



SELEZIONE PUBBLICA PER LA COPERTURA DI N. 1 POSTO DI RICERCATORE A TEMPO DETERMINATO, AI SENSI DELL'ART. 24, C. 3, LETT. B), DELLA LEGGE 30 DICEMBRE 2010, N. 240, PRESSO IL DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELL'ECONOMIA, SETTORE CONCORSUALE 13/B2 "ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE", SETTORE SCIENTIFICO DISCIPLINARE SECS-P/08 "ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE", ISTITUITO, NELL'AMBITO DEL PIANO TRIENNALE DEI FABBISOGNI DI PERSONALE 2020-2022, CON DELIBERA DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE N. 18, IN DATA 27 GENNAIO 2022. PROCEDURA N. 3, BANDITA CON. D.R. N. 163, IN DATA 08 MARZO 2022.

VERBALE N. 3

Il giorno 14 del mese di settembre dell'anno 2022 alle ore 12,00 la Commissione giudicatrice, nominata con D.r. n. 468 del 27.05.2022, per l'espletamento della selezione di cui in epigrafe, si riunisce in via telematica, ciascun membro presso la propria sede istituzionale per procedere alla prova di accertamento della conoscenza della lingua straniera e alla prova orale di discussione dei titoli dei candidati.

La Commissione è così composta:

1. Prof. Gerardino Metallo, ordinario nel settore concorsuale 13/b2 "Economia e Gestione delle Imprese", settore scientifico disciplinare Secs-P/08 "Economia e Gestione delle Imprese", presso l'Università degli studi di Salerno;
2. Prof.ssa Carmela Schillaci, ordinario nel settore concorsuale 13/b2 "Economia e Gestione delle Imprese", settore scientifico disciplinare Secs-P/08 "Economia e Gestione delle Imprese", presso l'Università degli studi di Catania;
3. Prof. Ludovico Solima, ordinario nel settore concorsuale 13/b2 "Economia e Gestione delle Imprese", settore scientifico disciplinare Secs-P/08 "Economia e Gestione delle Imprese", presso l'Università della Campania L. Vanvitelli".

Tutti i componenti sono presenti e, pertanto, la seduta è valida. Il Segretario procede alla stesura del processo verbale.

La Commissione stabilisce di procedere propedeuticamente allo svolgimento della prova orale per l'accertamento della conoscenza della lingua straniera, per quei candidati per i quali si renda necessario in assenza di relativa certificazione.

Successivamente si svolgerà la discussione pubblica individuale con tutti i candidati ammessi, sempre in via telematica, all'esito della quale la Commissione procederà, con valutazione comparativa, ad attribuire ai titoli e a ciascuna pubblicazione presentata dai medesimi candidati un punteggio così come previsto nel verbale n. 1.

Alle ore 12,00 come da convocazione inviata ai candidati, si avvia la discussione sui titoli in via telematica, come da autorizzazione del Rettore del 13.09.22.

Si procede quindi all'appello dei candidati convocati.

Risulta presente il seguente candidato:

1. Luigi Piper,

Il candidato Nicola Varrone ha inviato tramite pec del 12/9/22 lettera di ritiro alla presente selezione, ritiro comunicato dall'Amministrazione e acquisita in pari data al Protocollo generale di Ateneo al n. 148158.

Risultano assenti, pur regolarmente convocati, i seguenti candidati:

- 1) Valentina Cillo;
- 2) Antonio Mileti.

La commissione decide di attendere fino alle 12,30 i candidati che risultano assenti e che non hanno comunicato preliminarmente il proprio ritiro.

La Commissione accerta che dovrà sostenere la prova orale di conoscenza della lingua inglese, poiché sprovvisto di idonea certificazione, come da comunicazione dell'Ufficio Reclutamento prot. N.00646640755 del 25.07.2022 l'unico candidato presente:

1) Luigi Piper.

Il candidato viene chiamato alle ore 12,35 dinanzi alla Commissione a sostenere per via telematica la prova di conoscenza della lingua inglese. Viene selezionato dalla Commissione e condiviso un testo inglese del prof. Henry Chesbrough su "Open Innovation". Il candidato viene invitato a leggere il testo e a tradurlo.

All'esito della prova orale sulla conoscenza della lingua, la Commissione dichiara il candidato idoneo.

La Commissione procede quindi la discussione sui titoli e la produzione scientifica del candidato Luigi Piper, che si conclude alle ore 13,10.

Al termine della discussione dei titoli e delle pubblicazioni, la Commissione procede all'attribuzione di un punteggio ai titoli e a ciascuna delle pubblicazioni presentate dal candidato sulla base dei criteri stabiliti nella riunione preliminare.

