

## **ROBERTA CAPITELLO**

Professore Associato

Dipartimento di Economia Aziendale, Università degli Studi di Verona

### **Indirizzo:**

Università degli Studi di Verona

Villa Ottolini Lebrecht

Via della Pieve, 70

37029 San Pietro in Cariano (Verona, Italy)

tel. (+)39 045 683 56 71, fax. (+)39 045 683 56 74

e-mail roberta.capitello@univr.it

### **POSIZIONE ATTUALE**

- Professore Associato presso l'Università degli Studi di Verona da Ottobre 2001 (ssd. AGR/01 Economia ed Estimo Rurale)

### **PRECEDENTI POSIZIONI ACCADEMICHE**

- Collaboratore alla ricerca in Economia Agraria, presso l'Istituto di Economia e Politica Agraria, Università degli Studi di Verona, 1993-1997
- Assegnista di ricerca in Economia Agraria, presso l'Istituto di Economia e Politica Agraria, Università degli Studi di Verona, 1997-2001

### **TITOLI DI STUDIO**

- Laurea in Economia e Commercio, giugno 1993 presso l'Università degli Studi di Verona
- Ph.D. in Economia Montana e Forestale, marzo 1997 presso l'Università degli Studi di Trento
- Ph.D. Student Visitor presso la Station d'Économie et Sociologie Rurales dell'Institut National de la Recherche Agronomique (INRA), Montpellier, France, da ottobre 1995 a marzo 1996

### **AREE DI INTERESSE ACCADEMICO**

Marketing dei prodotti agroalimentari, analisi della domanda alimentare, analisi del comportamento di consumatore di prodotti agroalimentari e vitivinicoli, economia e gestione delle imprese vitivinicole, comunicazione del vino, gestione delle imprese cooperative agroalimentari, marketing territoriale rurale

### **ATTIVITA' DI INSEGNAMENTO ACCADEMICO**

#### **Corsi di Laurea:**

- Agribusiness, 2001-2007, Facoltà di Economia
- Economia e Gestione delle Cooperative Agroalimentari, 2001-2005, Facoltà di Economia
- Economia e Gestione delle Cooperative Vitivinicole, 2002-2005, Corso di Laurea in Viticoltura ed Enologia
- Agribusiness, 2005-2007, Corso di Laurea in Scienze e Tecnologie Viticole ed Enologiche
- Economia Vitivinicola, 2007 ad oggi, Corso di Laurea in Scienze e Tecnologie Viticole ed Enologiche
- Economia dei Mercati Vitivinicoli, 2005-2011, Corso di Laurea in Scienze e Tecnologie Viticole ed Enologiche
- Marketing del Vino, 2012, Corso di Laurea in Scienze e Tecnologie Viticole ed Enologiche

#### **Corsi di Laurea Magistrale:**

- Economia e Gestione delle Cooperative Agroalimentari, 2005-2007, Facoltà di Economia
- Agribusiness, 2006-2007, Facoltà di Economia
- Food and Wine Marketing, 2010 ad oggi, Corso di Laurea Magistrale in Marketing e Comunicazione d'Impresa

- New Tools in Wine Marketing, 2011 ad oggi, Master of Science in Viticulture, Enology and Wine Markets, Universities of Verona, Padova and Udine, & Euromaster of Science “Vinifera”

#### **Supervisore di tesi di laurea:**

- Primo relatore di numerose tesi di laurea e di laurea magistrale
- Primo supervisor o secondo supervisor of European master of science thesis of Viticulture and Enology (EMaVE Consortium – Vinifera EuroMaster)
- Primo supervisor di due tesi di Ph.D.:
  - o Enrico Dalla Bernardina’, tesi di Ph.D in “Viticoltura, Enologia e Marketing dei prodotti vitivinicoli”, Università degli Studi di Padova, XX ciclo, 2007 (<http://paduaresearch.cab.unipd.it/825/>)
  - o Lara Agnoli, tesi di Ph.D. Thesis in “Economia Vitivinicola e Sviluppo Rurale”, Università degli Studi di Firenze, XXII ciclo, 2009.

