

Andrea Rurale

Lecturer



Knowledge Group: Marketing

Research Domains: Sales

Teaching Domains: Marketing & Sales Integration, CRM, Event Marketing,
Strategic Brand Management, Big Data and AI Marketing

andrea.rurale@unibocconi.it

Articles in national/international newspapers

Una sconfitta della cultura se un dipinto viene visto come un bene di lusso

RURALE, A., "Una sconfitta della cultura se un dipinto viene visto come un bene di lusso", Il Sole 24 Ore, 20 February 2025

Le ripercussioni economiche e sociali delle restituzioni sul mercato dell'arte

RURALE, A., "Le ripercussioni economiche e sociali delle restituzioni sul mercato dell'arte", Il Sole 24 Ore, 18 March 2025

Come ridisegnare il mondo e il ruolo dei collezionisti

RURALE, A., "Come ridisegnare il mondo e il ruolo dei collezionisti", Il Sole 24 Ore, 5 April 2025

Trasparenza e mercato dell'arte: la leva fiscale può essere la chiave

RURALE, A., "Trasparenza e mercato dell'arte: la leva fiscale può essere la chiave", Il Sole 24 Ore, 13 May 2025

Oltre il record di Canaletto al mercato dell'arte serve uno scatto di trasparenza

RURALE, A., "Oltre il record di Canaletto al mercato dell'arte serve uno scatto di trasparenza", La Repubblica - Affari&Finanza, 21 July 2025

L'equilibrio possibile tra pubblico e privato per promuovere l'arte

RURALE, A., "L'equilibrio possibile tra pubblico e privato per promuovere l'arte", Il Sole 24 Ore, 9 September 2025

La riduzione dell'aliquota Iva è un passo importante, ma è soltanto il primo

RURALE, A., "La riduzione dell'aliquota Iva è un passo importante, ma è soltanto il primo", Il Sole 24 Ore, 19 September 2025

Un mercato che cambia pelle e guarda a valori culturali e vendite più sostenibili

RURALE, A., "Un mercato che cambia pelle e guarda a valori culturali e vendite più sostenibili", Il Sole 24 Ore, 25 September 2025

Oscillazioni e interferenze se l'arte dipende da un'unica fonte

RURALE, A., "Oscillazioni e interferenze se l'arte dipende da un'unica fonte", Il Sole 24 Ore, 13 November 2025

Il mercato italiano dell'arte tra investitori internazionali e potenzialità da sviluppare

RURALE, A., "Il mercato italiano dell'arte tra investitori internazionali e potenzialità da sviluppare", Il Sole 24 Ore, 18 September 2024

Other

Perché la restituzione delle opere può cambiare il mercato dell'arte

RURALE, A., "Perché la restituzione delle opere può cambiare il mercato dell'arte", Forbes.it, 5 March 2025

Nuovi indici per comprendere il mercato dell'arte

BRUNO, B., A. RURALE, "Nuovi indici per comprendere il mercato dell'arte", Fortune Italia, October 2025, pp. 96-97

La trasformazione digitale della cultura ha bisogno del marketing

RURALE, A., M. ADDIS, "La trasformazione digitale della cultura ha bisogno del marketing", Fortune Italia, May 2024

Arts and Heritage Management

RURALE, A., "Arts and Heritage Management" in Coursera., Coursera, 2016

Articles in Scholarly Journals

Advancing arts philanthropy practices for well-being

ADDIS, M., A. RURALE, "Advancing arts philanthropy practices for well-being", Journal of Philanthropy and Marketing, 2024, vol. 29, no. 1

The Stepwise Artification Process in Luxury Fashion: Strategic Integration With the Arts and Collaboration With Non-Profit Institutions

MION DALLE CARBONARE, P., M. LUCHETTI, A. RURALE, E. FANIN, "The Stepwise Artification Process in Luxury Fashion: Strategic Integration With the Arts and Collaboration With Non-Profit Institutions", Journal of Philanthropy and Marketing, 2024, vol. 29, no. 4, pp. e1882

Nuove esperienze di consumo il caso FAI

RURALE, A., A. CARÙ, P. MION DALLE CARBONARE, "Nuove esperienze di consumo il caso FAI", Economia & Management, 2022, no. 1, pp. 30-34