Per il candidato vengono predisposti:

- un prospetto nel quale vengono riportati i punteggi attribuiti ai singoli titoli (all. 1);
- un prospetto nel quale vengono riportati i punteggi attribuiti a ciascuna pubblicazione (il numero indicato nel prospetto corrisponde a quello dell'elenco delle pubblicazioni allegato alla domanda di partecipazione alla selezione del candidato) (all. 2);
- un prospetto con motivato giudizio analitico sui titoli, curriculum e pubblicazioni del candidato (all. 3).

I predetti prospetti vengono allegati al presente verbale di cui costituiscono parte integrante.

Sulla base dei punteggi totali conseguiti, la Commissione, ai sensi del "Regolamento per il reclutamento dei ricercatori a tempo determinato ai sensi dell'art. 24 della legge n. 240 del 30.12.2010" adottato dall'Università del Salento, redige la seguente graduatoria di merito:

1) Luigi Piper, punti titoli 21,70/100 - punti pubblicazioni 56,40/100 - TOTALE punti 78,10/100

La Commissione, preso atto dei punteggi sopra riportati, individua nel Dott. Luigi Piper, il candidato comparativamente più meritevole e, quindi, vincitore nella procedura di selezione per l'assunzione di n. 1 ricercatore a tempo determinato per il settore concorsuale 13/B2 "Economia e gestione delle imprese", Settore Scientifico Disciplinare Secs-P/08 "Economia e gestione delle imprese", con il seguente punteggio 78,10/100.

Al termine delle predette operazioni la Commissione redige la Relazione finale, riassuntiva dei lavori svolti.

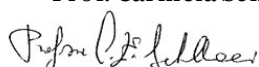
La seduta è tolta alle ore 16,30.

Il presente verbale letto, approvato telematicamente da tutti i Componenti la Commissione e sottoscritto dal Presidente, corredato dalle dichiarazioni di concordanza, datate e sottoscritte da gli interessati, che costituiscono parte integrante del verbale, è trasmesso all'Ufficio Reclutamento dell'Università del Salento in formato pdf all'indirizzo del Responsabile della procedura: reclutamento@unisalento.it ai fini della pubblicazione all'Albo Ufficiale e sul sito web di Ateneo.

Catania, 14-09-2022

Il Presidente

Prof. Carmela Schillaci



Il Componente

Prof. Gerardino Metallo

Il Segretario

Prof. Ludovico Solima

VALUTAZIONE DEI TITOLI

CANDIDATO: Luigi Piper

PUNTEGGI ATTRIBUITI AI TITOLI A SEGUITO DELLA DISCUSSIONE

Punteggi attribuibili ai titoli **fino a un massimo di punti 30****Punteggio ottenuto dal candidato = 21,70** su un max di 30

a	Dottorato di ricerca o equipollente conseguito in Italia o all'estero		punti 3
	Congruenza con il Settore scientifico disciplinare	Punti 3	
	Non congruenza con il Settore scientifico disciplinare	Punti 1	
b	attività didattica a livello universitario in Italia o all'estero		punti 3
	Modulo o ciclo di lezioni / seminari congruenti con il settore tenuti in master universitari o programmi di dottorato	Punti 0,5 per ciascuna attività	
	Incarico di insegnamento accademico congruenti con il settore in qualità di titolare	Punti 1 per ciascuna attività	
c	documentata attività di formazione o di ricerca presso qualificati istituti italiani o stranieri		punti 4
	Attività di formazione o incarico/assegno di ricerca in Italia (per almeno 2 mesi)	Punti 1 per ciascuna attività	
	Attività di formazione/visiting o incarico/assegno di ricerca a livello internazionale (per almeno 2 mesi)	Punti 2 per ciascuna attività	
d	realizzazione di attività progettuale		punti 5
	attività progettuale finanziata su base competitiva a livello internazionale, svolta con il ruolo di responsabile scientifico	Punti 2,5 per ciascuna attività	
	attività progettuale finanziata su base competitiva a livello nazionale, svolta con il ruolo di responsabile scientifico	Punti 2 per ciascuna attività	
	attività progettuale finanziata su base competitiva a livello internazionale, svolta con il ruolo di membro di gruppo/unità di ricerca	Punti 1,5 per ciascuna attività	
	attività progettuale, finanziata su base competitiva a livello nazionale, svolta con il ruolo di membro di gruppo/unità di ricerca	Punti 1 per ciascuna attività	
e	organizzazione, direzione e coordinamento di gruppi di ricerca nazionali e internazionali, o partecipazione agli stessi		punti 4
	Gruppi di ricerca nazionale	Punti 1 per ciascuna attività	
	Gruppi di ricerca internazionale	Punti 2 per ciascuna attività	
f	titolarità di brevetti		punti 1
	Numero	Punti 1	
g	Attività di relatore a congressi e convegni nazionali e internazionali		punti 1
	Partecipazione in convegni di rilevanza nazionale	Punti 0,2 per ciascuna attività	
	Partecipazione in convegni di rilevanza internazionale	Punti 0,5 per ciascuna attività	
h	Conseguimento di premi e riconoscimenti nazionali e internazionali per attività di ricerca		punti 0,7

