

# Erica Paola Corbellini

Senior Lecturer



**Knowledge Group:** Strategy and Operations

**Research Domains:** Digital Transformation

**Teaching Domains:** Business Model Transformation, Digital Innovation, Change Management

[erica.corbellini@sdabocconi.it](mailto:erica.corbellini@sdabocconi.it)

---

## Articles in Scholarly Journals

### **L'evoluzione del ruolo di venditori e manager nel fashion retail - The Changing Roles of Salespeople and Managers in Fashion Retail**

CORBELLINI, E. P., L. CERINI, L. PALADINO, "L'evoluzione del ruolo di venditori e manager nel fashion retail - The Changing Roles of Salespeople and Managers in Fashion Retail", *Economia & Management*, 2024, no. 4, pp. 91-98

### **Come il sistema moda deve ripensare i suoi fondamentali**

CORBELLINI, E. P., S. SAVIOLO, "Come il sistema moda deve ripensare i suoi fondamentali", *Economia & Management*, 2020, no. 4, pp. 70-74

### **Se il prodotto tessile diventa marchio**

CORBELLINI, E. P., F. R. RINALDI, "Se il prodotto tessile diventa marchio", *Economia & Management*, 2017, no. 1, pp. 69-78

### **Il 'See now buy now'. Verso una moda fast?**

CORBELLINI, E. P., "Il 'See now buy now'. Verso una moda fast?", *Economia & Management*, 2016, no. 4, pp. 27-31

### **La CSR nella moda: strumento di marketing o elemento fondante della strategia di impresa?**

CORBELLINI, E. P., E. MARAFIOTI, "La CSR nella moda: strumento di marketing o elemento fondante della strategia di impresa?", *Economia & Management*, 2013, no. 3, pp. 61-80

### **Expo 2015 e la moda milanese: le opportunità da cogliere**

SAVIOLO, S., E. CORBELLINI, "Expo 2015 e la moda milanese: le opportunità da cogliere", *Economia & Management*, 2012, no. 3, pp. 64-74

### **Il brand Milano attraverso la moda e il design**

CORBELLINI, E., F. R. RINALDI, A. ROTA, "Il brand Milano attraverso la moda e il design", *Economia & Management*, 2011, no. 1, pp. 75-98

### **Il vantaggio competitivo delle sfilate milanesi: fonti e sostenibilità**

CORBELLINI, E. P., "Il vantaggio competitivo delle sfilate milanesi: fonti e sostenibilità", *Economia & Management*, 2007, no. 5, pp. 53-68

---

## **Practice-Oriented Books**

### **Management in fashion and luxury companies**

SAVIOLO, S., E. CORBELLINI - "Management in fashion and luxury companies" - 2009, Rizzoli Etas, Milano, Italy

### **L'esperienza del lusso. Mondi, mercati, marchi**

SAVIOLO, S., E. CORBELLINI - "L'esperienza del lusso. Mondi, mercati, marchi" - 2007, Etas Libri, Milano, Italy

### **La scommessa del Made in Italy e il futuro della moda italiana**

SAVIOLO, S., E. CORBELLINI - "La scommessa del Made in Italy e il futuro della moda italiana" - 2004, Etas Libri, Milano, Italy

### **Il mondo orafa fra tradizione e innovazione**

CORBELLINI, E., L. CARCANO, P. VARACCA, G. LOJACONO - "Il mondo orafa fra tradizione e innovazione" - 2002, Etas Libri, Milano, Italy

---

## **Edited Books**

### **Delivering the dream. Cultural relevance, product desirability, customer engagement: strategy and execution for fashion and luxury**

CORBELLINI, E. P., T. GALLI (Eds.), "Delivering the dream. Cultural relevance, product desirability, customer engagement: strategy and execution for fashion and luxury" - 2026, Bocconi University Press - BUP, Milano, Italy

### **Il sistema gioiello tra tradizione ed innovazione**

CARCANO, L., E. P. CORBELLINI, G. LOJACONO, P. VARACCA (Eds.), "Il sistema gioiello tra tradizione ed innovazione" - 2002, Etas Libri, Milano, Italy

---

## **Contribution to Chapters, Books or Research Monographs**

### **Coniugare obiettivi economici e sociali per le imprese del sistema moda**

CORBELLINI, E., E. MARAFIOTI, "Coniugare obiettivi economici e sociali per le imprese del sistema moda" in *Economia Aziendale e Management. Scritti in Onore di Vittorio Coda.*, G.Airoldi, G.Brunetti, G.Corbetta, G.Invernizzi (Eds.), Egea, pp. 1157-1168, 2010

### **Il processo di comunicazione**

CORBELLINI, E., "Il processo di comunicazione" in *Le imprese del sistema moda. Il management al servizio della creatività.*, S.Saviolo, S.Testa (Eds.), Rizzoli Etas, 2005

