

Curriculum Vitae
Claudia Bazzani
Dipartimento di Management
Università degli Studi di Verona
Via Cantarane, 24
37129 Verona (Italia)
E-mail: claudia.bazzani@univr.it

PERCORSO ACCADEMICO

Professore Associato in S.S.D. in AGR/01
(Art. 24, comma 3, lett. a), l. n. 240/2010)

Settembre 2024 –

Dipartimento di Management
Università degli Studi di Verona
Via Cantarane, 24
37129 Verona (Italia)
E-mail: claudia.bazzani@univr.it

Ricercatore a tempo determinato di tipo B in S.S.D. in AGR/01
(Art. 24, comma 3, lett. a), l. n. 240/2010)

Settembre 2021– Agosto 2024

Dipartimento di Management
Università degli Studi di Verona
Via Cantarane, 24
37129 Verona (Italia)
E-mail: claudia.bazzani@univr.it

Ricercatore a tempo determinato di tipo A in S.S.D. in AGR/01

Maggio 2017– Agosto 2021

Dipartimento di Economia Aziendale
Università degli Studi di Verona
Via Cantarane, 24
37129 Verona (Italia)
E-mail: claudia.bazzani@univr.it

Assegno di Ricerca in Università Straniera (S.S.D. AGR/01)

Settembre 2015–Aprile

2017

Department of Agricultural Economics and Agribusiness
University of Arkansas
Fayetteville, Arkansas,
Stati Uniti d'America

Dottorato di Ricerca

Giugno 2015

Scienze e Tecnologie Agrarie, Ambientali e Alimentari (Curriculum Economia e Politica Agraria ed Alimentare)

Alma Mater Studiorum, Università di Bologna

Bologna, Italia

Tesi di dottorato (in lingua inglese): *Consumer Perception and Willingness to Pay for Local Food***Laurea Magistrale** (Programma di Doppia Laurea)

Dicembre 2010

Ortofrutticoltura Internazionale, 110/110 con lode

Università di Bologna & Humboldt Universität zu Berlin

Bologna, Italia & Berlin, Germania

Tesi (in lingua inglese): *Delphi Approach to Scenario Forecast in the Fresh Tomato Industry***Laurea Triennale**

Luglio 2008

Protezione delle Piante e dei Prodotti Vegetali

Alma Mater Studiorum

Università di Bologna

Bologna, Italia

DOTTORATO DI RICERCA

Conseguimento del titolo di dottore di ricerca in Scienze e Tecnologie Agrarie, Ambientali e Alimentari (Curriculum Economia e Politica Agraria ed Alimentare) - sede amministrativa Alma Mater Studiorum, Università di Bologna - discutendo una tesi (in lingua inglese) dal titolo: *Consumer Perception and Willingness to Pay for Local Food*

ATTIVITÀ DIDATTICA A LIVELLO UNIVERSITARIO IN ITALIA O ALL'ESTERO

a) Attività didattica c.d. frontale in Italia

Anno Accademico	Insegnamento	Ruolo	Numero Ore	Crediti CFU	Corso di Laurea
	Advanced quantitative research methods	Titolare di modulo	8	2	Dottorato Interateneo in Accounting and Management, Università degli

					Studi di Udine e Università degli Studi di Verona
	Marketing research for agrifood and natural resources (AGR/01)	Titolare di modulo	40	5	Laurea Magistrale in “Data Science”, Università degli Studi di Verona
	Advanced tools for marketing and communication (AGR/01)	Titolare di modulo	50	5	Laurea Magistrale Interateneo in “Viticoltura, Enologia e Mercati Vitivinicoli”, Università degli Studi di Verona
	Trending topics in consumer market research for developing innovation	Titolare di modulo	2	0.5	Dottorato Interateneo in Accounting and Management, Università degli Studi di Udine e Università degli Studi di Verona
	Principia di Marketing Alimentare	Titolare di modulo	24	3	Laurea in Scienze nutraceutiche e della salute alimentare
<u>2023-2024</u>	Advanced quantitative research methods	Titolare di modulo	8	2	Dottorato Interateneo in Accounting and Management, Università degli Studi di Udine e Università degli Studi di Verona
	Marketing research for agrifood and natural resources (AGR/01)	Titolare di modulo	40	5	Laurea Magistrale in “Data Science”, Università degli Studi di Verona
	Advanced tools for marketing and	Titolare di modulo	50	5	Laurea Magistrale Interateneo in “Viticoltura,

	communication (AGR/01)				Enologia e Mercati Vitivinicoli”, Università degli Studi di Verona
	Trending topics in consumer market research for developing innovation	Titolare di modulo	2	0.5	Dottorato Interateneo in Accounting and Management, Università degli Studi di Udine e Università degli Studi di Verona
<u>2022-2023</u>	Advanced quantitative research methods	Titolare di modulo	8	2	Dottorato Interateneo in Accounting and Management, Università degli Studi di Udine e Università degli Studi di Verona
	Marketing research for agrifood and natural resources (AGR/01)	Titolare di modulo	40	5	Laurea Magistrale in “Data Science”, Università degli Studi di Verona
	Advanced tools for marketing and communication (AGR/01)	Titolare di modulo	50	5	Laurea Magistrale Interateneo in “Viticoltura, Enologia e Mercati Vitivinicoli”, Università degli Studi di Verona
	Trending topics in consumer market research for developing innovation	Co-docente	2	0.5	Dottorato Interateneo in Accounting and Management, Università degli Studi di Udine e Università degli Studi di Verona
	Advanced quantitative	Co-docente	8	2	Dottorato Interateneo in Accounting and