#### **Altre attività accademiche:**

- internal auditor del corso di laurea in Scienze e Tecnologie Viticole ed Enologiche, progetto CRUI “CampusOne” per la valutazione della qualità didattica, 2001-2004
- internal auditor del Dipartimento di Economia Aziendale, “SUA-RD” per la valutazione della qualità della ricerca, dal 2014 ad oggi
- internal auditor del Corso di Laurea Magistrale in Marketing e Comunicazione d’Impresa, per la valutazione della qualità didattica, dal 2010 al 2015
- componente della commissione didattica per il corso di laurea in Scienze e Tecnologie Viticole ed Enologiche dal 2007 ad oggi
- componente del collegio docenti dei dottorati di ricerca in “Viticoltura, Enologia e Marketing vitivinicolo”, Università degli Studi di Padova, e in Economia Vitivinicola e Sviluppo Rurale”, Università degli Studi di Firenze, 2004-2012

## **PUBBLICAZIONI**

### Peer-reviewed articles

**Capitello R.**, Agnoli L. and Begalli D. (2015), Drivers of high-involvement consumers’ intention to buy pdo wines: Valpolicella pdo case study, *Journal of the Science of Food and Agriculture*, Accepted Article, published online, DOI: 10.1002/jsfa.7521.

De Salvo M., Begalli D., **Capitello R.** and Signorello G. (2015), A spatial micro-econometric approach to estimating climate change impacts on wine firm performance: A case study from Moldavia region, Romania, *Agricultural Systems*, 141: 48-57, doi:10.1016/j.agsy.2015.09.008.

**Capitello R.**, Agnoli L. and Begalli D. (2015), Determinants of consumer behaviour in novice markets: the case of wine, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 17(1): 110-126, doi: 10.1108/JRME-07-2014-0012.

**Capitello R.**, Agnoli L. and Begalli D. (2015), Chinese Import Demand for Wine: Evidence from Econometric Estimations, *Journal of Wine Research*, 26(2):115-135, DOI: 10.1080/09571264.2015.1014547.

Agnoli L., De Salvo M. and **Capitello R.** (2015), “Assessment of climate change impacts on wine industry: A micro-scale Ricardian analysis”, *Quality – Access to Success*, 16(S1): 228-236, ISSN 1582-2559.

Agnoli L., **Capitello R.** and Begalli D. (2014), Geographical brand and country-of-origin effects in the Chinese wine import market, *Journal of Brand Management*, 21(7-8): 541-558, DOI:10.1057/bm.2014.27.

**Capitello R.**, Agnoli L., Begalli D. and Codurri S. (2014), Social media and corporate brand visibility in the wine industry: lessons from an Italian case study, *Euromed Journal of Business*, 9(2): 129-148, DOI: 10.1108/EMJB-10-2013-0046.

Begalli D., **Capitello R.** and Codurri S. (2014), Cooperatives, wine clusters and territorial value: evidence from an Italian case study, *Journal of Wine Research*, 25(1): 45-61, DOI: 10.1080/09571264.2014.871123.

**Capitello R.**, Agnoli. L. and Begalli D. (2013), A new approach to the analysis of visitor perceptions towards a tourism destination: the role of food and wine experiences, *Scientific Series Papers Management, Economic, Engineering in Agriculture and Rural Development*, 13(1): 57-64, print issn 2284-7995, e-issn 2285-3952.

**Capitello R.**, Castellani P. and Rossato C. (2013), Territorio, impresa e consumatore: percorsi esperienziali nelle imprese vitivinicole, *Sinergie*, 90(Gennaio-Aprile): 99-117, DOI: DOI 10.7433/s90.2013.07.

**Capitello R.**, Begalli D. and Agnoli. L. (2012), New consumption patterns for alcoholic beverages: values system, product attributes and preferences, *Rivista di Studi sulla Sostenibilità*, 3(2): 15-45, DOI: 10.3280/RISS2012-002003.

Begalli D., **Capitello R.** and Codurri S. (2012), Social Media and Web Marketing Strategies: An Exploratory Study in the Italian Wine Sector, *Scientific Series Papers Management, Economic, Engineering in Agriculture and Rural Development*, 12(2): 23-28, print issn 2284-7995, e-issn 2285-3952.

**Capitello R.**, Begalli D. and Agnoli L. (2012), Package styles in wine marketing: a case study of Valpolicella wines, *Scientific Series Papers Management, Economic, Engineering in Agriculture and Rural Development*, 12(2): 29-34, print issn 2284-7995, e-issn 2285-3952.

