

1. Name Surname/ Nome Cognome

FRANCESCA GOLFETTO

2. Degrees / Formazione

Degree in Economics and Management, Università di Venezia – Ca' Foscari 1978

Visiting Scholar Oxford University, Said Business School 2007;

Visiting Scholar University of Toronto, 2010

3. Previous employment positions / Esperienze professionali pregresse

- 1978-1979 Scholarship holder, Management Department, University of Venice Ca' Foscari
- 1979-1983 Scholarship holder, IEGI Institute and CESCO, Bocconi
- 1984 Researcher (with tenure), University of Venice Ca' Foscari and Lecturer Università Bocconi
- 1985-1991 Researcher, IEGI Institute, Università Bocconi,
- 1992-2000 Associate Professor, IEGI Institute, Università Bocconi
- 1996-1998 Lecturer Management Department, University of Turin
- 2000-2020 Full Professor, Management Department and Marketing Department, Università Bocconi

4. Articles in refereed journals / Articoli in riviste con referaggio

Articles in international referred journals

- Rinallo D., Bathelt H., Golfetto F., Economic Geography and Industrial Marketing Views on Trade Shows: Collective Marketing and Knowledge Circulation, *Industrial Marketing Management* 61: 93-103, 2017
- Rinallo D., Golfetto F., Exploring the knowledge strategies of temporary cluster organizers: A longitudinal study of the EU fabric industry trade shows (1986-2006), *Economic Geography*, 87(4):453-476, 2011
- Rinallo D., Borghini D., Golfetto F., Exploring Visitor Experiences at Trade Shows, *Journal of Business and Industrial Marketing*, 25/4: 249-258, 2010
- Golfetto, F., Salle R., Borghini S.; and Rinallo, D. "Opening the network: Bridging the IMP tradition and other research perspectives" *Industrial Marketing Management* 36 (7): 844-848, 2007.
- Zerbini, F, Golfetto, F. and Gibbert, M. "Marketing of competence: Exploring the resource-based content of value-for-customers through a case study analysis, *Industrial Marketing Management*, 36 (6): 784-798, 2007.

- Golfetto, F. and Gibbert, M. "Marketing competencies and the sources of customer value in business markets" *Industrial Marketing Management*, 35 (8): 904-912, 2006
- Gibbert, M.; Golfetto, F., and Zerbini, F., What do we mean by "marketing" resources and competencies? *Journal of Business Research*, 59, 148-151, 2006.
- Rinallo, D. and Golfetto F., "Representing markets: The shaping of fashion trends by French and Italian fabric companies", *Industrial Marketing Management*, 35 (7): 856-869, 2006.
- Borghini, S.; Golfetto, F. and Rinallo, D, Ongoing Search among Industrial Buyers, *Journal of Business Research*, 59 (10-11): 1151-1159, 2006.
- Golfetto, F. and Mazursky, D. "Competence-based Marketing", *Harvard Business Review*, December 2004 , 51: 26

