

Fabrizio Fornezza

sociologo, ricercatore sociale e di mercato, imprenditore. Laureato in Scienze Politiche e Sociali all'Università di Milano, borsa di studio di specializzazione post-universitaria (Summer school social science data analysis - Essex University - UK).

Nel 2015 fonda con altri professionisti Eumetra MR (www.eumetramr.com), istituto italiano di ricerca sui temi del mutamento sociale e dell'innovazione.

Negli anni precedenti è stato ricercatore e partner Eurisko, direttore HR, direttore generale e consigliere delegato di GfK Eurisko (il più importante istituto italiano nella ricerca sociale e di marketing negli ultimi decenni).

All'attività di ricerca ha affiancato attività professionale e di impresa nei settori attigui: ha diretto, in qualità di socio e presidente, aziende specializzate nel customer care (Risposta Customer Care S.r.l.), nella Business Intelligence (Excelle S.r.l.) e ancora oggi nella consulenza (Dogma Consulting: www.dogmaconsulting.it)

Nel periodo 2014-2015 ha svolto attività istituzionale nel settore della ricerca ricoprendo l'incarico di consigliere di Assirm (Associazione degli Istituti di Ricerca Italiani).

È socio ESOMAR (l'associazione globale dei professional del marketing e della ricerca di mercato) dal 2009.

Ha svolto attività di insegnamento a livello universitario in tema di ricerche sociali e di mercato (IED Milano, Università Bocconi di Milano, Università degli Studi di Urbino) e post-universitario (SDA Bocconi) sui temi di ricerca, strategia del mercato finanziario e della brand strategy. Ha collaborato e collabora con diverse testate (Problemi dell'Informazione, La Stampa, Secolo XIX, Wall Street Italia, We Wealth) sui temi della ricerca sociale e di mercato, dell'innovazione e del cambiamento sociale. Svolge attività di divulgazione sui temi del cambiamento sociale come blogger, discussant e public speaker sul web, in eventi, convegni e seminari professionali.

Pubblicazioni:

Ecologia della Marca - Fornezza, Testori ed. IPSOA, 2009

La consulenza Finanziaria, AAVV, Edizioni Il Sole 24 Ore, 2011

Banca Diretta: comportamenti e aspettative dei clienti tra banca online e banca tradizionale – a cura di U. Filotto, Bancaria Ed., 2014

Ricerche di Valore: piccola guida all'acquisto consapevole di ricerche utile al decision making aziendale- AAVV, ASSIRM, 2015

Orgoglio Italia: PIR, nuovi e vantaggiosi strumenti per sostenere il Made in Italy, AA. VV. PF Publishing Ed., 2017