Premio / riconoscimento (come borse di studio) per attività di ricerca a livello internazionale	Punti 0,5 per ciascuna attività
Premio / riconoscimento (come borse di studio) per attività di ricerca a livello nazionale	Punti 0,2 per ciascuna attività

i	diploma di specializzazione europea riconosciuto da Board internazionali	punti 0
	Numero diplomi congruenti con il settore	Punti 1

VALUTAZIONE DELLA PRODUZIONE SCIENTIFICA

CANDIDATO: Luigi Piper

PUNTEGGI ATTRIBUITI ALLE PUBBLICAZIONI A SEGUITO DELLA DISCUSSIONE

Punteggio totale: max 70 punti

Punteggio ottenuto dal candidato 56.40 su un max di 70,0

1) *"The effects of circular format on store patronage: An Italian perspective"* (autori: de Cosmo L.M., Piper L., Natarajaan R., Petruzzellis L.) (2021), *Journal of Business Research*, 140, pp. 430-438- FASCIA A

1	Pubblicazioni su riviste nazionali e internazionali		4 punti
	congruenza con il settore scientifico-disciplinare		Punti 0,5
	originalità		Punti 2,5
	rilevanza		Punti 0,8
	contributo		Punti 0,2

2) *Pictorial warning labels as deterrents of alcohol abuse"* (autori: Piper L., Mileti A., Prete M.I., Guido G.) (2021), *British Food Journal*, 123(13), pp. 469-489- FASCIA A

1	Pubblicazioni su riviste nazionali e internazionali		4,5 punti
	congruenza con il settore scientifico-disciplinare		Punti 0,5
	originalità		Punti 3
	rilevanza		Punti 0,8
	contributo		Punti 0,2

3) *Perceived social welfare as a driver of green products consumption: Evidences from an integrated multi-trophic-aquaculture production"* (autori: Piper L., de Cosmo L.M., Sestino A., Giangrande A., Stabili L., Longo C., Guido G.) (2021), *Current Research in Environmental Sustainability*, 3, 100081.

1	Pubblicazioni su riviste nazionali e internazionali		3,5 punti
	congruenza con il settore scientifico-disciplinare		Punti 0,5
	originalità		Punti 3
	rilevanza		Punti 0,3
	contributo		Punti 0,2

4) *Gluttony as predictor of compulsive buying behavior"* (autori: Piper L., Sestino A, Guido G) (2020), *British Food Journal*, 123(4), pp. 1345-1361- FASCIA A

1	Pubblicazioni su riviste nazionali e internazionali		4,5 punti
	congruenza con il settore scientifico-disciplinare		Punti 0,5
	originalità		Punti 3
	rilevanza		Punti 0,8
	contributo		Punti 0,2

5) *Internet of Things and Big Data as enablers for business digitalization strategies"* (autori: Sestino A., Piper L., Prete M.I., Guido G.) (2020), *Technovation*, 98, 102173- FASCIA A

1	Pubblicazioni su riviste nazionali e internazionali		4,5 punti
	congruenza con il settore scientifico-disciplinare		Punti 0,5
	originalità		Punti 3
	rilevanza		Punti 0,8
	contributo		Punti 0,2

6) *Exploring the Perceived Image of Energy Efficiency Measures in Residential Buildings: Evidence from Apulia, Italy* (autori: Rizzo C., Piper L., Prete M.I. Pino G., Guido G.) (2018), *Journal of Cleaner Production*, 197(1), pp. 349-355- FASCIA A

1	Publicazioni su riviste nazionali e internazionali		4 punti
	congruenza con il settore scientifico-disciplinare	Punti 0,5	
	originalità	Punti 2,5	
	rilevanza	Punti 0,8	
	contributo	Punti 0,2	

7) *Effects of blue lighting in ambient and mobile settings on the intention to buy hedonic products,* (autori: Guido, G., Piper, L., Prete, M. I., Mileti, A., Trisolini, C. M.) (2017), *Psychology & Marketing - FASCIA A*.