Articles in Italian referred journals

- Golfetto F., Rinallo D., Frontiere della comunicazione di marketing, *Finanza, Marketing e Produzione*, Gennaio 2011
- Golfetto, F., Rinallo D, "End-market orientation per il futuro del manager fieristico", *Sviluppo e Organizzazione* (226), 2008
- Golfetto F., Borghini S., Rinallo D., "Esperienzialità e riti nella comunicazione business-to-business", *Micro & Macro Marketing* 3: 349-379, 2005
- Golfetto F., Business-to-Business Marketing e Comunicazione: enfasi sulle competenze del fornitore, *Finanza Marketing e Produzione*, 5/2003
- Golfetto F., Iacovone L. "Similarità e concorrenza tra imprese: verso una prospettiva firm-centered", *Economia e Politica Industriale*, 2001
- Golfetto F. "Reti di imprese e meta-organizzatori: il ruolo delle fiere", *Sinergie* 18: 189-211 2000
- Golfetto F., Uslenghi A., "Le fiere: una palestra di comunicazione per le imprese", *Micro & Macro Marketing* a. VIII, n. 2 1999.
- Golfetto F., Podestà S., "Per un programma di revisione dell'analisi competitiva", *Finanza Marketing e Produzione*, n. 1, 1997.
- Golfetto F., "Le fiere nel mix di comunicazione aziendale", *Economia & Management* n. 5, 1997.
- Golfetto F., "Un marketing per la città? Riflessioni sulla nascita di una nuova disciplina", *Economia & Management* n. 5, 1996.
- Golfetto F., "Articolazione e coerenza della comunicazione d'impresa: un modello di analisi", *Finanza Marketing e Produzione*, n. 1, 1996.
- Golfetto F., "Il sistema fieristico italiano nell'Europa che cambia: concorrenzialità e qualità", *Trade Marketing* 8, 1993.
- Golfetto F., "L'impatto economico delle manifestazioni fieristiche: il caso di Milano", *Commercio – Rivista di Economia e Politica Commerciale*, n. 42 – 1991.
- Golfetto F., "La domanda di servizi fieristici: elementi di analisi e comportamenti prospettici", *Commercio – Rivista di Economia e Politica Commerciale*, n. 43 – 1991.
- Golfetto F., Iacovone L. "La diffusione dell'associazionismo nel dettaglio non alimentare", *Commercio – Rivista di Economia e Politica Commerciale*, n. 34 – 1989.
- Golfetto F., "Struttura ed evoluzione delle fiere in Europa", *Commercio – Rivista di Economia e Politica Commerciale*, 21 – 1985.
- Golfetto F. "Mercati all'ingrosso: la crisi della formula tradizionale", *Commercio – Rivista di Economia e Politica Commerciale*, n. 19 – 1984.
- Zaninotto E., Golfetto F. "Inflazione e imprese di grande distribuzione", *Economia e Politica Industriale*, n. 31 – 1981.
- Golfetto F., Zaninotto E. "Commercio e inflazione: innovazione e adattamento della distribuzione commerciale di fronte alla crisi", *Commercio – Rivista di Economia e Politica Commerciale*, n. 8 – 1981.
- Golfetto F., "La teoria della dimensione d'impresa: esiste ancora?", *Economia e Politica industriale*, n. 28 – 1980.

5. Books / Libri

Monographes (international)

- H. Bathelt, F. Golfetto, D. Rinallo, *Trade shows in the globalizing knowledge economy*, Oxford University Press, 2014

Monographes (national)

- F. Golfetto, *Fiere e Marketing Collettivo: quarant'anni di storie tra distretti industriali e distretti commerciali*, CERMES 2014
- F. Golfetto, *Fiere e Comunicazione. Strumenti per le imprese e il territorio* [Trade Fairs and Communication. Tools for business, venues and host areas], Egea Milano 2004
- F. Golfetto, *Impresa e concorrenza nella Nuova Economia. Dalle strutture settoriali alle regole della conoscenza*, Egea, Milano, 2000.
- F. Golfetto, *Comunicazione e comportamenti comunicativi: una questione di coerenza per l'impresa* [Communication and communicative behavior: a matter of coherence for companies"], Egea, Milano, 1993(B)
- F. Golfetto, *Rapporto sui mercati all'ingrosso in Lombardia*, IRER edizioni, Milano, 1993.
- F. Golfetto, *Il sistema fieristico internazionale: struttura dell'offerta e comportamento della domanda*, F. Angeli, Milano, 1988. F. Golfetto, *Dimensioni strutturali del sistema industriale italiano*, EGEA, Milano, 1988

Edited Books (international)

- A. Woodside, F. Golfetto and M. Gibbert, *Creating and Managing superior customer value*, Advances in Business Marketing and Purchasing series, Volume 14, Elsevier, 2008

Edited Books (national)

- S. Podestà – F. Golfetto, (eds) *La nuova concorrenza. Contesti di interazione, strumenti di azione, approcci di analisi*, Egea, Milano, 2000. (B)
- F. Golfetto (ed) *L'impatto economico delle manifestazioni fieristiche*, EGEA, Milano, 1991 (B)
- F. Golfetto (ed), *I mercati all'ingrosso in Europa*, F. Angeli, Milano, 1986. (B)

