

## **Nota biografica di Giuliano Noci**

Giuliano Noci, , è professore ordinario in Ingegneria Economico-Gestionale; attualmente insegna Strategia & Marketing presso la School of Management del Politecnico di Milano. Dal 2011 è Prorettore del Polo territoriale cinese dell'Ateneo milanese, dove è stato anche delegato del Rettore per la Federazione Russa (2006-2013) e l'India (2006-2010).

È attualmente componente della Giunta del Dipartimento di Ingegneria Gestionale del Politecnico di Milano, consigliere di amministrazione di *MIP Politecnico di Milano Graduate School of Business* e di *Polimilano Educational Consulting Ltd* – società creata dall'Ateneo milanese per realizzare progetti di formazione post graduate e *advisory* in Cina -. È membro esperto della Struttura Tecnica di Missione per l'indirizzo strategico, lo sviluppo delle infrastrutture e l'alta sorveglianza presso il Ministero delle Infrastrutture e Trasporti (con il mandato di favorire le iniziative di collaborazione tra Italia e Cina) e componente del *Board of Trustee* della Tongji University di Shanghai. In occasione di Expo 2015 è stato Presidente di Explora ScpA – società partecipata da Camera di Commercio di Milano, Regione Lombardia e Expo SpA per la valorizzazione in chiave internazionale dell'offerta turistica e culturale dell'Expo di Milano -. Ha fatto parte nel recente passato di consigli di amministrazione di start up a forte contenuto tecnologico. Dal 2003 al 2010 ha operato, come esperto di controllo di gestione, nel Servizio di Controllo Interno del Ministero dell'Interno.

Fin dall'inizio della sua carriera professionale (1992) ha orientato la propria attività per una costante interazione con il sistema delle imprese ed ha dedicato particolare attenzione allo studio dell'impatto della crescente pervasività di Internet e delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione su modelli di business e strategie di marketing/comunicazione delle imprese. Ha lanciato e coordina numerosi Osservatori della School of Management del Politecnico di Milano: tra gli altri, l'*Osservatorio Multicanalità* che, giunto alla nona edizione, rappresenta il punto di riferimento in Italia per la mappatura del comportamento di acquisto dei consumatori italiani; l'*Osservatorio sulla Omnichannel Customer Experience*, che analizza come le imprese devono riorientare la propria value proposition mettendo al centro il sistema delle interazioni con il mercato; l'*Osservatorio Internet Media*, che studia il come le esperienze medialì degli individui si sono modificate in relazione alla proliferazione dei touchpoint per la fruizione di contenuti. Nel 2017 ha lanciato il *Laboratorio interdipartimentale Pheel* (Physiology Emotion Experience Lab – <http://pheel.polimi.it>) del Politecnico di Milano, che si propone di interpretare – attraverso il ricorso all'analisi dei dati fisiologici di un individuo e della sua attività celebrale – le reazioni dei consumatori a stimoli di marketing.

Ha da sempre dedicato una grande attenzione ai temi dell'internazionalizzazione. Nella sua veste di Prorettore per la Cina: (i) ha creato e coordinato il progetto volto alla creazione a Xi'an di un cluster tecnologico dell'automotive in cui sono coinvolte primarie imprese operanti in Italia, (ii) sta supportando l'Italy-China Business Forum nella definizione del progetto industriale che vedrà impegnati il sistema Italia nella Tianfu New Area di Chengdu e (iii) reso possibile la creazione, nell'ambito del Campus Bovisa del Politecnico di Milano, di un Joint Campus (tra l'ateneo milanese e la Tsinghua University) rivolto a imprese cinesi interessate a sviluppare know how in stretta collaborazione con imprese, laboratori e centri di ricerca italiani. Come esperto della Federazione Russa ha sviluppato iniziative volte alla creazione di partnership industriali con imprese italiane e, per conto del Ministero dello Sviluppo Economico, ha coordinato per un triennio la task force italo-russa sul tema dell'innovazione tecnologica.

È autore di numerosi libri - "*Mobile marketing. Oltre le App... per una vera strategia multicanale*" e "*Marketing reloaded. Leve e strumenti per la co-creazione di esperienze multicanale*" - e articoli, pubblicati su riviste scientifiche internazionali, alcuni dei quali premiati come migliori saggi dell'anno a livello internazionale. Nel 2018 ha pubblicato il suo ultimo libro dal titolo "*Biomarketing*", che si propone di analizzare come big data e dati biometrici possano essere integrati per una corretta comprensione delle dinamiche di mercato in un ecosistema digitale (per maggiori dettagli si consulti: [www.biomarketingstrategy.com](http://www.biomarketingstrategy.com)).

È da diversi anni editorialista de *IlSole24Ore* e collabora su base continuativa con il *Corriere della Sera*, *France Presse* e *Bloomberg*. Partecipa come opinionista a trasmissioni televisive (TG1, TG2 e TG3-

Economia, Rai News24, SkyTg24, TgCom24, Bloomberg TV e Class CNBC) e radiofoniche (Radio Rai1, Radio 24 e Radio Radicale).

Milano, li 10 marzo 2022

Prof. Giuliano NOCI  
(firma autografa omessa ai sensi dell'art. 3 del D.lgs. n. 39/1993)