FORMATO EUROPEO PER IL CURRICULUM VITAE

INFORMAZIONI PERSONALI

Nome	**LUCA ZANDERIGHI**
Indirizzo	**VIA CONSERVATORIO 7 – MILANO 20122**
Telefono	**02 50321525**
Fax	**02 50321505**
E-mail	**luca.zanderighi@unimi.it**
Nazionalità	italiana
Data di nascita	23 NOVEMBRE 1958
Luogo di nascita	Milano

ESPERIENZA LAVORATIVA

Date (da – a) **2006-present**

- Insegnamenti di "Marketing e strategie di impresa" per corso di laurea triennale di Economia europea, Comunicazione e società e di Economia e Management e di "Economia e tecnica della pubblicità" per corso di laurea triennale in Comunicazione e società
- Insegnamenti di "Marketing territoriale", di "Marketing CP" e di "Consumer and shopping Behaviour" per Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione sociale e di impresa e di Innovazione nei canali di marketing per Corso di Laurea Magistrale in Management dell'innovazione e imprenditorialità

• Nome e indirizzo del datore di lavoro	Facoltà di Scienze Politiche, Economiche e Sociali, Via Conservatorio 7 - Milano
• Tipo di azienda o settore	Università degli studi di Milano
• Tipo di impiego	Professore ordinario

Date (da – a) **2002-2005**

- Insegnamento di "Marketing e strategie di impresa" per corso di laurea triennale di Economia europea e Comunicazione e società
- Insegnamenti di "Marketing distributivo" per Corso di Laurea Specialistica in Comunicazione sociale e di impresa

• Nome e indirizzo del datore di lavoro	Facoltà di Scienze Politiche, Economiche e Sociali, Via Conservatorio 7 - Milano
• Tipo di azienda o settore	Università degli studi di Milano
• Tipo di impiego	Professore associato di Marketing (SECS-P08)

Date (da – a)

- Docente di Marketing al Master in Business Intelligence & Data Analysis, Università degli studi di Milano (2005-2006)

• Nome e indirizzo del datore di lavoro	Facoltà di Scienze Politiche, Economiche e Sociali, Via Conservatorio 7 - Milano
• Tipo di azienda o settore	Università degli studi di Milano
• Tipo di impiego	Professore associato

Date (da – a) **2005-2006**

- Insegnamento di "Marketing" al Master in Business Intelligence & Data Analysis

• Nome e indirizzo del datore di lavoro	Facoltà di Scienze Politiche, Economiche e Sociali, Via Conservatorio 7 - Milano
• Tipo di azienda o settore	Università degli studi di Milano
• Tipo di impiego	Professore associato
Date (da – a)	**2004-2005**
	• Insegnamento di "Economia delle imprese distributive" al Master in Retail Management
• Nome e indirizzo del datore di lavoro	Università IULM di Milano
• Tipo di azienda o settore	Università IULM di Milano
• Tipo di impiego	Professore
Date (da – a)	**2000-2002**
	• Insegnamento di "Economia e gestione delle imprese"
• Nome e indirizzo del datore di lavoro	Facoltà di Scienze Politiche, Economiche e Sociali, Via Conservatorio 7 - Milano
• Tipo di azienda o settore	Università degli studi di Milano
• Tipo di impiego	Ricercatore universitario
Date (da – a)	**1992-2000**
	• Insegnamento di "Economia e gestione delle imprese commerciali" e di "Trade marketing" per il corso di laurea in Economia Aziendale
• Nome e indirizzo del datore di lavoro	Università Bocconi di Milano
• Tipo di azienda o settore	Università Bocconi di Milano
• Tipo di impiego	Professore a contratto
Date (da – a)	**1998-2000**
	• Insegnamento di "Marketing"
• Nome e indirizzo del datore di lavoro	Università IULM di Milano
• Tipo di azienda o settore	Università IULM di Milano
• Tipo di impiego	Professore a contratto
Date (da – a)	**1996-1999**
• Nome e indirizzo del datore di lavoro	Scuola di Direzione Aziendale (SDA)
• Tipo di azienda o settore	Università Bocconi di Milano
• Tipo di impiego	Coordinatore "Progetto Retailing"
Date (da – a)	**1994-2001**
• Nome e indirizzo del datore di lavoro	Scuola di Direzione Aziendale (SDA)
• Tipo di azienda o settore	Università Bocconi di Milano
• Tipo di impiego	Coordinatore Corso "Key Account Management"
Date (da – a)	**1984-2000**
• Nome e indirizzo del datore di lavoro	Centro di Studi sul Commercio (CESCOM)
• Tipo di azienda o settore	Università Bocconi di Milano
• Tipo di impiego	Attività di ricerca