Agnoli L., Begalli D. and **Capitello R.** (2011), Generation Y's perception of wine consumption: A discrete choice experiment on consumption situations in a traditional wine-producing region, *International Journal of Wine Business Research*, 23(2): 176-192, DOI 10.1108/17511061111143025.

Begalli D., **Capitello R.** and Gaeta D. (2009), Le opportunità delle politiche territoriali alla luce della nuova OCM vino, *Economia e Diritto Agroalimentare*, XIV(1): 59-75.

Berni P., Begalli D. and **Capitello R.** (2005), An occasion-based segmentation approach to the wine market in Denmark, *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 17(1): 117-145, DOI: 10.1300/J047v17n01\_07.

**Capitello R.** (1998), Cooperative ortofrutticole e reti di impresa: il caso della Val Venosta, *Economia Agro-Alimentare*, III(3): 179-235.

Berni P., Begalli D. and **Capitello R.** (1997), Une approche du consommateur italien de riz par la méthode des groupes cibles, *Cahiers Options méditerranéennes*, 24(1): 91-97.

Berni P., Begalli D. and **Capitello R.** (1997) Il riso nella distribuzione moderna in Italia: fattori di competizione e orientamenti strategici, *Economia Agro-Alimentare*, II(3): 15-54.

Berni P., Begalli D. and **Capitello R.** (1998), Rice in modern distribution in Italy: factors of competition and strategic orientations, *Cahiers Options Méditerranéennes*, 24(3).

Berni P., Begalli D. and **Capitello R.** (1996), Le strategie competitive dell'industria enologica nelle zone di produzione tipica: analisi di un caso di studio, *Economia Agro-Alimentare*, I(1): 13-49.

Berni P., Begalli D. and **Capitello R.** (1996), La percezione dei consumatori di vino in un'area a forte tradizione viticola: un'applicazione della Conjoint Analysis, *Studi di Economia e Diritto*, XLVI(3): 347-375.

**Capitello R.** (1996), Le performance economico-finanziarie dell'industria vinicola: risultati di un'indagine in un'area a forte specializzazione, *Studi di Economia e Diritto*, XLVI(4): 647-694.

Berni P., Begalli D. and **Capitello R.** (1995), Fattori qualitativi e di percezione nei consumi di vino: una proposta metodologica per l'analisi della segmentazione di mercato, *Studi di Economia e Diritto*, XL(3): 479-513.

## Peer-Reviewed Proceedings

**Capitello R.**, Agnoli L., Charters S. and Begalli D. (2015), Role of expected and lived experiences in shaping place image, Proceedings 8th Annual Conference of the Euromed Academy of Business “Innovation, Entrepreneurship and Sustainable Value Chain in a Dynamic Environment”, 16-18 September 2015, Verona, Italy. <http://emrbi.org/wp-content/uploads/2015/10/euromed2015%20book%20of%20proceedings-2015-10-04.pdf>

**Capitello R.**, Agnoli L., Charters S. and Begalli D. (forthcoming), Terroir in a bottle: segmenting consumer choices in Generation Y, Proceedings of 18th AMS World Marketing Congress, July 14-18, 2015, Bari, Italy.

**Capitello R.**, Agnoli L. and Begalli D. (2014), The contribution of personal values in explaining consumer utility, Proceedings 7th Annual Conference of the Euromed Academy of Business “The Future of Entrepreneurship”, 18-19 September 2014 Kristiansand, Norway.

**Capitello R.**, Agnoli L. and Begalli D. (2014), Understanding the wine consumption behaviour of Generation Y in Italy, 8th Academy of Wine Business Research International Conference, 28-30 June, Geisenheim (Germany), pp. 1-9 ([http://academyofwinebusiness.com/wp-content/uploads/2014/07/CB04\\_Capitello\\_Roberta.pdf](http://academyofwinebusiness.com/wp-content/uploads/2014/07/CB04_Capitello_Roberta.pdf)).

Agnoli L., **Capitello R.** and Begalli D. (2013), Factors influencing the decision-making process of the new wine consumers, Proceedings 6th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business “Confronting Contemporary Business Challenges through Management Innovation”, edited by Vrontis D., Weber Y., Tsoukatos E., EuroMed Press, pp. 40-52 (<http://www.emrbi.com/photos/uploads/euromed2013%20book%20of%20proceedings-2013-10-15.pdf>).