<u>2021-2022</u>	research methods				Management, Università degli Studi di Udine e Università degli Studi di Verona
	Advanced tools for marketing and communication (AGR/01)	Titolare di modulo	50	5	Laurea Magistrale in “Viticoltura, Enologia e Mercati Vitivinicoli”, Università degli Studi di Verona
	Marketing research for agrifood and natural resources (AGR/01)	Titolare di modulo	40	5	Laurea Magistrale in “Data Science”, Università degli Studi di Verona
	Trending topics in consumer market research for developing innovation	Titolare di modulo	2	0.5	Dottorato Interateneo in Accounting and Management, Università degli Studi di Udine e Università degli Studi di Verona
<u>2020-2021</u>	Digital Marketing and Market Research	Titolare	48	6	Laurea Magistrale in “Data Science”, Università degli Studi di Verona
	Cellar Door Wine Tourism (AGR/01)	Titolare di modulo	40	5	Laurea in “Scienze e tecnologie viticole ed enologiche” - Laurea Magistrale in “Viticoltura, Enologia e Mercati Vitivinicoli”, Università degli Studi di Verona
	Metodi e strumenti a supporto delle decisioni	Titolare	12	2	“Laboratorio Didattico” organizzato dal Dipartimento di Economia

<u>2019-2020</u>	strategiche di marketing e di management aziendale				Aziendale, Università degli Studi di Verona
	Cellar Door Wine Tourism (AGR/01)	Titolare di modulo	40	5	Laurea in “Scienze e tecnologie viticole ed enologiche” e del corso di Laurea Magistrale Interateneo in “Viticoltura, Enologia e Mercati Vitivinicoli”, Università degli Studi di Verona
<u>2018-2019</u>	Metodi e strumenti a supporto delle decisioni strategiche di marketing e di management aziendale	Titolare	12	2	“Laboratorio Didattico” organizzato dal Dipartimento di Economia Aziendale, Università degli Studi di Verona
	Cellar Door Wine Tourism (AGR/01)	Titolare di modulo	40	5	Laurea in “Scienze e tecnologie viticole ed enologiche” e del corso di Laurea Magistrale Interateneo in “Viticoltura, Enologia e Mercati Vitivinicoli”, Università degli Studi di Verona

a) Attività di ricerca presso qualificate università italiane e straniere sugli aspetti economici, politici, gestionali ed estimativi del consumo dei prodotti del settore primario (agricoltura, selvicoltura e pesca) e delle agrobiotecnologie

- 1) 20 Maggio 2023 – 12 Giugno 2023: Agricultural University of Athens – Grecia;
- 2) 25 Luglio 2019 - 13 Agosto 2019: Department of Agricultural Economics and Agribusiness – University of Arkansas – U.S.A.;
- 3) 7 Giugno 2018 - 10 Giugno 2018: Department of Agricultural, Food, and Resource Economics -Michigan State University – U.S.A.;
- 4) 15 Maggio 2018 - 6 Giugno 2018: Department of Agricultural Economics and Agribusiness – University of Arkansas – U.S.A.;
- 5) Giugno 2017 - Luglio 2017: Department of Agricultural Economics and Agribusiness – University of Arkansas – U.S.A.;
- 6) Settembre 2015 - Aprile 2017: Department of Agricultural Economics and Agribusiness –University of Arkansas – U.S.A.;
- 7) Maggio 2015 - Agosto 2015: Dipartimento di Agricoltura, Alimentazione e Ambiente (Di3A) – Università degli Studi di Catania –Italia;
- 8) Ottobre 2014 - Dicembre 2014: Department of Food and Resource Economics – Korea University – Republic of Korea;
- 9) Agosto 2013 - Giugno 2014: Department of Agricultural Economics and Agribusiness – University of Arkansas – U.S.A.

b) Attività didattica c.d. frontale presso atenei internazionali

<u>Anno Accademico</u>	<u>Insegnamento</u>	<u>Ruolo</u>	<u>Numero Ore</u>	<u>Corso di Laurea</u>
2023/2024	Discrete Choice Experiments in the Agri-Food Domain	Docente “incaricato”	30	Attività didattica interno del Master Avanzato in Economia e Politica Agraria 2024 (Summer Term).
2023/2024	Workshop on Food Choice Decision & Psychological Aspects	Docente “incaricato”	4	Attività didattica all’interno del progetto Horizon 2020, AgriFoodBoost, presso Alma Mater Studiorum, Univesità di Bologna
2018/2019	“Experimental Economics”	Docente “incaricato” nell’ambito del programma Erasmus +: Teaching staff Mobility	8	Laurea in “Agricultural Sciences”, Agricultural University of Athens, Atene, Grecia
2017/2018	“Food and consumer”	Docente “incaricato”	9	Laurea in “Agribusiness” presso la School of Accounting, Finance and Economics, University of Waikato, Hamilton (NZ)
2017/2018	“Agribusiness Case Studies”	Docente “incaricato”	12	Laurea Magistrale in “Agribusiness” presso la School of Accounting,