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

• Date (da – a)	1973-77 Liceo Classico G.Berchet di Milano
• Qualifica conseguita	Diploma di Maturità classica (Votazione: 60/60)
• Date (da – a)	1978-82 Università Bocconi di Milano
• Qualifica conseguita	Laurea in Economia politica (Votazione: 110/110)

PRIMA LINGUA	**ITALIANO**
ALTRE LINGUE	
	INGLESE
• CAPACITÀ DI LETTURA	BUONO
• CAPACITÀ DI SCRITTURA	BUONO
• CAPACITÀ DI ESPRESSIONE ORALE	BUONO
	FRANCESE,
• Capacità di lettura	Buono
• Capacità di scrittura	Buono
• Capacità di espressione orale	Buono
	TEDESCO
• Capacità di lettura	Elementare
• Capacità di scrittura	Elementare
• Capacità di espressione orale	Elementare

ULTERIORI INFORMAZIONI

Altri incarichi/e esperienze lavorative

- Presidente del corso di laurea triennale in Economia e Management dell'Università degli studi di Milano (2014-2017)
- Membro del Comitato di Indirizzo della Scuola di giornalismo Walter Tobagi (2013-2017)
- Membro della Commissione Brevetti dell'Università degli studi di Milano (2006-2016)
- Editor "International Series in Advanced Management Studies" collana Springer-SIMA (2016-present)
- Membro del Consiglio di Amministrazione della società Top Srl spin off universitario dell'Università degli studi di Milano (luglio 2013-2015).
- Membro del Consiglio di Amministrazione della società Sulfridis Srl spin off universitario dell'Università degli studi di Milano (luglio 2012-2015).
- Membro del Consiglio di Amministrazione della società Newronika Srl spin off universitario dell'Università degli studi di Milano (luglio 2012-2016).
- Membro della Società Italiana di Marketing (2004-present)
- Segretario della Società Italiana di Management (2013-2016)
- Membro della Commissione spin-off Università impresa dell'Università degli studi di Milano (2002-2012)
- Membro del Consiglio di Amministrazione del Consorzio Pubblico Interuniversitario per la gestione degli interventi per il diritto allo studio universitario, nominato dall'Università degli studi di Milano (2008- 2011)
- Membro del Consiglio di Amministrazione della società Dialectica Srl spin off universitario dell'Università degli studi di Milano (luglio 2004-2008).
- Membro del comitato scientifico del Master in Business Intelligence & Data Analysis, Università degli studi di Milano (2004-2008)
- Membro del Comitato scientifico dell'Osservatorio del commercio della provincia di Trento (2002-2010)
- Membro del comitato di dottorato Marketing e Comunicazione Università IULM di Milano (2004-2005)
- Coordinatore Progetto Modulo di impresa dell'Università degli studi di Milano (2002-2005)
- Coordinatore Progetto Più per conto dell'Università degli studi di Milano (2002-2003)
- Membro del Comitato di redazione della rivista Industria & Distribuzione (2000-2003)
- Membro di gruppo di ricerca Istat per la verifica delle metodologie da utilizzare per la costituzione di un database sul commercio al dettaglio (2000-2001)
- FAO Consultant under the FAO Partnership Programme (Programme of Cooperation with Academic and Research Institutions")(1999-2002)
- Membro gruppo di ricerca costituito presso l'Istat per un'analisi sulle modalità di determinazione dei margini commerciali (1997-1999)
- Coordinatore della rivista Commercio, Rivista di Economia e Politica Commerciale (1996-1999)
- Coordinatore gruppo di ricerca costituito presso l'Istat per un'analisi sul processo di modernizzazione del settore commerciale e l'impatto occupazionale (1996-1997)
- Consulente della società Databank (1984)
- Borsista presso il Centro studi per l'economia ed il lavoro dell'Università Bocconi (1983)