**Capitello R.**, Begalli D. and Agnoli L. (2013), Tourism experiences and wine experiences: a new approach to the analysis of the visitor perceptions for a destination. The case of Verona, 7th Academy of Wine Business Research International Conference, June 12-15, 2013, St. Catharines (Canada) (<http://academyofwinebusiness.com/wp-content/uploads/2013/04/Capitello-Begalli-Agnoli.pdf>).

**Capitello R.**, Agnoli L. and Begalli D. (2014), Understanding the wine consumption behaviour of Generation Y in Italy, 8<sup>th</sup> Academy of Wine Business Research International Conference, 28-30 June, Geisenheim (Germany), ISBN 978-3-00-047628-0, pp. 1-9 ([http://academyofwinebusiness.com/wp-content/uploads/2014/07/CB04\\_Capitello\\_Roberta.pdf](http://academyofwinebusiness.com/wp-content/uploads/2014/07/CB04_Capitello_Roberta.pdf)).

Agnoli L., **Capitello R.** and Begalli D. (2013), Factors influencing the decision-making process of the new wine consumers, Proceedings 6th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business “Confronting Contemporary Business Challenges through Management Innovation”, edited by Demetris Vrontis, Yaakov Weber, Evangelos Tsoukatos, EuroMed Press, pp. 40-52 (<http://www.emrbi.com/photos/uploads/euromed2013%20book%20of%20proceedings-2013-10-15.pdf>).

Begalli D., **Capitello R.** and De Salvo M. (2013), Evaluation of Climate Change Effects on the Wine Industry: An Interdisciplinary Approach, Proceedings of the Second International Conference “Competitiveness of agro-food and environmental economy” (Cafee '13), edited by Popescu G., Istudor N. and Boboc D., 7th-8th november 2013, Bucharest (Romania), Editura Ase, issn 2285-9179, issn-1 2285-9179, pp. 14-26 ([http://www.cafee.ase.ro/wp-content/uploads/2013edition/file\(2\).pdf](http://www.cafee.ase.ro/wp-content/uploads/2013edition/file(2).pdf)).

**Capitello R.**, Begalli D. and Agnoli L. (2013), Tourism experiences and wine experiences: a new approach to the analysis of the visitor perceptions for a destination. The case of Verona, 7th Academy of Wine Business Research International Conference, June 12-15, 2013, St. Catharines (Canada) (<http://academyofwinebusiness.com/wp-content/uploads/2013/04/Capitello-Begalli-Agnoli.pdf>).

Begalli D. and **Capitello R.** (2013), Structural and organisational changes, governance and the social strategy of cooperatives: Empirical evidence from the Italian wine sector, Proceedings of the First International Conference “Competitiveness of agro-food and environmental economy” (Cafee ’12), edited by Popescu G., Istudor N. and Boboc D., 8th-9th november 2012, Bucharest (Romania), Editura Ase, issn 2285–9179, issn-l 2285–9179, pp. 33-47 (<http://mpra.ub.uni-muenchen.de/46369>).

**Capitello R.**, Begalli D. and Agnoli L. (2012), Is cellar door an opportunity for bag-in-box? A consumer preferences analysis in the Italian wine market, Proceedings 5th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business “Building New Business Models For Success Through Competitiveness and Responsibility”, edited by Demetris Vrontis, Yaakov Weber, Rudi Kaufmann, Shlomo Tarba, EuroMed Press, pp. 282-295 (<http://emab2012.teicrete.gr/images/documents/profin.pdf>).

Agnoli L., Begalli D. and **Capitello R.** (2011), Values, Consumption Situations and Wine Choice Behaviour, 6<sup>th</sup> Academy of Wine Business Research International Conference, 9-11 June, Bordeaux (France), pp. 1-9, ([http://academyofwinebusiness.com/wp-content/uploads/2011/09/47-AWBR2011\\_Agnoli-Begalli\\_Capitello.pdf](http://academyofwinebusiness.com/wp-content/uploads/2011/09/47-AWBR2011_Agnoli-Begalli_Capitello.pdf)).

Agnoli L., Begalli D. and **Capitello R.** (2011), How do values influence the consumer utility for wine and the other alcoholic beverages? A focus on Generation Y preferences and consumption situations, “Enometrics XVIII”, 18-20 May, Angers (France), ([http://www.vdqs.net/2011Angers/UK/index.asp?id\\_colloque=60&lang=UK&link=document](http://www.vdqs.net/2011Angers/UK/index.asp?id_colloque=60&lang=UK&link=document)).