				Finance and Economics, University of Waikato, Hamilton (NZ)
--	--	--	--	---

COORDINAMENTO E/O PARTECIPAZIONE A GRUPPI DI RICERCA I CUI PROGETTI SONO STATI AMMESSI A FINANZIAMENTO SULLA BASE DI BANDI COMPETITIVI

- 1) 2024-2027: Partecipazione al progetto (in veste di Vice Steering Committee di Unità) *“Balancing economic, environmental, and social sustainability in the European aquaculture industry (AQUABALANCE)”* Sustainable Blue Economy Partnership’s joint transnational call (2023), Horizon Europe – the Framework Programme for Research and Innovation (2021/2027) (Valore totale del progetto = € 2.127.641, co-finanziamento da parte dell’Unione Europea);
- 2) 2023-2025: Partecipazione al progetto: *“Winery-based Integrated Carbon Capture and Nutrient Recovery using Microalgae (WINE-CAP)”* (Valore totale del progetto = € 100.000, Co-finanziamento da parte di Cariverona - UNIVR)
- 3) 2023-2025: Coordinamento del progetto *“(Un)healthy food and choice behaviour (ChoiceHealthFood)”*, Bando PRIN 2022 (Valore totale del progetto = € 245.350 €, Co-finanziamento da parte di MUR);
- 4) 2022-2024: Partecipazione al progetto *“Valorizzazione e Riutilizzo delle materie prime seconde da lavorazione del frantoio oleario” (OLI.VA.RE)*, Piano Sviluppo e Collaborazione; (PSC 2014-2020), Area tematica PSC 1- Ricerca e Innovazione, Azione ex por FESR 1.1.4 “Sostegno alle attività collaborative di R&S per lo sviluppo di nuove tecnologie sostenibili, di nuovi prodotti e servizi” (Valore totale del progetto = € 240.000, Co-finanziamento da parte di Regione Veneto);
- 5) 2022-2025: Partecipazione al progetto di Ricerca *“Interconnected Nord-Est Innovation Ecosystem (iNEST)”* ambito di intervento *“4.Digital, Industry, Aerospace”* - nel quadro del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) – Ecosistemi dell’Innovazione – Missione 4 Istruzione e ricerca - Componente 2 Dalla ricerca all’impresa – Investimento 1.5, finanziato dall’Unione europea – NextGenerationEU, all’interno dello Spoke 7, SMART AGRIFOOD, RT2.2 “Sensor-based approaches, innovative process control applications and smart packaging in agri-food. From technological innovation to consumers’ perception”, e RT3.3 “Marketing of upcycled foods”;
- 6) 2022-2023: Co-coordinamento del Progetto *“BESMART- “Biorisorse microbiche per bevande intelligenti e consumi più sostenibili”* - Responsabile per l’unità: *“Bevande fermentate per un consumo più sostenibile”*, bando PNR -DM 737 del 24/09/2021 (Valore del progetto = € 100.000, Co-finanziamento da parte di MUR) ;
- 7) 2021-2023: Partecipazione al progetto di ricerca *“Tracciabilità digitale di filiera – Creare relazioni aziendali collaborative per lo sviluppo sostenibile del territorio”*,

Bando Ricerca e Sviluppo (Valore totale del progetto = € 100.000, Co-finanziamento Cariverona - UNIVR);

- 8) 2020: Coordinamento del progetto di ricerca “*Exploring the impact of family dynamics on food purchasing behavior*”, Cooperint –Mobilità in ingresso (finanziato da UNIVR, Valore del progetto = € 1.200) in collaborazione con ricercatori afferenti alla University of Arkansas;
- 9) 2019-2021: Partecipazione al progetto di ricerca “*User profiling from heterogeneous big data by machine learning for Fair digital innovation (FAIR-PLAY)*”, Joint-Project (finanziato da UNIVR e Veronafiere, Valore totale del progetto = € 133.000) in collaborazione con ricercatori afferenti alla Liverpool Hope University, con attenzione allo studio dei flussi dei visitatori nel contesto della fiera “VINITALY”.

PARTECIPAZIONE A CONFERENZE SCIENTIFICHE INTERNAZIONALI E/O NAZIONALI (* = partecipazione in veste di relatore, # = partecipazione in veste di co-autore)