PUBBLICAZIONI

Riviste

- Zanderighi L. , Orsi L., De Noni I. (2017), “Stereotypical versus experiental destination branding: the case of Milan city”, forthcoming
- Zanderighi L. , Orsi L., De Noni I. (2014), “Coalition loyalty programme adoption and urban commercial network effectiveness evaluation”, International Journal of Retail & Distribution Management
- De Noni, L. Orsi, L. Zanderighi, Attributes of Milan influencing city brand attractiveness, Journal of Destination Marketing and Management, vol. 3, n. 4, 218 - 226
- Zanderighi L. (2011), “Loyalty (community) card come strumento di rivitalizzazione del commercio urbano”, Mercati e competitività 4: 45-62.
- Fiocca R., L. Gavinelli, L. Orsi, L. Zanderighi (2011), “Dimensioni di attrattività della città e implicazioni di marketing. Una ricerca sulle percezioni dei potenziali cittadini”, Mercati e competitività 3: 39-63
- Zanderighi L. (2008), “Struttura della famiglia, comportamenti di consumo e innovazione commerciale”, Economia dei servizi 3: 251-260.
- Zanderighi L.(2004), Town Centre Management: una sfida per l’Italia”, in Disciplina del commercio, 4: 899-908
- Zanderighi L.(2001), “Un nuovo strumento per la politica del centro storico: il Town Centre Management”, in Disciplina del commercio, 2.
- Zanderighi L. (2001), “Town Centre Management: uno strumento innovativo per la valorizzazione del centro storico e del commercio urbano”, in Industria & Distribuzione, 2.
- Zanderighi L, E. Ottimo (1998), "ECR: soluzioni logistiche e organizzative", in Sinergie, Rivista di Studi e Ricerche, 47
- Zanderighi L, E. Ottimo (1995), "Logistica e strategia nelle aziende commerciali", in Economia & Management, 3, 83-99.
- Zanderighi L., Zaninotto E. (1994), "Property-Rights Distribution in European Retailing", in The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, 4: 393-409.
- Zanderighi L. (1993), "Il ruolo della centrale nello sviluppo dei gruppi Conad e Crai" in Commercio, Rivista di economia e politica commerciale, 49, 33-57.
- Zanderighi L. (1993), "Lo sviluppo del commercio in Germania: struttura e tendenze evolutive" in Commercio, Rivista di economia e politica commerciale, 47, 5-31.
- Zanderighi L. (1992), "Politica della concorrenza e discriminazione delle condizioni di vendita: il caso tedesco" in Commercio, Rivista di economia e politica commerciale, 44: 113-156.
- Zanderighi L. (1992), "Sviluppo economico e commercio: alcune riflessioni sugli anni '80" in Commercio, Rivista di economia e politica commerciale, 46, 55-85.
- Pellegrini L., Zanderighi L.(1991), "New Products: Manufacturers' versus Retailers' Decision Criteria", in The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, 2: 149-174
- Chiesara L., Zanderighi L., Zaninotto E.(1990), "I gruppi di acquisto: tra impresa cooperativa e impresa manageriale", in Commercio, Rivista di economia e politica commerciale, 37: 3-33.
- Zanderighi L. (1989), "Caratteristiche evolutive dell'associazionismo tra dettaglianti", in Commercio, Rivista di economia e politica commerciale, 34: 83-114.
- Natale P., Zanderighi L. (1988), "Il ruolo dell'immagine e della professionalità nella differenziazione commerciale del prodotto", in Commercio, Rivista di economia e politica commerciale, 29: 5-35.
- Pellegrini L., Zanderighi L. (1987), " Una verifica delle determinanti delle trasformazioni nella distribuzione al dettaglio italiana", in Commercio, Rivista di economia e politica commerciale, 27: 27-67.
- Zanderighi L. (1986), "Consumi commercializzati ed evoluzione delle quote di mercato del commercio moderno: una ricostruzione statistica", in Commercio, Rivista di economia e politica commerciale, 23: 63-98.

Libri, Capitoli di libri

- Tamini, L., Zanderighi L. (2017), Dismissioni commerciali e resilienza, Milano: EGEA.
- Pellegrini L., Zanderighi L. (2013), Il sistema distributivo italiano. Dalla regolazione al mercato, Bologna: Il Mulino.
- Zanderighi L. (2009), “Commercio e gestione delle città”, in Cirelli C. (a cura di)(2009), Città e commercio, Bologna: Patron Editore
- Zanderighi L. (2009), “Strumenti di gestione coordinata dei centri storici e modalità di creazione del valore”, in Sansone M., Scafarto T (a cura di)(2009), I centri commerciali naturali nella riqualificazione del sistema città: costruzione, promozione e problematiche, Roma :Aracne.
- Boi A., Zanderighi L.(2009), Prodotti tipici e turismo: la domanda, i canali e le opportunità per le imprese, Milano: EGEA.

