/01/2012 al 30/06/2012 – Stage presso IRPET finalizzato ad approfondire il database SIOPE (Sistema Informativo sulle operazioni degli Enti Pubblici) e le leggi Regionali sul settore Life Sciences (tutor Dott. Marco Mariani).
- Luglio 2011 – Summer School: “*Longitudinal network analysis with Siena (Prof. Christian Steglich)*” (Bertinoro).

3.3 Borse di studio e assegni di ricerca

- Dal 15 gennaio 2016 al 28 ottobre 2016 Titolare di Assegno di Ricerca annuale presso il Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici dell’Università degli Studi di Siena (D.R. n. 16 del 11/01/2016).
- Dal 1 giugno 2013 al 31 maggio 2014 Titolare di Assegno di Ricerca annuale presso il Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici dell’Università degli Studi di Siena (D.R. n. 761 del 28/05/2013).
- Dal 1 gennaio 2011 al 31 dicembre 2012 Titolare di Assegno di Ricerca biennale presso il Dipartimento di Studi Aziendali e Sociali dell’Università degli Studi di Siena (D.R. n. 56 del 02/12/2010).
- Dal 1 luglio 2009 al 30 giugno 2010 Titolare di Assegno di Ricerca annuale presso il Dipartimento di Studi Aziendali e Sociali dell’Università degli Studi di Siena (D.R. n. 482 del 18.05.2009).
- Dal 1 gennaio 2005 al 31 dicembre 2007 Borsa di Dottorato in *Matematica per le applicazioni economiche* – Università di Pisa (XX° ciclo).

3.4 Partecipazione a Progetti e Gruppi di Ricerca

- 2018-2019 membro del gruppo di ricerca per l’“Analisi dell’impatto dell’applicazione delle tecnologie Industria 4.0 nei processi di produzione delle filiere della concia e della pelle, della pelletteria e delle calzature localizzate nel distretto industriale di Santa Croce e nell’Area fiorentina” sulla base dell’accordo di collaborazione scientifica tra Regione Toscana, stazione sperimentale per l’industria delle pelli e delle materie concianti, Università di Siena, Università di Firenze e Università di Pisa”.
- 2017 Partecipazione al progetto di ricerca “Progettazione di questionari di assessment strutturato, assessment semplificato e audit tecnologico finalizzati ad elaborare un quadro conoscitivo dell’impatto dei processi di digitalizzazione sul sistema produttivo regionale, sul comportamento delle imprese e sul loro modello di business” nel quadro dell’accordo di collaborazione scientifica (finalizzato all’attuazione delle strategie di Industria 4.0) tra Regione Toscana, Istituto Regionale per la Programmazione Economica Toscana (IRPET), Università di Pisa e Università di Siena.
- (2013-2015). Imprenditorialità e distretti tecnologici regionali. Un’analisi dei drivers di sviluppo di un distretto *Life Sciences*, Progetto Unità di Ricerca di Siena PRIN 2010-2011.
- Dal 2012 membro del gruppo di ricerca della EuroMed Academy of Business (EMRBI) per le sezioni “Entrepreneurship and Innovation” e “International Business”.
- Dal 2011 partecipazione al gruppo di ricerca sul marketing internazionale della Società Italiana di Marketing (SIM).
- 2010 PAR Ricerche: “Sviluppo imprenditoriale e innovazione nel settore cosmetico. Evoluzione strategica dei modelli di impresa”. Coordinatore: Prof. Lorenzo Zanni.

3.5 Riconoscimenti

- *EMRBI-SIMA Award 2021*: Fiorini, N., Pucci, T., Casprini, E., Zanni, L. (2021). The stimulus of the purchase department on the firms' performances through the boosting effect of innovation and R&D effectiveness. Paper presented to the 14th Annual EuroMed Academy of Business (EMAB) Conference (online), "Contemporary Business Concepts and Strategies in the new Era".
- *Emerald Literati Awards - Outstanding Papers 2020 per l'articolo*: Pucci T., Casprini E., Nosi C., Zanni L. (2019). Does social media usage affect online purchasing intention for wine? The moderating role of subjective and objective knowledge. *British Food Journal*, Vol. 121, No. 2, pp. 275-288, (doi: 10.1108/BFJ-06-2018-0400).
- *Emerald Literati Awards - Highly Commended Papers 2019 per l'articolo*: Devigili M., Pucci T., Zanni L. (2018). From firm's brand identity to cluster's brand identity. A web-based analysis on Tuscan wineries. *International Journal of Wine Business Research*, Vol. 30, No. 4, pp. 374-393 doi: 10.1108/IJWBR-09-2017-0057.
- *Conference Best Paper Award*: Pucci T., Casprini E., Sinha K., Zanni L. (2016). When speed counts, open innovation matters. Paper presented to the 9th EuroMed Academy of Business Conference "Innovation, Entrepreneurship and Digital Ecosystems", Warsaw, Poland, September 14th-16th, 2016. (ISBN: 978-9963-711-43-7).

3.6 Associazioni

- Dal 2015 socio della Società Italiana Management (SIMA)
- Dal 2009 socio della Società Italiana Marketing (SIM);

4. Attività di Docenza

4.1 Attività di docenza accademica

Dottorato

- Dal 2020 membro del Collegio del Dottorato di Ricerca in Development Economics and Local Systems – DELoS (Università di Firenze) e responsabile del modulo Strategic Management and Business Model.
- Dal 28/02/2017 membro del Collegio del Dottorato di Ricerca in Development Economics and Local Systems – DELoS (Università di Trento e Università di Firenze).