**Capitello R.** and Agnoli L. (2009), Development of Strategic Options for Italian Wine Cooperatives through a New Membership Integration Pattern, Proceedings of 113<sup>th</sup> Seminar of the European Association of Agricultural Economists “A resilient European food industry and food chain in a challenging world”, Chania (Greece), 3-6 September 2009, pp. 16, (<http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/57656/2/Capitello.pdf>).

**Capitello R.** and Agnoli L. (2007), Internationalization options for agri-food cooperatives: the case of Veronese wine growers’ cooperatives, Proceedings of the 105<sup>th</sup> Seminar of European Association of Agricultural Economists (EAAE) “International Marketing and International Trade of Quality Food Products”, 8-10 March 2007, Bologna, (<http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/7852/1/pp07ca01.pdf>).

Berni P., Begalli D., **Capitello R.** and Dalla Bernardina E. (2007), Attributi qualitativi e prezzo edonico per i vini spumanti, Proceedings of the XLII Conference SIDEA, Pisa (Italy), 22-24 September, 2005 “Biodiversità e tipicità. Paradigmi economici e strategie competitive”, edited by G. Brunori.

Berni P., **Capitello R.** and Dalla Bernardina E. (2005), Attributs qualitatifs et prix hédonique pour les vins mousseux, Proceedings of the Conference “Au nom de la qualité. Quelle(s) qualité(s) demain, Pour quelle(s) demande(s)?”, Clermont Ferrand (France), 5-6 October 2005, p. 41-49.

**Capitello R.** (2003), Stima delle opzioni di consumo attraverso un modello Logit: il caso del riso, , Proceedings of the XXXVI Conference SIDEA “La competitività dei sistemi agricoli italiani”, edited by D. Casati, Milano, 9-11 September 1999, Franco Angeli, Milano.

Berni P., Begalli D. and **Capitello R.** (2002), Segmentazione del mercato del vino in Danimarca: l’approccio metodologico delle occasioni di consumo, XXXIX Convegno Annuale della SIDEA, “Nuove Tipologie di impresa nell’agricoltura italiana”, 12-14 settembre, Firenze, pagg. 15.

Berni P., Begalli D. and **Capitello R.** (1999), Perception du consommateur italien pour le produit de terroir: le cas d’un riz IGP, in Proceedings SFER-INRA-ENITA “Signes Officiels de Qualité et Développement Agricole. Aspects Techniques et Economiques”, ENITA, Clermont-Ferrand, 14-15 aprile 1999, Ed. Tec&Doc, pagg. 273-279.

**Capitello R.** (1996), Strategie della distribuzione del riso in una provincia a forte tradizione risicola, in Proceedings of XXXII Convegno di Studi SIDEA “I prodotti agroalimentari di qualità:

organizzazione del sistema delle imprese”, edited by Berni P. and Begalli D., Quaderni della Rivista di Economia Agraria, n. 21, Il Mulino, Bologna, pagg. 617-627.

Berni P., Begalli D., **Capitello R.**, Spellini L. (1996), The perception of the consumers of wine in an area of great tradition in cultivation: an application of the Conjoint Analysis, proceedings of 47° Seminar of European Association of Agricultural Economists “Agricultural marketing and consumer behavior in a changing world”, Department of Marketing and Marketing Research, Wageningen Agricultural University, Wageningen, pagg. 137-145.

Berni P., Begalli D., **Capitello R.**, Spellini L. (1996), Strategies of the retail of rice in a district of great tradition in cultivation, Proceedings of 44th seminar of the EAAE “Agro-food Small and Medium Enterprises in a Large Integrated Economy”, edited by K. MATTAS , Kiel , Wissenschaftsverlag Vauk, Thessaloniki (Greece), October 1995, pp. 178-188.

**Capitello R.** (2001), Le strategie dell’industria e della distribuzione moderna nella commercializzazione dell’olio extra vergine di oliva, Proceedings of XXXVII Convegno di Studi SIDEA “Innovazione e ricerca nell’agricoltura italiana”, edited by Pirazzoli C., Bologna, pagg. 325-354.