- 1) Cerjak M., Bazzani C.*, Drichoutis A., “Consumer preferences for craft beer: The interplay of localness and advertising language”. Selected Paper in a Lightning Session, Agricultural & Applied Economics Association Annual Meeting, 2024 New Orleans, 28-30 Luglio (Accettato) ;
- 2) Bonioli M., Bazzani C.*, Scarpa R., “On the optimal number of preference classes for sustainable wine packaging: a comparative study”. Presentation in organized symposia sessions, Agricultural & Applied Economics Association Annual Meeting, 2024 New Orleans, 28-30 Luglio (Accettato) ;
- 3) Bonioli M., Bazzani C.#, Begalli D., “Consumer perception and preferences towards upcycled foods”, V Convegno Aissa#under40, Università degli Studi di Firenze - Campus di Novoli (FI) - 26-27 Giugno 2024 (Accettato) ;
- 4) Pesme J.O., Bazzani C.*, “The challenges of a harmonized wine tourism definition” Great Wine Capitals, AGM Meeting, Lausanne, Ottobre 2023;
- 5) Bazzani C.#, Bonioli M., Scarpa R., "Investigating the Optimal Number of Preference Classes: A Comparative Study"; Poster Presentation XVII EAAE Congress: Agri-Food Systems in a changing world: connecting science and society, Rennes, France, Settembre 2023;
- 6) Discussant della sessione organizzata: “Q Open: Open Science and Implications for the Agricultural Economics Profession”; XVII EAAE Congress: Agri-Food Systems in a changing world: connecting science and society, Rennes, France, Settembre 2023;
- 7) Brollo T., Bazzani C.#, Capitello R., “What is a natural wine? A cross-regional content-analysis on web platforms” The 2023 Academy of Wine Business Research Conference, Wolfville Nova Scotia, Canada, Luglio 2023;
- 8) Bazzani C*, Nayga RM.Jr., McGee P.J., “Familiarity and the Endowment Effect” 3rd Winter Workshop: Behavioral and Experimental Economics of Food Consumption, Grenoble, Marzo, 2023;
- 9) Bazzani C*, Nayga RM.Jr., McGee P.J., “Familiarity and the Endowment Effect” 183rd EAAE seminar, Zagreb, Settembre 2022;

- 10) Maesano G., Bazzani C. #, Begalli D., Capitello R., “Does believing it is natural affect consumer wine choices? Evidence from a survey in Italy” Palermo, Convegno SIDEA 2022;
- 11) Bazzani* C., Guenther E., Jr., Veronesi M..“Framing and pro-social behavior: An experiment on Fair trade”, 2021 AAEA & WAEA Joint Annual Meeting;
- 12) Bazzani* C., Guenther E., Jr., Veronesi M..“Framing and pro-social behavior: An experiment on Fair trade”, EAAE, 2021;
- 13) Fang D., Nayga R. M. Jr. West G. H. & Bazzani C. # “Does Virtual Reality Reduce Hypothetical Bias? Evidence from Choice Experiments Using Nutrition Labels” ; Agricultural & Applied Economics Association Annual Meeting, Atlanta., Luglio 21 - 23 2019;
- 14) Fang D., Nayga R. M. Jr., Snell H. A. West G. H. & Bazzani C. # “Evaluating USA’s New Nutrition and Supplement Facts Label: Evidence from a Non-hypothetical Choice Experiment.” Agricultural & Applied Economics Association Annual Meeting, Atlanta., Luglio 21 -23 2019;
- 15) Asioli D., Bazzani C. #, Nayga R.M, Jr. “Consumers’ Valuation for Lab Produced Meat: An Investigation of Naming Effects” Agricultural & Applied Economics Association Annual Meeting, Washington D.C., Agosto 5-7 2019;
- 16) Bazzani C.#, Guenther E., Jr., Veronesi M..“Behavioral Factors and Ethical Food Consumption: The Role of Guilt and Shame” ENVECHO VIII European Workshop on Discrete Choice Experiments. Verona. 30 Settembre – 1 Ottobre, 2019;
- 17) Bazzani C*., Nayga R.M, Jr., Caputo V., Begalli D., “Consumers’ preferences and willingness to pay for edible food packaging: evidence from a choice experiment” 174th EAAE Seminar. Economics of culture and food in evolving agri-food systems and rural areas, Matera, 10-12 Ottobre 2019;
- 18) Bazzani C*., Nayga R.M, Jr., Caputo V., Begalli D. “Edible food packaging: behavioural factors influencing consumer preference formation” ENVECHO VIII European Workshop on Discrete Choice Experiments. Verona. 30 Settembre- 1 Ottobre, 2019;
- 19) Bazzani C.*, Nayga R.M, Jr., Ha K., Atallah S.S “Cognitive load and attribute information processing: the case of craft beer” 13th Annual AAWE Conference, Vienna , Luglio 14 – 18, 2019;
- 20) Bazzani C.*, Capitello R., Scarpa R., Begalli D., Quinzi D., “Energy value information and consumers’ preferences for different wine attributes: A choice experiment approach” 13th Annual AAWE Conference, Vienna , Luglio 14 – 18, 2019;
- 21) Bazzani C*., Nayga R.M, Jr., Caputo V. “Can Circadian Rhythm Affect Food Choice Behavior and Willingness to Pay Values?” Second Winter Workshop on the Behavioral and Experimental Economics of Food Consumption, Aussois, Francia, Gennaio 29 Gennaio- 1 Febbraio, 2019;
- 22) Scarpa R., Bazzani C.*, Begalli D., Capitello R. “Accounting for resolvable uncertainty: does it matter?” ENVECHO VII European Workshop on Discrete Choice Experiments, Catania, 1-2 Ottobre, 2018;
- 23) Capitello R., Bazzani C.*, Begalli D. “Consumer preferences and perceptions of rosé wine in out-of-home consumption situations in Italia” Selected presentation at the 2018 American Association of Wine Economists Annual Meeting, Cornell University, Ithaca, NY, Giugno 10-14;