Book Chapters - International

- Golfetto F. and Rinallo D., *Eventi e sviluppo delle competenze territoriali. Il caso del salone del mobile*, in Busacca B. e Costabile M., *Marketing una disciplina fantastica*, Milano: Egea, 2018 , pp289-305 ISBN 978-88-238-5153-5
- Rinallo D. and Golfetto F., *Innovation through trade shows concertation*, in H. Bathelt, P. Cohendet, S. Henn, L. Simon *The Elgar Companion to Innovation and Knowledge Creation*, Edward Elgar Publishing Ltd, 2017 , pp 523-536
- Rinallo D. and Golfetto F., *Internationalization and knowledge-based strategies of European trade show organizers in Asia: The case of Messe Frankfurt* in H. Bathelt and G. Zeng (eds.) *Temporary Knowledge Ecologies: The Rise and Evolution of Trade Fairs in Asia-Pacific*, Edward Elgar Publishing Ltd, 2015
- Golfetto F. and Rinallo D., *The evolution of Trade Show systems: Lessons from Europe*, in H. Bathelt and G. Zeng (eds.) *Temporary Knowledge Ecologies: The Rise and Evolution of Trade Fairs in Asia-Pacific*, Edward Elgar Publishing Ltd, 2015.
- Golfetto F. and Rinallo D., *Trade Shows events: from live to digital*, in C. Peraboni (ed): *Exhibition in Years2.0: between internationalization and local development*, Egea 2012, pp.119- pp.154
- Woodside A., Golfetto F., Gibbert M. "Customer value: Theory, Research and Practice", in Woodside A., Golfetto F., Gibbert M. , *Creating and Managing superior customer value*, Advances in Business Marketing and Purchase, Vol. 14, Elsevier , 2008.

- Golfetto F., Gibbert M., Zerbini F. "Competence-based value framing in business-to-business customers." in Woodside A., Golfetto F., Gibbert M. *"Creating and Managing superior customer value,"* Advances in Business Marketing and Purchase ,Vol. 14, Elsevier , 2008.
- Golfetto F., Rinallo D., "Reshaping market through collective marketing strategies: Lesson from the textile industry", in Tollin K. and Carù A. *Strategic Market Creation: A New Perspective on Marketing and Innovation Management*, John Wiley & Sons, Ltd, Chichester, 2008. (A)
- D.Rinallo, F. Golfetto and M.Gibbert, "Consocia et impera: How French and Italian fabric producers cooperate to affirm the "dominant design" in the fashion industry" in Gibbert, M. & Durand, T. (eds) *Strategic Networks, Strategic Management Society*, Blackwell Book Series, Oxford, 2006. (A)

Book Chapters - national

- Golfetto F., Rinallo D., Eventi e sviluppo delle competenze territoriali: il caso del Salone del Mobile, scritti in onore di Enrico Valdani, Egea, 2018
- Golfetto F., Rinallo D., Competition and collective marketing: A history of the European textile industry trade shows, in AAVV: *Prodotto, Consumatore e Politiche di mercato, quarant'anni dopo*, Egea, 2012.
- D. Rinallo, S. Borghini e F. Golfetto, The influence of occupational communities on buying behavior, in AAVV *Prodotto, Consumatore e Politiche di mercato, quarant'anni dopo*, Egea, 2012.
- F. Golfetto "Problemi aperti per il marketing delle città" [Place marketing: the new challenge for town], in E. Valdani, F. Ancarani, *Strategie di Marketing del territorio*, Egea, Milano, 2000.
- F. Golfetto "La concorrenza nella prospettiva della nuova economia" [Competition in the new economy], in S. Podestà and F. Golfetto, *La nuova concorrenza. Contesti di interazione, strumenti di azione, approcci di analisi*, Egea, Milano, 2000 F.Golfetto - A. Uslenghi "L'euroglobalizzazione della comunicazione" [The euroglobalization of communication], in E. Valdani e S. Castaldo (ed.) *Euromanagement*, Egea, Milano, 1999.
- F. Golfetto, "Fiere e Mostre", *Enciclopedia di Marketing*, a cura di E. Valdani, UTET, 1993
- F. Golfetto "Il sistema industriale italiano" [The Italian Manufacturing System], in L. Guatri (a cura di), *Economia delle aziende industriali e commerciali*, Egea, Milano, 1992 (updated edition).
- F. Golfetto, P. Milanese "Funzioni delle manifestazioni fieristiche sulle produzioni nazionali ed effetti sulle aree ospitanti", in F. Golfetto (ed) *L'impatto economico delle manifestazioni fieristiche*, EGEA, Milano, 1991
- F. Golfetto "Il sistema industriale italiano" [The Italian Manufacturing System], in L. Guatri (ed), *Economia delle aziende industriali e commerciali*, Egea, Milano, 1988
- Golfetto F. "Crisi e prospettive dei mercati all'ingrosso", *Secondo Rapporto CESCO*, F. Angeli – 1986.
- Brondoni S., Fiocca R., Golfetto F. "Il ruolo di fiere e mostre nei processi di comunicazione aziendale", *Rapporto CREA sulla comunicazione di marketing* – Università Bocconi – 1985.