#### Book Chapters

Begalli D., **Capitello R.** and Agnoli L. (2015), Territorial-Based Marketing Strategies for Typical Agro-Food Products: Issues and Perspectives, in “Agricultural Management Strategies in a Changing Economy”, edited by Popescu G. and Andrei J.-V., IGI Global, Hershey PA (USA), pp. 30-51, ISBN 2327-5677, DOI: 10.4018/978-1-4666-7521-6.ch002.

Begalli D and **Capitello R.** (2015), Governance and adaptation strategies of cooperatives in the agro-food sector: evidence from an Italian case study, in “Management innovation and entrepreneurship. A global perspective”, edited by Vrontis D., Sakka G. and Amir Khanpour M., Cambridge Scholars Publishing, Newcastle upon Tyne (UK), pp. 256-275, ISBN: 1-4438-7464-7.

**Capitello R.**, Agnoli L. and Begalli D. (2014), Asian growing markets and competition: evidence in the Chinese wine market, in “The Globalization of Chinese Business. Implications for multinational investors”, edited by Taylor R., Chandos - Asian Studies Series, Elsevier, Oxford, pp. 265-291, ISBN 9781843347682.

**Capitello R.**, Agnoli L., Galati A., Begalli D., and Crescimanno M. (2014), Business-to-business service quality assessment in professional wine events: the case of Vinaly, in “Food and wine events in Europe. A stakeholder approach.”, edited by Cavicchi A. and Santini C., Routledge, London, pp. 110-124, ISBN 9780415827812.

**Capitello R.** (2000), Obiettivi e metodologia (capitolo 3), in “Efficienza aziendale e prospettive della zootecnia da latte nelle regioni di montagna: il caso delle Comunità Montane del Baldo e della Lessinia”, edited by P. Berni e D. Begalli, Grafiche Fiorini, Verona, pagg. 45-53.

**Capitello R.** (2000), Struttura, comportamento e risultati delle principali tipologie d’impresa (Capitolo 6), in “Efficienza aziendale e prospettive della zootecnia da latte nelle regioni di montagna: il caso delle Comunità Montane del Baldo e della Lessinia”, a cura di P. Berni e D. Begalli, Grafiche Fiorini, Verona, pagg. 87-96.

**Capitello R.** (2000), Analisi dell’efficienza aziendale (Capitolo 7), in “Efficienza aziendale e prospettive della zootecnia da latte nelle regioni di montagna: il caso delle Comunità Montane del Baldo e della Lessinia”, a cura di P. Berni e D. Begalli, Grafiche Fiorini, Verona, pagg. 97-115.

**Capitello R.** (2000), Agenda 2000 e nuovi scenari della zootecnia da latte sulla montagna veronese (Capitolo 8), in “Efficienza aziendale e prospettive della zootecnia da latte nelle regioni di montagna: il caso delle Comunità Montane del Baldo e della Lessinia”, a cura di P. Berni e D. Begalli, Grafiche Fiorini, Verona, pagg. 117-131.

**Capitello R.** (2000), Filiera delle produzioni di qualità Dop/Igp nel Veneto, in “Rapporto sul sistema agroalimentare del Veneto”, a cura di Berni P., Boatto V., Povellato A., Regione Veneto-Inea, Padova, pagg. 183-201.

Begalli D., Berni P., Borghero R., **Capitello R.** (2003), La vitivinicoltura veronese tra internazionalizzazione e tradizione territoriale, Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Verona, Verona, pagg. 70.

Berni P., Begalli D., **Capitello R.**, Pavignani S. (2003), La filiera vitivinicola, in “Rapporto 2003 sul sistema agroalimentare del Veneto”, Veneto Agricoltura, Regione Veneto, Padova, pagg. 177-215.

Begalli D., Berni P., Boatto V., **Capitello R.**, De Francesco E., Galletto L., Rossetto L. (2004), Analisi e prospettive del settore vitivinicolo veneto, Veneto Agricoltura, Regione Veneto, Padova, pagg. 254.

Berni P., **Capitello R.**, Dalla Bernardina E. (2006), La filiera vitivinicola, in “Rapporto 2006 sul sistema agroalimentare del Veneto”, Veneto Agricoltura, Regione Veneto, Padova.