- 24) Asioli D., Bazzani C. #, Baum K. H. T., Nayga R.M, Jr. “Can a “Reminder” Reduce Attribute Non-attendance in Choice Experiments? Evidence from a Consumer Study in the United States” Selected presentation at the 2018 Conference, Aarhus, Denmark, Luglio 4-6;
- 25) Capitello R., Bazzani C.#, Begalli D., Scarpa R. “Investigating the demand for craft beer in a traditional wine consuming country: does the context matter?” Selected presentation at the 2018 EMAC Annual Conference, University of Strathclyde, Glasgow, UK, Maggio 29 – 1 Giugno. 2018;
- 26) Gilmour D. N., Nayga R. M. Jr., Bazzani C. #, Price H. “Consumers' Willingness to Pay for Hydroponic Lettuce: A Non-hypothetical Choice Experiment” Selected presentation at the 2018 Southern Agricultural Economics Association (SAEA) Annual Meeting, Jacksonville, Florida, Febbraio 2-6;
- 27) Bazzani C.*, Nayga R.M, Jr., Ha K., Atallah S.S. “Willpower Depletion: Can it Influence Responses and Attribute Non-Attendance in Choice Experiments?” Selected Paper prepared for presentation at the 2017 Agricultural & Applied Economics Association Annual Meeting, Chicago, Illinois, Luglio 30 -1 Agosto;
- 28) Bazzani C.*, Nayga R.M, Jr., Caputo V. “Does circadian rhythm affect consumer evaluation for food products? An experimental study” Selected Paper prepared for presentation at the 2017 Agricultural & Applied Economics Association Annual Meeting, Chicago, Illinois, Luglio 30-1 Agosto;
- 29) Ha K., Atallah S.S., Bazzani C.#, Nayga R.M, Jr. “Consumer Willingness to Pay for Local Food: Does the Localness of Inputs Matter? The Case of Local Beer and Local Hops” Selected Paper prepared for presentation at the 2017 Agricultural & Applied Economics Association Annual Meeting, Chicago, Illinois, Luglio 30-1 Agosto;
- 30) Bazzani C.*, Nayga R.M, Jr., Caputo V., Canavari M., Danforth D.M. “On the Use of the BDM Mechanism in Non-Hypothetical Choice Experiments”. Selected Paper prepared for presentation at the 2016 Agricultural & Applied Economics Association Annual Meeting, Boston, Massachusetts, 31 Luglio- 2Agosto;
- 31) Bazzani C.*, Gustavsen G.W., Nayga R.M. Jr., Rickertsen K. “Are Consumers’ Preferences for Food Values in the U.S. and Norway Similar? A Best-Worst Scaling Approach”. Selected Paper prepared for presentation at the 2016 Agricultural & Applied Economics Association Annual Meeting, Boston, Massachusetts, 31 Luglio - 2 Agosto;
- 32) Kemper N., Nayga R.M. Jr., Popp J.H., Bazzani C.# “Effects of Honesty Oath and Consequentiality in Choice Experiments”. Selected Paper prepared for presentation at the 2016 Agricultural & Applied Economics Association Annual Meeting, Boston, Massachusetts, Luglio 31-Agosto 2;
- 33) Bazzani C.*, Caputo V., Nayga R.M, Jr., Canavari M. “Testing commitment cost in food choices: a non-hypothetical choice experiment approach”. Selected Paper prepared for presentation at the 2015 Agricultural & Applied Economics Association and Western Agricultural Economics Association Annual Meeting, San Francisco, CA, Luglio 26-28;
- 34) Bazzani, C.*, V. Caputo, R. M. Nayga Jr., and M. Canavari. "Local v.s organic: does consumer personality matter?", 143rd joint AAEA-EAAE Seminar, 25-27 Marzo 2015 Napoli, Italia;
- 35) Wongprawmas, R., Pappalardo, G, Bazzani, C.#, Canavari, M., Drichoutis, A., Pecorino, B. “Consumers’ willingness to pay for conventional and functional snack:

The effect of taste in Experimental Auctions” 157th EAAE Seminar VI Workshop on Valuation Methods in Agro-Food and Environmental Economics: “Methodological and Empirical Challenges in Valuation Methods”, Barcelona, Spain, Giugno 30 - Luglio 1, 2016;

- 36) Bazzani, C. *, Asioli, D., Gozzoli, E., Canavari, M. “Consumer perceptions and attitudes towards Farmers’ Markets : the case of the Bologna “ Earth Market ” ® . 134th EAAE Seminar, "Labels on sustainability: an issue for consumers, producers, policy makers, and NGOs", 21-22 Marzo 2013, Parigi, Francia.