### **Il valore del gioiello Made in Italy**

CORBELLINI, E. P., "Il valore del gioiello Made in Italy" in *Il gioiello italiano ad una svolta. Dalla crisi alla costruzione di nuove opportunità.*, Luana Carcano, Antonio Catalani, Paola Varacca Capello (Eds.), Franco Angeli, 2005

### **Tod's**

CARNEVALE MAFFE', C. A., E. P. CORBELLINI, "Tod's" in *Strategia e politica aziendale.* Casi., G. Invernizzi (Ed.), Egea, 2004

### **I clienti: i settori calzaturiero e della pelletteria**

CORBELLINI, E., "I clienti: i settori calzaturiero e della pelletteria" in *Lo sviluppo imprenditoriale delle economie locali. I comprensori del Medio Valdarno Inferiore, di Ponsacco e di Empoli.*, G.Airoldi, A.Zattoni (Eds.), Franco Angeli, 2002

### **Il distretto dell'abbigliamento in pelle di Empoli**

CORBELLINI, E., "Il distretto dell'abbigliamento in pelle di Empoli" in *Lo sviluppo imprenditoriale delle economie locali. I comprensori del Medio Valdarno Inferiore, di Ponsacco e di Empoli.*, G.Airoldi, A.Zattoni (Eds.), Franco Angeli, 2002

### **Sulla rete senza rete? Un modello di valutazione della sostenibilità strategica dei business model su Internet**

CORBELLINI, E. P., "Sulla rete senza rete? Un modello di valutazione della sostenibilità strategica dei business model su Internet" in *E-business. Condizioni e strumenti per le imprese che cambiano.*, C.Dematté (Ed.), Etas Libri, 2001

---

## **Articles in national/international newspapers**

### **La moda uomo verso il new normal**

CORBELLINI, E. P., "La moda uomo verso il new normal", *Il Giorno*, 30 January 2021

---

## **Research Notes or short Articles in Journals**

### **The Value of Made in Italy Fashion Production in the Time of Covid-19**

CORBELLINI, E. P., L. PALADINO, "The Value of Made in Italy Fashion Production in the Time of Covid-19", *Economia & Management Plus*, 8 December 2020

---

## Cases in International Case Collections

### **Can a B2C Strategy Elevate a B2B Brand? The Case of Vitale Barberis Canonico**

CORBELLINI, E. P., S. U. ROSSO - "Can a B2C Strategy Elevate a B2B Brand? The Case of Vitale Barberis Canonico" - 2019, The Case Centre, Great Britain

### **Patrizia Pepe: Advanced Quick Fashion**

CORBELLINI, E. P. - "Patrizia Pepe: Advanced Quick Fashion" - 2006, The Case Centre, Great Britain

### **Tod's: Building and Developing a Luxury Group**

CARNEVALE MAFFE', C. A., E. P. CORBELLINI - "Tod's: Building and Developing a Luxury Group" - 2005, The Case Centre, Great Britain

---

## Other

### **C'erano una volta le seconde linee**

CORBELLINI, E. P., "C'erano una volta le seconde linee", *Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship*, 22 March 2015

### **Quando le aziende della moda fanno scuola**

CORBELLINI, E. P., "Quando le aziende della moda fanno scuola", *Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship*, 11 February 2015

### **Disruption: la disciplina dell'indisciplina**

CORBELLINI, E., "Disruption: la disciplina dell'indisciplina", *Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship*, 24 September 2014

### **Fashion bloggers: una moda destinata a durare?**

CORBELLINI, E., "Fashion bloggers: una moda destinata a durare?", *Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship*, 28 April 2014

### **Ingredient branding: perché è una strategia win-win**

CORBELLINI, E. P., "Ingredient branding: perché è una strategia win-win", *Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship*, 2 July 2014

### **Masstige: applicare il dream factor al mass market. Rubrica "Esercizi di style"**

CORBELLINI, E., "Masstige: applicare il dream factor al mass market. Rubrica "Esercizi di style"", *Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship*, 2014

**Transmedia storytelling: il cliente eroe della storia**

CORBELLINI, E., "Transmedia storytelling: il cliente eroe della storia", Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship, 3 December 2014

**L'evoluzione delle settimane milanesi della moda**

CORBELLINI, E. P., "L'evoluzione delle settimane milanesi della moda", Impresa & Stato, 2005, vol. 72

---

**Proceedings/Presentations****Ingredient branding: rendere l'invisibile visibile**

CORBELLINI, E., "Ingredient branding: rendere l'invisibile visibile" in Il valore del marchio - Convegno Confindustria Cuneo, 26 Novembre, 2014, Cuneo, Italy