1	Publicazioni su riviste nazionali e internazionali		5 punti
	congruenza con il settore scientifico-disciplinare	Punti 0,5	
	originalità	Punti 3,5	
	rilevanza	Punti 0,8	
	contributo	Punti 0,2	

8) *"Determinants of Southern Italian Households' Intention to Adopt Energy Efficiency Measures in Residential Buildings"*, (coautori: Piper, L., Rizzo, C., Pino, G., Capestro, M., Mileti, A., Pichierri, M., Amatulli, C., Peluso, A.M., e Guido, G.) 2017, (co-autori: Rizzo, C., Piper, L., Pino, G. e Guido, G.), *Journal of Cleaner Production*, 153, 83-91. ISSN: 0959-6526- FASCIA A.

1	Publicazioni su riviste nazionali e internazionali		4,7 punti
	congruenza con il settore scientifico-disciplinare	Punti 0,5	
	originalità	Punti 3,5	
	rilevanza	Punti 0,5	
	contributo	Punti 0,2	

9) *il ruolo dei disvalori nel marketing. Un'analisi preliminare del lato oscuro dei consumatori.* Piper – De Cosmo- Cacucci Editore.

2	Monografie		punti 4
	congruenza con il settore scientifico-disciplinare	Punti 0,5	
	originalità	Punti 2,5	
	rilevanza	Punti 0,8	
	contributo	Punti 0,2	

10) *Le Avvertenze nella Comunicazione di Marketing dei Prodotti Alimentari, 2022*, (coautori: Piper L. e Prete M.I.), Franco Angeli: Milano.

2	Monografie		3,5 punti
	congruenza con il settore scientifico-disciplinare	Punti 0,5	
	originalità	Punti 2	
	rilevanza	Punti 0,8	
	contributo	Punti 0,2	

11) *The role of attitude toward chatbots and privacy concern on the relationship between attitude toward mobile advertising and behavioral intent to use chatbots-*(coautori: Piper L., De Cosmo, Di Vittorio A., *Italian Journal of Marketing*, Febbraio 2021.

1	Publicazioni su riviste nazionali e internazionali		3,5 punti
	congruenza con il settore scientifico-disciplinare	Punti 0,5	
	originalità	Punti 2	
	rilevanza	Punti 0,8	
	contributo	Punti 0,2	

12) *Measuring internalized versus externalized luxury consumption motivations and consumers' segmentation (coautori: Piper L., G. Guido, C. Amatulli, A. M. Peluso, C. DeMatteis, G. Pino -Italian Journal of marketing, febbraio 2020.*

1	Pubblicazioni su riviste nazionali e internazionali		2,7 punti
	congruenza con il settore scientifico-disciplinare	Punti 0,5	
	originalità	Punti 1,5	
	rilevanza	Punti 0,5	
	Contributo	Punti 0,2	
6	Consistenza complessiva della produzione scientifica del/la candidato/a, intensità e continuità temporale della stessa (fatti salvi i periodi di allontanamento non volontario dall'attività di ricerca, per esempio per maternità o paternità)		punti 8
	consistenza complessiva della produzione scientifica	Punti 3	
	intensità	Punti 3	
	continuità temporale	Punti 2	

ALLEGATO 3

Motivato giudizio analitico sui titoli, curriculum e pubblicazioni

Candidato Luigi Piper

1) Titoli e curriculum

Il candidato Luigi Piper ha conseguito nel 2015 il titolo di Dottore di ricerca in Scienze Economiche e Matematico Statistiche presso l'Università del Salento. È stato Assegnista di Ricerca presso il Dipartimento di Scienza dell'Economia e il Dipartimento degli Studi Umanistici dell'Università del Salento. Nel 2021 è stato Visiting Researcher presso la "School of Business and Economics in Tromsø/The Arctic University of Norway" e, precedentemente, (2013) visiting scholar sui temi "Financial Engineering and Risk Management" presso la cattedra del Prof. Martin Haugh, Columbia University USA.

Nel corso degli anni, Piper documenta un'intensa attività di ricerca con numerosi e qualificati gruppi nazionali ed internazionali. Tra i cluster internazionali di ricerca, si ricorda l'attività svolta sui temi di "Consumers' perception and neurological effectiveness of pictorial warning on food products" e su quello del "Determinants of political engagement/disengagement" sotto il coordinamento del prof. Harris P. presso University of Chester, UK. Altrettanto produttiva sotto il profilo degli output di ricerca generati è stata la partecipazione del candidato al gruppo di ricerca coordinato dal prof. Watson G., University of Portsmouth, UK.