PRESENTAZIONE IN QUALITÀ DI RELATORE A SEMINARI ORGANIZZATI PRESSO ISTITUTI NAZIONALI O INTERNAZIONALI

- 1) “Reporting nutritional information on wine: does it affect consumers’ choices? Evidence from a Choice Experiment in Italy”, Dipartimento di Scienze e Politiche Ambientali, Università di Milano, Febbraio, 2022;
- 2) “Reporting nutritional information on wine: does it affect consumers’ choices? Evidence from a Choice Experiment in Italy”, Agri-food Economics and Marketing Department, University of Reading, Febbraio, 2022;
- 3) “Reporting nutritional information on wine: does it affect consumer preferences for quality attributes? Evidence from a survey in Italy”, Group of Social Sciences and Consumer Behavior, Wageningen University and Research, Febbraio 2020;
- 4) “Can circadian rhythm affect choice behaviour and willingness to pay values?” Waikato Management School. Hamilton, New Zealand, Agosto 2018;
- 5) “Are Consumers’ Preferences for Food Values in the U.S. and Norway Similar? A Best-Worst Scaling Approach”. Economic Research Service – USDA. Washington D.C. U.S., Aprile 2016;
- 6) “On the Use of the BDM Mechanism in Non-Hypothetical Choice Experiments”. Department of Agricultural Economics. Oklahoma State University;
- 7) Department of Agricultural Economics. Oklahoma State University. Stillwater. U.S., Aprile 2016;
- 8) “Testing commitment cost in food choices: a non-hypothetical choice experiment approach”. Department of Agricultural Economics. Texas A&M University. College Station, U.S., Settembre 2015;
- 9) Testing Commitment Cost using Experimental Data". Department of Food and Resource Economics. Korea University, Seoul, Republic of Korea, Dicembre 2014;
- 10) “Delphi approach to Scenario Forecast of Fresh Tomato Industry”. Department of Agricultural Sciences - Alma Mater Studiorum - University of Bologna, Italia, Dicembre 2011.

PREMI E RICONOSCIMENTI NAZIONALI E INTERNAZIONALI PER ATTIVITÀ DI RICERCA

2024 Best Graduate Student Paper Award
The Agricultural & Applied Economics Association

Luglio 2024

Experimental Economics Section

“Comparing experimental auctions and real choice experiments in food choice: a homegrown and induced value analysis”

Top cited article 2022-2023

Aprile 2024

“Among work published between 1 January 2022 – 31 December 2023

Journal of Agricultural Economics

Are consumers willing to pay for a in-vitro meat? An investigation of naming effects”

Riconoscimento per la pubblicazione di “alta qualità”

Dicembre 2023

per il paper : *“Are consumers willing to pay for a in-vitro meat? An investigation of naming effect”*

Dipartimento di Management, Università degli Studi di Verona

Riconoscimento per la pubblicazione di “alta qualità”

Dicembre 2022

per il paper : *“On the Use of Virtual Reality in Mitigating Hypothetical Bias in Choice Experiments”*

Dipartimento di Economia Aziendale, Università degli Studi di Verona

Miglior Poster

Febbraio 2016

Wolfe E., Popp M., Bazzani C., Nayga R.M. Jr., Danforth D., Popp J., Chen P., Seo H.S.
“Consumers’ Willingness to Pay for Genetically Engineered Edamame”

Selected Poster prepared for presentation at the Southern Agricultural Economics Association’s
2016 Annual Meeting

San Antonio, Texas

ATTIVITA’ DI EDITORE PER RIVISTE SCIENTIFICHE

- “Associate editor” per la rivista scientifica
“Agribusiness: An International Journal” Aprile 2024-Presente
- “Associate editor” per la rivista scientifica *“Q Open”* Giugno 2020-Presente
- Co-editore of the Special Issue:
“Food Quality, Price and Consumer Choices” Gennaio 2020- Dicembre 2020
per la rivista scientifica *“Sustainability”*

PRESENTAZIONE IN QUALITÀ DI RELATORE A EVENTI DI DIVULGAZIONE

- 1) “Il ruolo del consumatore nella nuova agricoltura. Digital labelling”, Verona Agrifood Innovation Hub, Eatable Adventures. Verona, Italia, Luglio 2023;
- 2) "Alimentazione e Ambiente", Rete Università Sostenibili e dalla rete SOS - Scuole Orientate alla Sostenibilità, Verona, Italia, Novembre 2022;
- 3) “Cibo e sostenibilità, dall'ambiente alla salute: come la ricerca arriva al consumatore” Università degli Studi di Verona –“ Il Green Deal: un modello Europeo di Sostenibilità?”. Verona, Italia, Ottobre 2020;
- 4) Prospettive di mercato del settore oleario italiano nei Paesi del Nord Europa”. - GoT – Cattolica Center. Verona, Italia, Maggio 2018;
- 5) “Quanto siamo disposti a pagare per un calice di rosé?”. Università degli Studi di Verona – GoTo Vinality and the City. Verona, Italy, Aprile 2018.