#### Non-Referred Communications

Agnoli L., **Capitello R.**, Gaeta D., Laureati M., Paglierini E. (2010), How Landscape may affect the purchasing behavioural choices of a consumer with reference to Veneto wines, VIII International Terroir Congress, 14-18 giugno 2010, Soave (Verona), pagg. 6.

**Capitello R.**, Gottardo M., Agnoli L. (2009), Modelli strategici e approccio all'export: un'evidenza empirica per le piccole imprese vitivinicole del Veneto, Atti del “32° Congresso Mondiale della Vigna e del Vino”, 28 giugno - 3 luglio 2009, Zagabria (Croazia), pagg. 8, CD III.C.02..

Agnoli L., Boselli M., **Capitello R.**, Fiorilo M., Tempesta G. (2008), Percezione del valore del territorio come elemento di consolidamento e sviluppo della viticoltura veneta, Atti del “31° Congresso mondiale della vigna e del vino”, 15-20 giugno 2008, Verona CD I.A.1.

Berni P., Begalli D., **Capitello R.**, Spellini L. (1995), Aspetti economici e commerciali della produzione peschicola, in Atti del Convegno “La peschicoltura veronese alle soglie del 2000”, Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Verona, Verona, pagg. 97-121.

#### Study Reports

**Capitello R.** (1997), Sviluppo ed evoluzione legislativa della cooperazione agroalimentare: un confronto Italia Francia, Università degli Studi di Verona, Istituto di Economia e Politica Agraria, Verona, 89 pagine.

**Capitello R.** (1997), Le strategie delle cooperative frutticole nella provincia di Bolzano, Università degli Studi di Verona, Istituto di Economia e Politica Agraria, Verona, 108 pagine.

#### Other

**Capitello R.** (2009), Quali prospettive di sviluppo per la cooperazione veneta, “Il Corriere Vinicolo”, Vol. 82, n. 9, pagg. 10- 11.

**Capitello R.** (2006), Recensione al libro “Il mercato del vino. Tendenze strutturali e strategie dei concorrenti”, “Rivista di Economia Agraria”, anno LXI, n. 4, pagg. 637-640.

Berni P., Begalli D., **Capitello R.** (2002), Prospettive della zootecnia da latte nelle regioni di montagna, “Unalat”, n. 53, pagg. 17-21.

#### **REVIEWER PER LE SEGUENTI RIVISTE O CONFERENZE SCIENTIFICHE**

Euromed Journal of Business

International Journal of Wine Business Research

Agricultural and Food Economics

Annual Conference of Academy of Wine Business Research

**PARTICIPAZIONE AI SEGUENTI PROGETTI DI RICERCA:**

- 1993-1996: EU-DGVI Azione Concertata no. AIR3-CT94-2518 “Quality and Competitiveness of European Rices” – Componente del gruppo di ricerca internazionale
- 1997-00: Progetto EU-Regione Veneto– Obiettivo 5B “Farm Efficiency Analysis for the Dairy Sector in the Mountain Regions” – Componente del gruppo di ricerca
- 2004-06: Progetto MIUR-PRIN “The Environmental and Landscape Interventions in the Regional Rural Development Policies” – Componente del gruppo di ricerca
- 2005-2007: Progetto MIUR-PRIN “The Role of the Wine Sector in the Sustainable Development Processes” – Componente del gruppo di ricerca
- 2009-2011: Regione Veneto – Piano di Sviluppo Rurale (PSR), Misura 124, “The Territorial Value of the Venetian Local Wines” – Componente del gruppo di ricerca
- 2013-2014: Regione Veneto – Piano di Sviluppo Rurale (PSR), Misura 124, “Nuove metodologie per il calcolo della riduzione di CO2 a livello di regioni vitivinicole nella prospettiva della sostenibilità economica e di mercato” – Componente del gruppo di ricerca
- 2013-2016: Joint Project Università degli Studi di Verona, “New models for the assessment of visitor well-being: establishment of a permanent marketing observatory “To Be Verona. The Italian Lifestyle Taste” to survey the perception of Verona in the world” – Responsabile Scientifico

**PARTICIPAZIONE IN ACCADEMIE**

Member of the following academic associations: Academy of Marketing Science, Academy of Wine Business Research, American Association of Wine Economists, Società Italiana di Economia Agraria (SIDEA), Società Italiana di Economia Agroalimentare (SIEA), Centro Studi di Economia ed Estimo Territoriale (CeSET).