Anche i lavori svolti sotto la guida del prof. Button della Boise State University, USA hanno consentito di produrre interessanti e originali lavori di ricerca sul tema dei "Disvalori" nel Markt". Si citano ancora le collaborazioni di ricerca con Wien H.A. (School of Business and Economics, UiT Arctic University of Norway), con Craig S. (New York University, USA) e con Bagozzi, Ross School of Business, University of Michigan, USA. Molti gruppi nazionali, inoltre, costituiscono parte stabile del network di ricerca del candidato, su temi innovativi e di frontiera.

Il candidato Piper, oltre alle attività di ricerca, documenta una significativa attività di docenza maturata presso l'Università del Salento e in quella di Bari, insegnando varie discipline nell'ambito del settore SECS/PO8, quali: Brand Communication, Marketing Analitico, Economia e Gestione delle Imprese. Presso il Dottorato in "Digital Transformation and Sustainability" dell'Università del Salento è stato inoltre impegnato in attività di docenza sui temi di "Applied Research Methods" e "Quantitative Methods", mentre presso l'International Doctoral Programme in Intercultural Relations and International Management, UNINT University, Roma, ha insegnato "Metodologie di ricerca".

Tra i titoli del candidato si segnala la sua presenza in qualità di membro nell'Editorial Board dell'International "Journal of Business and Economics Research", e lo sviluppo di un brevetto in co-progettazione, curando gli aspetti di trasferimento tecnologico e di analisi strategica.

Piper ha inoltre ottenuto premi di ricerca internazionali e nazionali (Best Paper "From home to the store: Combined effects of music and traffic on consumers' shopping behavior" -2021 Global Conference on Services and Retail Management, May 2021 e nel 2015, "Best Paper" "Political Disengagement and Political Hypocrisy: A Hidden Connection, Political Marketing Award, Kemmy Business School, University of Limerick, Ireland).

Ha partecipato in qualità di relatore a numerosi convegni nazionali e internazionali (Venezia, Roma, Lisboa, Londra, Limerick, Delft e altre sedi)

2) Pubblicazioni:

Il candidato Luigi Piper presenta una serie di pubblicazioni coerenti con il settore disciplinare SECS/PO8 Economia e Gestione delle Imprese, che si caratterizzano per rigore metodologico, robustezza nell'analisi e innovatività dei temi trattati.

I temi sotto osservazione sono soprattutto quelli del marketing strategico, del consumer behaviour, dell'innovazione tecnologica e della digitalizzazione. Tra le 12 pubblicazioni presentate ai fini della

valutazione in oggetto, si segnalano tra le altre, le 7 pubblicazioni su Riviste internazionali di fascia A e le 2 monografie. Se pur ridotta in termini di consistenza complessiva sotto il profilo quantitativo, vista anche l'età anagrafica del candidato, la produzione scientifica si presenta qualitativamente intensa e costante sotto il profilo della continuità temporale.

In particolare, gli articoli n.1,4,7, "The effects of circular format on store patronage: An Italian perspective" The journal of Business Research", "Gluttony as predictor of compulsive buying behavior", in British Food Journal, e " Effects of blue lighting in ambient and mobile settings on the intention to buy hedonic products" si caratterizzano per le indagini nel campo della neuroscienze, aprendo l'analisi manageriale a prospettive multidisciplinari e si mostrano robusti sotto il profilo metodologico, con caratteri di innovatività per i risultati delle indagini in essi contenuti e per l'impatto e la rilevanza nella comunità scientifica di riferimento delle Riviste che li hanno accolti.

Interessanti e solidi sotto il profilo metodologico e innovativi in merito ai temi trattati sono gli articoli n. 5 (Internet of Things and Big Data as enablers for business digitalization strategies, pubblicato nella rivista di fascia A-Technovation) e n. 11(The role of attitude toward chatbots and privacy concern on the relationship between attitude toward mobile advertising and behavioral intent to use chatbots, Italian Journal of Marketing).

Anche le 2 monografie sui temi del Marketing e suoi disvalori (n.9) e le avvertenze nelle strategie di comunicazione dei prodotti alimentari (n.10), seguono e approfondiscono i temi del consumer behaviour, del neuromarketing e del brand management e si caratterizzano per la solidità delle analisi e per la capacità di esplorazione di temi innovativi e di rilevanza scientifica per il settore oggetto della presente selezione.

In conclusione, le pubblicazioni definiscono un profilo scientifico complessivo del candidato più che buono e in grado di utilizzare strumenti di analisi, approcci e metodologie in modo corretto e coerente con il settore scientifico SECS PO8.