ATTIVITA' DI ORGANIZZAZIONE EVENTI SCIENTIFICI

- **Membro della “Organizing Committee”** Luglio 2024
15th International conference of the Academy of Wine Business Research, Verona
- **Organizzatore del seminario di Dipartimento** Aprile 2024
“Humanization of Virtual Assistants and Delegation Choices”, Università di Verona, Verona, Oratore: Andreas Drichoutis
- **Session Chair** Settembre 2023
Sessione: “Shifting to Plant-Based Proteins: Changes in Food Production Technologies and Their Consequences on Food Markets (Part 2: Downstream Markets)”. XVII EAAE Congress: Agri-Food Systems in a changing world: connecting science and society, Rennes, France
- **Co-organizzatore di ENVECHO:** Settembre 2019
VIII European Workshop on Discrete Choice Experiments, Università di Verona, Verona
- **Organizzatore del seminario di Dipartimento** Luglio 2019
“Evolving Consumption Patterns in the U.S. Alcohol Market: Disaggregated Spatial Analysis”, Università di Verona, Verona, Oratore: Jarret Hart
- **Session Chair** Giugno 2019
9th INEKA Conference, Department of Business Administration, Università di Verona, Verona
- **Organizzatore del seminario di Dipartimento** Luglio 2018

“Economic Rationality under Cognitive Load”, Università di Verona, Verona,
Oratore: Andreas Drichoutis

- **Organizzatore del seminario di Dipartimento** Marzo 2018
“Making sense of the “clean label” trends: consumer and industry issues”,
Università di Verona, Verona, Oratore: Daniele Asioli
- **Organizzatore del seminario di Dipartimento** Aprile 2017
“Where’s the Beef? Retail Channel Choice and Beef Preferences in Argentina”,
University of Arkansas, Fayetteville, AR, Oratore: David Ortega, Michigan State
University
- **Organizzatore del seminario di Dipartimento** Dicembre 2016
"The Excessive Choice Effect Meets the Market: Experiments on Craft Beer
Choice", University of Arkansas, Fayetteville, AR, Oratore: Trey Malone,
Oklahoma State University
- **Co-organizzatore della scuola internazionale** Settembre 2012
In: “Experimental Auctions: “Theory and Applications in Food Marketing and
Consumer Preferences Analysis” Alma Mater Studiorum - Università di
Bologna Teaching Centre of Imola (Bologna)

ALTRE COMPETENZE PERSONALI

a) Competenze informatiche

- Stata® (conoscenza avanzata),
- NLOGIT® (conoscenza avanzata),
- Ngene® (conoscenza avanzata),
- Qualtrics® (conoscenza avanzata),
- R® (conoscenza avanzata),
- SAS® (conoscenza buona),
- SPSS® (conoscenza buona),
- LaTeX® (conoscenza buona),
- Latent Gold® (conoscenza buona)
- MATLAB® (conoscenza base),
- Python Biogeme® (conoscenza base).

b) Competenze linguistiche

- Italiano (madrelingua)
- Inglese (conoscenza avanzata)
- Spagnolo (conoscenza buona)

- Tedesco (conoscenza buona)

PUBBLICAZIONI

H-index Web Of Science (WOS) = 12
H-index Scopus = 13

ARTICOLI IN RIVISTE CON PROCESSO DI REVISIONE ANONIMA (* =corresponding author)

- Capitello, R., Bazzani, C., & Begalli, D. (2026). Demand for craft beer and craft wine: A choice experiment across on-premise contexts. *Food Quality and Preference*, 105834.
- Bonioli, M., & Bazzani, C. (2025). Consumer Behaviour Toward 'Smart' Food Labels: A Systematic Literature Review Using the Technology Acceptance Model. *Trends in Food Science & Technology*, 105256.
- Cerjak, M., Bazzani, C., & Drichoutis, A. C. (2025). Consumer preferences for craft beer: The interplay of localness and advertising language. *Agribusiness*.
- Bazzani, C.*, Scarpa, R., Begalli, D., & Capitello, R. (2025). Reporting nutritional information on wine packaging: Does it affect consumers' choices? Evidence from a choice experiment in Italy. *Food Policy*, 131, 102800.
- Kemper, N., Popp, J., Nayga Jr, R. M., & Bazzani, C. (2024). A Query Approach to Modeling Attendance to Attributes in Discrete Choice Experiments. *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 1-23.
- Bazzani, C.*, Maesano, G., Begalli, D., & Capitello, R. (2024). Exploring the effect of naturalness on consumer wine choices: Evidence from a survey in Italy. *Food Quality and Preference*, 113, 105062.
- Caputo, V., Lagoudakis, A., Shupp, R., & Bazzani, C. (2023). Comparing experimental auctions and real choice experiments in food choice: a homegrown and induced value analysis. *European Review of Agricultural Economics*, 50(5), 1796-1823.
- Vitali, V., Bazzani, C*., Gimigliano, A., Cristani, M., Begalli, D., & Menegaz, G. (2022). Trade show visitors and key technological trends: from a literature review to a conceptual framework. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 37(13), 142-166.