6. Articles in non-refereed journals / Articoli in riviste senza referaggio

-
- "Competitività e gerarchie nelle manifestazioni fieristiche: il ruolo dei fattori territoriali" (Competitiveness and hierarchies in trade fairs: the role of territorial factors), *Bari Economica*, n. 4, 2002
 - "Le fiere oltre il Web", (Trade fairs beyond the web), *Impresa & Stato*, n.57, September-December, 2001

7. Working papers/non-published papers

Reports with international diffusion

-
- F. Golfetto (ed.) Annual Report on the Italian Trade Fair Industry, CERMES Bocconi University, Published annually, 2012, 2013, 2014, 2015
 - F. Golfetto (ed.) Annual Report on the European Trade Fair Industry, CERMES Bocconi University, Published annually, 2012, 2013, 2015

- Seringhaus R., Golfetto F. "A profile of the European Trade Fair Sector, 1990-1995", CEIR - *Center for Exhibition Industry Research*, paper n. 37, 1997.

Paper presented at International Academic Conferences

- Golfetto F., "The evolution of trade shows systems: Lessons from Europe", Asia-Pacific Conference on Trade Fairs Ecologies, Shanghai 25-26 May 2012.
- Golfetto F. – Rinallo D., European clothing fabric Trade Shows in Asia: Internationalization models and knowledge implication, Asia-Pacific Conference on Trade Fairs Ecologies, Shanghai 25-26 May 2012.
- Zerbini F., Borghini S., Golfetto F., Seing is believing? Signaling supplier's value potential, Industrial Marketing & Purchasing – IMP Conference, Marseille (FR), September 2010.
- F. Golfetto "Competition among Temporary Clusters: A Longitudinal Study of the European Clothing Fabric Trade Shows (1986-2006)", Seminars on network and learning, University of Toronto, January 2010
- D. Rinallo, F. Golfetto, "Collective marketing at trade shows", Center for Business & Industrial Marketing / Institute for the Study of Business Markets Annual Academic Workshop, Tampa (USA), February 2008.
- D. Rinallo, F. Golfetto, S. Borghini, "Building market knowledge together: A netnographic study of online occupational communities", Industrial Marketing & Purchasing – IMP Conference, Uppsala, September 2008.
- Rinallo D., Borghini S. Golfetto F., "The influence of occupational communities on buying behavior" Industrial Marketing & Purchasing Conference - IMP , Manchester, September 2007
- Golfetto F. – Zerbini F. – Gibbert M: Impartive Capacity: Towards a View of Industrial Suppliers as Competence Providers, Euram Conference, Oslo, May 2006
- Rinallo D., Golfetto F. "Trade fairs making war? Becoming the reference event for the industry", Industrial Marketing & Purchasing Conference IMP, Milan, September 2006
- Zerbini F., Golfetto F., Gibbert M. "The Competence Supplier: Exploring the Resource-based Content of Value for Customers in Business Markets, Industrial Marketing & Purchasing Conference, RSM Erasmus University, Rotterdam, September 2005.
- S. Borghini, F. Golfetto, D. Rinallo "Same Place Next Year..."A Deep Replay of Ongoing Search among Industrial Buyers, IMP Conference Rotterdam, September 2005
- Rinallo D., Golfetto, F. , Gibbert M. "Representing Markets: The concertation of fashion trends by French and Italian fabric companies" Industrial Marketing & Purchasing Conference, Rotterdam, September 2005.
- Golfetto F., Zerbini F. "Discarding the view of "competence for free". Linking value for customer to competence providing in B2B" Emac – European Marketing Association Conference, Milan 2005
- F. Golfetto, M. Gibbert "Impartive capacity: towards a view of the supplier as a competence provider", Strategic Management Society Conference, San Juan Puerto Rico, October 2004
- S. Borghini, F. Golfetto, D. Rinallo "Using anthropological methods to study industrial marketing and purchasing. An exploration of professional trade shows" IMP Conference, Copenhagen, September 2004
- Gibbert M., Golfetto F. "The industrial supplier as a competence marketer: upstream and downstream implications at Siemens", IMP Conference, Copenhagen, September 2004;
- F. Golfetto - D. Rinallo "Experiential" marketing communication in B2B contexts: evidence from textile and woodworking machinery industries", EMAC-European Marketing Association Conference, Murcia, May 2004
- Golfetto F., Rinallo D. "Trend concertation in fashion and the affirmation of "dominant design" The role of international trade shows", The 6th ABC European Convention, Milan May 2004
- Golfetto F. "Experiencing supplier capabilities: inside the practice of B2B communication"; 9th Conference on Corporate and Marketing Communication, Warwick University. Coventry, 2-6 Aprile 2004,
- F. Golfetto, S. Borghini e D. Rinallo "In search of good data to study trade fair performances", Marketing Science Conference, Maryland. June 2003