Sense and Sensibility. Gestire i beni culturali anche secondo principi aziendali: l'esperienza del FAI

RURALE, A., "Sense and Sensibility. Gestire i beni culturali anche secondo principi aziendali: l'esperienza del FAI", *Economia & Management*, 2015, no. 5, pp. 16-21

Effects of Arousal, Dominance, and Their Interaction on Pleasure in a Cultural Environment

MINIERO, G., A. RURALE, M. ADDIS, "Effects of Arousal, Dominance, and Their Interaction on Pleasure in a Cultural Environment", *Psychology & Marketing*, 2014, vol. 31, pp. 628-634

Proceedings/Presentations

Digital immersion in a Greek tomb: how a digital cultural experience can stimulate interest and development in a neighborhood. The case of Ipogeo dei Cristallini in Naples

RURALE, A., A. CARÙ, S. MARTUSCELLI, "Digital immersion in a Greek tomb: how a digital cultural experience can stimulate interest and development in a neighborhood. The case of Ipogeo dei Cristallini in Naples" in AIMAC 2024 - 17th International Conference on Arts and Cultural Management, June 23-26, 2024, Lisbon, Portugal

Exploring ethnic diversity in collaborative arrangements: the case of Texas cultural districts

GALLAGHER, B. K., A. TURRINI, A. RURALE, N. WRIGHT, M. LUCHETTI, J. BACA, "Exploring ethnic diversity in collaborative arrangements: the case of Texas cultural districts" in AIMAC 2022 - 16th International Conference on Arts and Cultural Management, June 24-29, 2022, Mexico City, Mexico

Reimagining Cultural Management in the Post-Covid Era: Mission Impossible

ADDIS, M., A. RURALE, "Reimagining Cultural Management in the Post-Covid Era: Mission Impossible" in AIMAC 2022 - 16th International Conference on Arts and Cultural Management, June 24-29, 2022, Mexico City, Mexico

Cultural Consumption and Covid-19: The Case of the Italian National Trust (FAI)

CARÙ, A., P. MION DALLE CARBONARE, A. RURALE, "Cultural Consumption and Covid-19: The Case of the Italian National Trust (FAI)" in AIMAC 2022 - 16th International Conference on Arts and Cultural Management, June 24-29, 2022, Mexico City, Mexico

From Maecenas to Crowd: Democratizing Fundraising in the Arts and Culture. The case of BeArt

MASSI, M., C. PIANCATELLI, A. RURALE, P. MION DALLE CARBONARE, "From Maecenas to Crowd: Democratizing Fundraising in the Arts and Culture. The case of BeArt" in AIMAC 2019 - 15th International Conference on Arts and Cultural Management, June 23-26, 2019, Venezia, Italy

Exploring Drivers for Multi-categorical Charitable Giving in the Arts

TURRINI, A., J. CLARKSON DAVIS, J. JILLSON, A. RURALE, "Exploring Drivers for Multi-categorical Charitable Giving in the Arts" in AIMAC 2019 - 15th International Conference on Arts and Cultural Management, June 23-26, 2019, Venezia, Italy

Novices And Expert In Front Of Visual Arts: Does the Mediation increase the level of Immersion?

Evidences From Neurosciences

RURALE, A., "Novices And Expert In Front Of Visual Arts: Does the Mediation increase the level of Immersion? Evidences From Neurosciences" in 14th International Conference on Arts and Cultural Management AIMAC - June 24-28, 2017, Beijing, China (PRC)

Successful Community Outreach and Audience Development: Lincoln Centre, NYC

MION DALLE CARBONARE, P., A. RURALE, A. TURRINI, "Successful Community Outreach and Audience Development: Lincoln Centre, NYC" in 14th International Conference on Arts and Cultural Management AIMAC - June 24-28, 2017, Beijing, China (PRC)

Social Development Through Heritage Management. A Case Study

RURALE, A., "Social Development Through Heritage Management. A Case Study" in IX Congreso DOCOMOMO Ibérico, November 15-18, 2016, San Sebastián, Spain

Claque and Cabale in Contemporary Arts Performances: An Artist brand Phenomenon

CARÙ, A., B. COVA, A. RURALE, "Claque and Cabale in Contemporary Arts Performances: An Artist brand Phenomenon" in 13th International Conference on Arts and Cultural Management AIMAC - June 28-July 1, 2015, Aix-en-Provence, France

