

Stefania Saviolo

Lecturer



Knowledge Group: Strategy and Operations

Research Domains: Competitive Strategy

Teaching Domains: Business Models, Value Chain Analysis, Competitive Positioning, Industry Analysis, Competitive Intelligence

stefania.saviolo@sdabocconi.it

Biography

Stefania Saviolo è Tenured Lecturer del Dipartimento di Management e Tecnologia presso l'Università Bocconi.

Presso SDA Bocconi dal 2013 al 2015 è stata Head of Fashion & Luxury Knowledge Center e dal 2002 al 2013 è stata fondatrice e direttrice del MAFED (Master in Fashion, Experience & Design Management). Ha svolto numerosi workshop di strategia e branding per aziende, Business School internazionali e Istituzioni, nonché progetti di consulenza strategica per aziende operanti nei settori beauty, moda e design.

Le sue ricerche riguardano l'innovazione dei modelli di business anche in ottica di sostenibilità, la gestione delle imprese di moda, il brand e retail management nei settori ad elevato valore simbolico. Attualmente, svolge ricerche sul disegno e implementazione di strategie di customer e people experience. Autrice di numerosi saggi e articoli tradotti in diverse lingue che riguardano i temi da lei trattati. I suoi lavori sono stati pubblicati tra gli altri da Economia & Management, Encyclopedia Treccani e Harvard Business Review China. È stata Visiting Scholar presso la Stern School of Business (New York University) e alla Università Nazionale di Singapore. È stata consigliere indipendente di alcune importanti società quotate per le quali è stata anche Presidente dei comitati nomine e remunerazione. Nel 2014 ha lanciato il primo corso internazionale online (MOOC Massive Open Online Course) su "Fashion & Luxury Management" per la piattaforma americana Coursera con oltre 250.000 studenti internazionali partecipanti in dieci anni, seguito nel 2021 dal lancio del corso online "Sustainable Fashion: Brand and Business Strategy Program" per la piattaforma americana Getsmarter.

Stefania ha conseguito la Laurea in Economia Aziendale presso l'Università Bocconi, un Dottorato in Diritto Internazionale dell'Economia presso l'Università degli Studi di Bergamo e un ITP (International Teachers Programme) presso la Stern School of Business, NYU. Opera come Dottore Commercialista a Milano dal 1995.

Practice-Oriented Books

The Power of Connection: The New Brand Strategy for Fashion, Beauty and Lifestyle Companies

SAVIOLO, S. - "The Power of Connection: The New Brand Strategy for Fashion, Beauty and Lifestyle Companies" - 2025, Bocconi University Press - BUP, Milano, Italy

Lifestyle brands: a guide to aspirational marketing

SAVIOLO, S., A. MARAZZA - "Lifestyle brands: a guide to aspirational marketing" - 2013, Palgrave Macmillan, Great Britain

Lifestyle brand: le marche che ispirano la nostra vita

MARAZZA, A., S. SAVIOLO - "Lifestyle brand: le marche che ispirano la nostra vita" - 2012, Rizzoli Etas, Milano, Italy

Management in fashion and luxury companies

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

La gestión de las empresas de moda

SAVIOLO, S., S. TESTA - "La gestión de las empresas de moda" - 2007, Editorial Gustavo Gili, Spain

L'esperienza del lusso. Mondi, mercati, marchi

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

Le imprese del sistema moda. Il management al servizio della creatività

SAVIOLO, S., S. TESTA - "Le imprese del sistema moda. Il management al servizio della creatività" - 2005, Rizzoli Etas, 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 licensing nel sistema moda. Evoluzione, criticità, prospettive

SAVIOLO, S., B. GIANNELLI - "Il licensing nel sistema moda. Evoluzione, criticità, prospettive" - 2001, Etas Libri, Italy

Other

Un marchio da difendere

SAVIOLO, S., "Un marchio da difendere", Fortune Italia, September 2025, pp. 31-33

Edited Books

Augmented Signature Experience: Umanità, Dati e Tecnologie per ingaggiare il Cliente

DI DIO ROCCAZZELLA, M., S. SAVILO (Eds.), "Augmented Signature Experience: Umanità, Dati e Tecnologie per ingaggiare il Cliente" - 2024, Egea, Milano, Italy

The Branded Supply Chain: A New Perspective in Sustainable Branding

SAVILO, S., G. M. BORNEY (Eds.), "The Branded Supply Chain: A New Perspective in Sustainable Branding" - 2021, Bocconi University Press - BUP, Milano, Italy

Contactless Signature Experience. Il futuro della relazione con il cliente tra fisico e virtuale

SAVILO, S. (Ed.), "Contactless Signature Experience. Il futuro della relazione con il cliente tra fisico e virtuale" - 2021, Egea, Milano, Italy

Signature Experience. Art And Science Of Customer Engagement For Fashion And Luxury Companies

SAVILO, S. (Ed.), "Signature Experience. Art And Science Of Customer Engagement For Fashion And Luxury Companies" - 2018, Bocconi University Press - BUP, Milano, Italy

Articles in Scholarly Journals

Signature customer experience. Verso un'esperienza aumentata e firmata

DI DIO ROCCAZZELLA, M., S. SAVILO, "Signature customer experience. Verso un'esperienza aumentata e firmata", *Economia & Management*, 2024, no. 3, pp. 71-79

Tradizione e innovazione per la nautica di lusso

SAVILO, S., "Tradizione e innovazione per la nautica di lusso", *Economia & Management*, 2022, no. 3, pp. 19-27

Come il sistema moda deve ripensare i suoi fondamentali

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

Signature experience le persone al centro

PEDERSOLI, P., S. SAVILO, "Signature experience le persone al centro", *Economia & Management*, 2019, no. 3, pp. 86-91

L'importanza di essere consumer centric

SAVILO, S., "L'importanza di essere consumer centric", *Economia & Management*, 2016, no. 4, pp. 18-21

Expo 2015 e la moda milanese: le opportunità da cogliere

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

China strategy for international luxury brands

SAVIOLO, S., "China strategy for international luxury brands", Harvard Business Review China, 2007

Una valutazione strategica dei mercati dell'Asia orientale

SAVIOLO, S., "Una valutazione strategica dei mercati dell'Asia orientale", Economia & Management, 1998, no. 4, pp. 15-28

Cases in International Case Collections

De Beers. Building Forever

SAVIOLO, S. - "De Beers. Building Forever" - 2020, The Case Centre, Great Britain

Research Notes or short Articles in Journals

Quale formazione per il made in Italy?

SAVIOLO, S., "Quale formazione per il made in Italy?", Economia & Management, 2008, no. 4, pp. 58-59

Made in Italy e innovazione

SAVIOLO, S., "Made in Italy e innovazione", Economia & Management, 2004, no. 5, pp. 46-47

Comments, Discussions, Replies in Journal

Doing Business in China - Strategie di posizionamento dei marchi del lusso

SAVIOLO, S., "Doing Business in China - Strategie di posizionamento dei marchi del lusso", Economia & Management, 2006, no. 5, pp. 23-33