- Asioli, D., Bazzani, C., & Nayga Jr, R. M. (2022). Are consumers willing to pay for in-vitro meat? An investigation of naming effects. *Journal of Agricultural Economics*, 73(2), 356-375.
- Atallah S.S., Bazzani C.*, Ha K.A., Nayga R.M., Jr. (2021). Does the origin of inputs and processing matter? Evidence from consumers' valuation for craft beer. *Food Quality and Preference*, 89(1), 104146.
- Fang, D., Nayga, R.M., Jr, West, G.H., Bazzani, C., Yang, W., Lok, B.C., Levy, C.E. and Snell, H.A. (2021), On the Use of Virtual Reality in Mitigating Hypothetical Bias in Choice Experiments. *American Journal of Agricultural Economics.*, 103: 142-161.
- Scarpa, R., Bazzani, C., Begalli, D., & Capitello, R. (2021). Resolvable and Near-epistemic Uncertainty in Stated Preference for Olive Oil: An Empirical Exploration. *Journal of Agricultural Economics*.
- Bazzani, C., Capitello, R., Ricci, E. C., Scarpa, R., & Begalli, D. (2020). Nutritional Knowledge and Health Consciousness: Do They Affect Consumer Wine Choices? Evidence from a Survey in Italy. *Nutrients*, 12(1), 84.
- Gilmour, D. N., Bazzani, C*, Nayga Jr, R. M., & Snell, H. A. (2019). Do consumers value hydroponics? Implications for organic certification. *Agricultural Economics*, 50(6), 707-721.
- Fang, D., Nayga, R. M., Snell, H. A., West, G. H., & Bazzani, C. (2019). Evaluating USA's new nutrition and supplement facts label: evidence from a non-hypothetical choice experiment. *Journal of Consumer Policy*, 42(4), 545-562.
- Capitello R., Bazzani C*, & Begalli D. (2019). Consumer Personality, Attitudes and Preferences in Out-of-home Contexts: The Case of Rosé Wine in Italy. *International Journal of Wine Business Research*, 31(1), 48-67
- Bazzani, C*, Gustavsen G. W., Nayga Jr, R. M., & Rickertsen, K. (2018). A comparative study of food values between the United States and Norway. *European Review of Agricultural Economics*, 45(2), 239-272
- Bazzani, C*, Palma, M. A., & Nayga Jr, R. M. (2018). On the use of flexible mixing distributions in WTP space: an induced value choice experiment. *Australian Journal of Agricultural and Resource Economics*, 62(2), 1-14
- Wolfe, E, Popp, M., Bazzani, C., Nayga Jr., R.M., Danforth, D., Popp, J., Chen, P., & Seo H.S. (2018). Consumers' willingness to pay for edamame with a genetically modified label. *Agribusiness: an International Journal*, 34(2), 283-299.
- Bazzani C.*, Caputo V., Nayga Jr., R. M., & Canavari M. (2017) Revisiting Consumers' Valuation for Local Versus Organic Food Using a Non-Hypothetical Choice Experiment: Does Personality Matter?. *Food Quality and Preference*, 62, 144-154.

- Bazzani, C., & Canavari, M. (2017). Is local a matter of food miles or food traditions? *Italian Journal of Food Science*, 29(3), 505-517.
- Bazzani, C.*, Caputo, V., Nayga Jr., R.M, & Canavari, M. (2017). Testing commitment cost theory in choice experiments, *Economic Inquiry*, 55(1), 383-396
- Bazzani, C., Asioli, D., Canavari, M., & Gozzoli, E. (2016). Consumer perceptions and attitudes towards Farmers' Markets: the case of a Slow Food “Earth Market”®" *Economia Agro-Alimentare*, 3, 283-302.
- Wongprawmas, R., Pappalardo, G., Canavari, M., Bazzani, C., Drichoutis, A. & Pecorino, B. (2015). Disponibilità a pagare per l’acquisto di alimenti funzionali: evidenze da un esperimento di scelta non ipotetico. *Rivista di Economia Agraria*, 70 (3), 327-344
- Bazzani, C., & Canavari, M. (2013). Forecasting a scenario of the fresh tomato market in Italia and in Germany using the Delphi method”. *British Food Journal*, 115(3), 448-459
- Bazzani, C., & Canavari, M. (2013). Alternative Agri-Food Networks and Short Food Supply Chains: a review of the literature. *Economia Agro-Alimentare*, 2, 11–34

CAPITOLI DI LIBRI E SAGGI

- Bazzani, C., Pesme, J. O., & Sidali, K. L. (2024). Toward a Clarification of the Definition of Wine Tourism. In *Strategic Management in the Wine Tourism Industry: Competitive Strategies, Wine Tourism Behaviour and New Strategic Tools* (pp. 3-21). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Bazzani C., Bonomi S., Bullini Orlandi L., Cantele S., Confente I., Corezzola F., Gaudenzi B., Giorgetti A., Leonarduzzi M. F., Lovato A., Pelosi S., Ricci E.C., Russo I., Zardini A., Zoppelletto A. (2023) TRACCIABILITA’ DIGITALE DI FILIERA – CREARE RELAZIONI AZIENDALI COLLABORATIVE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE DEL TERRITORIO. In (a cura di): Rossignoli Cecilia. Franco Angeli, Milano, ISBN: 9788835152644
- Canavari M., & Bazzani C. (2016). Metodi di valutazione delle preferenze e della disponibilità a pagare dei consumatori per prodotti con etichetta di IC. In: (a cura di): Coderoni Silvia; Pontrandolfi Antonella, *ZOOTECNIA ITALIANA E MITIGAZIONE DEI CAMBIAMENTI CLIMATICI. Analisi delle potenzialità e delle prospettive*. p. 316-342, Roma: Consiglio per la ricerca in agricoltura e l’analisi dell’economia agraria - CREA, ISBN: 9788899595289