Corsi di Laurea magistrale

- A.A. 2022-2023 Docente di "Strategie di Impresa" (9 CFU - 60 ore), Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici, Università di Siena.
- A.A. 2021-2022 Docente di "Strategie di Impresa" (9 CFU - 60 ore), Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici, Università di Siena.
- A.A. 2020-2021 Docente di "Strategie di Impresa" (6 CFU - 40 ore), Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici, Università di Siena.
- A.A. 2020-2021 Docente di "Entrepreneurship and Innovation Management" (6 CFU - 20 ore), Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici, Università di Siena.
- A.A. 2019-2020 Docente di "Strategie di Impresa" (6 CFU - 40 ore), Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici, Università di Siena.
- A.A. 2019-2020 Docente di "Entrepreneurship and Innovation Management" (6 CFU - 20 ore), Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici, Università di Siena.
- A.A. 2018-2019 Docente di "Strategie di Impresa" (6 CFU - 40 ore), Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici, Università di Siena.
- A.A. 2018-2019 Docente di "Entrepreneurship and Innovation Management" (6 CFU - 20 ore), Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici, Università di Siena.
- A.A. 2017-2018 Docente di "Strategie di Impresa" (6 CFU - 40 ore), Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici, Università di Siena.

Corsi di Laurea triennale

- *A.A. 2022-2023* Docente di “Economia e Gestione delle Imprese” (8 CFU - 60 ore), Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici, Università di Siena.
- *A.A. 2021-2022* Docente di “Economia e Gestione delle Imprese” (8 CFU - 60 ore), Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici, Università di Siena.
- *A.A. 2020-2021* Docente di “Economia e Gestione delle Imprese” (8 CFU - 60 ore), Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici, Università di Siena.
- *A.A. 2019-2020* Docente di “Economia e Gestione delle Imprese” (8 CFU - 60 ore), Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici, Università di Siena.
- *A.A. 2018-2019* Docente di “Economia e Gestione delle Imprese” (8 CFU - 60 ore), Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici, Università di Siena.
- *A.A. 2017-2018* Docente di “Economia e Gestione delle Imprese” (8 CFU - 60 ore), Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici, Università di Siena.
- *A.A. 2016-2017* Docente di “Economia e Gestione delle Imprese” (8 CFU - 60 ore), Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici, Università di Siena.
- *A.A. 2015-2016* Professore a contratto di “Economia e Gestione delle Imprese” (8 CFU - 60 ore), Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici, Università di Siena.
- *A.A. 2014-2015* Professore a contratto di “Economia e Gestione delle Imprese” (8 CFU - 60 ore), Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici, Università di Siena.
- *A.A. 2013-2014* Professore a contratto di “Economia e Gestione delle Imprese” (8 CFU - 60 ore), Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici, Università di Siena.
- *A.A. 2012-2013* Professore a contratto di “Economia e Gestione delle Imprese” (8 CFU - 60 ore), Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici, Università di Siena.
- *A.A. 2008-2009* Professore a contratto del modulo (1 CFU - 8 ore): “*strumenti quantitativi per le decisioni imprenditoriali*” all’interno del corso di Economia e Gestione delle Imprese I della Facoltà di Economia di Firenze;
- *A.A. 2007-2008* Professore a contratto all’interno del corso Economia e Gestione delle Imprese I della Facoltà di Economia di Firenze (3 CFU - 24 ore).

5. Attività Istituzionali e di Terza Missione

5.1 Incarichi istituzionali

- Dal 2022 membro del Comitato per la Didattica del corso di Laurea Magistrale in Management e Governance (Ma.Go.) per il Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici dell’Università di Siena. Dal 25/01/2022 Presidente dello stesso Comitato.
- Dal 2021 Membro del Consiglio Direttivo del Master “Scalability”, Università di Pisa, Firenze, Siena, S.S.S’Anna.
- Dal 2019 Membro del Consiglio Direttivo del Master “Industry 4.0 design: Enterprise Digitalization and 4.0 Technologies”, Università di Pisa, Firenze, Siena, S.S.S’Anna.
- Dal 2019 Vice-coordinatore Awareness Node (nodi di orientamento alle imprese nella valutazione del proprio livello di maturità tecnologica) per il Centro di Competenza ad alta specializzazione “Advanced Robotics and enabling digital TEchnologies & Systems 4.0 - ARTES 4.0”.
- *Dal 03/07/2018* (delibera CdD) membro del Comitato per la Didattica del corso di Laurea Magistrale in International Accounting and Management (IAMA) per il Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici dell’Università di Siena. Dal 10/06/2019 Presidente dello stesso Comitato.
- *2017-2018* Membro del Comitato Ordinatore del Corso di Laurea Magistrale in “International Accounting and Management (IAMA)” per il Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici dell’Università di Siena.
- *Dal 27/03/2017 al 20/06/2018* membro del Comitato per la Didattica del corso di Laurea Magistrale in Management e Governance per il Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici dell’Università di Siena (delega Erasmus).
- *Dal 23/01/2017 al 18/02/2019* Delegato al Placement per il Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici dell’Università di Siena e membro della Commissione Placement di Ateneo;