- Zanderighi L. (2009), Filiera agroalimentare e dinamica dei prezzi: il caso della Provincia di Trento, Servizio Statistica: Trento.
- Zanderighi L. (2008), The fall and the rise of Trade in the City Centre, Commissione Europea: Parigi
- Pellegrini L., Zanderighi L. (2007), I consumi e i consumatori, Milano: EGEA.
- Zanderighi L. (2007), Commercio e gestione delle città : paradigmi, esempi e prospettive, Irer: Milano.
- Zanderighi L. (2007), Il commercio al dettaglio nella provincia di Trento, Servizio Statistica: Trento
- Zanderighi L. (2006), "Polarizzazione commerciale, nodi ecologici del valore e modalità di governance della rete", in Pilotti L., Ganzaroli A., Rileggere il marketing. Strategie informative e gestione della conoscenza, Padova: CEDAM.
- Pellegrini L., Zanderighi L.(2005), Le famiglie come imprese e i consumi in Italia, Milano: EGEA.
- Zanderighi L., (2004), Commercio urbano e nuovi strumenti di governance. Linee guida per lo sviluppo del Town Centre Management in Italia, Il Sole 24 ore: Milano.
- Zanderighi L., (2003), "The evolution of Italian Retailing", in Howe S. (a cura di) Retailing in the European Union: Structures Competition and Performance, London: Routledge.
- Zanderighi L., (2002), Urban Food Distribution in Europe, Rome: Food and Agriculture Organization of United Nations
- Zanderighi L. (2002), "Offerta di servizi commerciali e tendenze in atto nella provincia di Milano", in AA.VV. (2002), Milano produttiva, Camera di di Commercio di Milano: Milano.
- Zanderighi L. (2001), "Le tendenze evolutive del commercio al dettaglio nella provincia di Milano", in AA.VV. (2001), Milano produttiva, Camera di di Commercio di Milano: Milano.
- Zanderighi L. (2000), "La dinamica congiunturale e i fattori critici del commercio al dettaglio a Milano", in AA.VV. (2000), Milano produttiva, Camera di di Commercio di Milano: Milano.
- Zanderighi L., Bertozzi P.(1999), "Gli effetti dell'euro sulla determinazione dei prezzi al consumo" , in Valdani E., Castaldo S.(1999)(a cura di), Euromanagement, Milano: Egea.
- Zanderighi L. (1998), "Il sistema distributivo al dettaglio in Italia: cambiamenti in atto e prospettive", in Bertinetti G., Farinet A., Nova A., Zanderighi L.(1998), Il sistema Italia: sviluppo o declino, Milano: Etas Libri.
- Zanderighi L. (a cura di)(1998), Come cambia il commercio. Modificazioni strutturali e dinamica occupazionale, Roma: Istat.
- Zanderighi L. (1997), "Grande distribuzione organizzata e prodotti etici", in Amatucci F. (a cura di)(1997), Il commercio equo e solidale, Milano: Etas Libri.
- Zanderighi L. (1996), "Le grandi imprese di distribuzione in Italia", in Pellegrini L.(a cura di) (1996), La distribuzione commerciale in Italia, Bologna: Il Mulino.
- Zanderighi L. (1996), "Il commercio nell'economia italiana", in Pellegrini L. (A cura di)(1996), La distribuzione commerciale in Italia, Bologna: Il Mulino.
- Zanderighi L. (1995), Un modello di analisi per la programmazione commerciale: il caso di Terni, Milano: Franco Angeli.
- Zanderighi L. (1995), "Le strategie della grande distribuzione organizzata", in AA.VV. (1995), La rivoluzione commerciale, Milano: Fendac Servizi.
- Zanderighi L.(1993), "Retail trade in Italy", in Eurostat (1993), Retailing in the European Single Market 1993, Lussemburgo: Eurostat.
- Broadbridge A.,Vogelesang W., Zanderighi L. (1992), Distributive Trades in EC-Countries, The Hague: Detailhandel.
- Pellegrini L., Zanderighi L.(1992), Struktur und kuenftige Entwicklung des Einzelhandels in Italien, in Tromsdorff V.(1992), Handelsforschung 1992/93, Berlin: Gabler
- Caccia Dominioni L., Zanderighi L., Zaninotto E.(1992), Le forme di impresa nel commercio europeo, Milano: EGEA.
- Main O., Zanderighi L., Zaninotto E.(1990), Strategie e strutture organizzative nel commercio associato alimentare, Milano: EGEA.
- Zanderighi L. (1990), "Il settore commerciale: il caso del gruppo associativo Rewe", in Pilotti L., Pozzana R. (a cura di)(1990), I contratti di franchising. Organizzazione e controllo di rete, Milano: EGEA.
- Zanderighi, L., 1990, Piccole e medie imprese e sviluppo commerciale, EGEA: Milano.
- Zanderighi L. (a cura di)(1988), La distribuzione dei prodotti di profumeria: il canale specializzato, Milano: FENAPRO
- Zanderighi L. (1987), "Analisi e verifica dell'ipotesi di residualità nel commercio al dettaglio", in Pellegrini L. (1987), Offerta di lavoro, domanda di servizi e occupazione nel commercio, Venezia: Marsilio
- Zanderighi L. (1986), "Consumi commercializzati e quote di mercato del commercio moderno: 1981-1985", in CESCOM (1986), Secondo rapporto CESCOM sulla distribuzione commerciale in Italia, Milano: F.Angeli.