Interpreting motives and barriers of cinema attendance: a behavioural and contextual approach

CUADRADO, M., N. FILIMON, F. KERRIGAN, A. RURALE, "Interpreting motives and barriers of cinema attendance: a behavioural and contextual approach" in V Workshop en Economía y Gestión de la Cultura - October 24-25, 2013, Cadiz, Spain

Marketing the Religious heritage. When faith is no more the driver

RURALE, A., "Marketing the Religious heritage. When faith is no more the driver" in 4th Workshop en Economía y Gestión de la Cultura - November 29-30, 2012, Bilbao, Spain

Haute cuisine system and its cultural dimension: when chefs are the new artists

CEREA, E., A. RURALE, "Haute cuisine system and its cultural dimension: when chefs are the new artists" in 3rd ESA Research Network Sociology of Culture Midterm Conference -October 7-9, 2010, Milano, Italy

Consumer immersion in house museums

RURALE, A., M. FUGAZZOLA, "Consumer immersion in house museums" in 3rd ESA Sociology of Culture RN mid-term Conference - October 7-9, 2010, Milano, Italy

Measuring customer satisfaction in a multitarget cultural institution: evidences for "Milano per La Scala" foundation

RURALE, A., G. MINIERO, A. CARÙ, "Measuring customer satisfaction in a multitarget cultural institution: evidences for "Milano per La Scala" foundation" in 10th International Conference on Arts and Cultural Management AIMAC - June 28-July 1, 2009, Dallas, United States of America

Consumer immersion in aesthetic experiences at arts exhibitions: implications for marketing the arts

ADDIS, M., A. CARÙ, A. RURALE, "Consumer immersion in aesthetic experiences at arts exhibitions: implications for marketing the arts" in 9th International Conference on Arts and Cultural Management

Contribution to Chapters, Books or Research Monographs

Valorizzare l'intangibile

RURALE, A., "Valorizzare l'intangibile" in *Manager del Futuro*, E. Baglieri (Ed.), Egea, chap. 10, pp. 155-165, 2022

Trussardi Art and Fashion: A Long-Distance Relationship?

RURALE, A., S. PRESTINI, "Trussardi Art and Fashion: A Long-Distance Relationship?" in *The Artification of Luxury Fashion Brands. Synergies, Contaminations, and Hybridizations*, Massi Marta, Turrini Alex (Eds.), Palgrave Macmillan, chap. 3, pp. 63-87, 2020

Il marketing come strumento di valorizzazione culturale nei Conservatori musicali. Il caso dell'istituto musicale "Claudio Monteverdi" di Cremona

MASSI, M., C. PIANCATELLI, A. RURALE, "Il marketing come strumento di valorizzazione culturale nei Conservatori musicali. Il caso dell'istituto musicale "Claudio Monteverdi" di Cremona" in *I conservatori di musica. Profili normativi, gestionali e contabili*, Carmela De Gennaro, Roberto De Leonardis, Giuseppe Mongelli (Eds.), Aracne Editrice, pp. 267-286, 2019

Marketing in contesti artistici e culturali

RURALE, A., "Marketing in contesti artistici e culturali" in *Marketing. Una disciplina fantastica. Omaggio a Enrico Valdani*, B. Busacca, M. Costabile (Eds.), Egea, pp. 459-472, 2018

L'etica nel marketing

RURALE, A., "L'etica nel marketing" in *Marketing@Bocconi*, E. Valdani (Ed.), Egea, chap. 28, 2016

Edited Books

Il valore della cultura. 22 esperti per nuove strategie

ADDIS, M., A. RURALE (Eds.), "Il valore della cultura. 22 esperti per nuove strategie" - 2021, Skira Editore, Italy

Managing the Cultural Business: Avoiding Mistakes, Finding Success

ADDIS, M., A. RURALE (Eds.), "Managing the Cultural Business: Avoiding Mistakes, Finding Success" - 2020, Routledge, Great Britain

Cases in International Case Collections

In the Eyes of the Art Beholder: The Case of Villa Necchi Campiglio

MION DALLE CARBONARE, P., S. PRESTINI, A. RURALE - "In the Eyes of the Art Beholder: The Case of Villa Necchi Campiglio" - 2019, The Case Centre, Great Britain