Recent Teaching materials

- Marketing Planning and Budgeting, Teaching material for the course "Strategic Marketing and Marketing Planning", 2013
- Casi di Marketing Planning: Amarotti, Bubol, Belli, Teaching material fot the course "Strategic Marketing and Marketing Planning", 2011
- Competizione tra fiere e marketing collettivo: Il caso Salone del Mobile, Teaching material for the course "Event Marketing", 2010

- Uno sguardo critico alla comunicazione di marketing, Teaching material for the course “Marketing Communication”, 2009

8. Editorial activities /Attività pubblicistica

(partial)

- Si trova solo qui la innovation experience, Il sole 24 ore, Febbraio 2018
- Fiere tra online-offline, Il sole 24 ore, Febbraio 2017
- Fiere alla sfida del web, IL Sole 24 ore, febbraio 2016
- I driver del cambiamento. L'imprenditore Gennaio 2013,
- Cambiare Strategia, L'imprenditore, Gennaio 2012
- La congiuntura impone il cambiamento, Il sole24ore, 31.1.12
- La ricerca del contatto diretto adesso prevale sugli ordini, Il sole24ore, 26.7.11
- I paesi europei hanno perduto la centralità, Il sole24ore, 25.1.11
- I paesi emergent sfidano l'Europa, Repubblica Affari e Finanza, 17.1.11
- Il buyer cerca emozioni, servizi e idee per il futuro, Il sole24ore, 26.1.2010
- Benchmark Germania, Il sole24ore, 13.7.10
- Collaborare su progetti mirati, Il sole24ore, 26.1.2009
- Fiere alla scuola di Parigi, Il sole24ore, 22.1.2008
- Più del prodotto conta l'emozione, Il sole24ore, 30.1.2007

9. Major research grants / Finanziamenti di ricerca

- 2002 - Koln University and Koelnmesse Foundation Award for “The scientific activities in the Trade Fair Field”
- 2011 – Premio Eccellenza nella ricerca, Bocconi
- 1990-2012, Various research grants and funds inside CERMES (sezione A)

10. Invited Lectures / Lezioni presso altre istituzioni

- 2010, University of Toronto, Institute of Innovation and Governance
 - o Visiting Researcher, 1 semester 2010, project: “The knowledge-based strategies of temporary cluster”
 - o “Competition among Temporary Clusters: the European Clothing Fabric Trade Shows”, Seminars on “Network and Learning”, University of Toronto, January 2010
- 2007, Oxford University, Said Business School,
 - o Visiting Scholar, 1 semester 2007, project “Impartive capacity for strategic supplier”
 - o “Compece based marketing”, Seminars, April 2007
- 2008, TAITRA, Taiwan External Trade Development Council, Taipei,
 - o “Train the would-be trainers” project, “ Exhibitions and Trade Fairs” seminars, 2008;

11. Scientific Committee membership / Affiliazione a comitati e associazioni scientifiche

- Scientific Committee for training and research at UFI – The Global Association of the Exhibition Industry, Paris, since 2003
- Scientific Committee for the Competitiveness - Regione Lombardia, Milan, 2004-2011
- Scientific Associations Membership:
 - o IMP (Industrial Marketing Purchasing) Group,
 - o EMAC (European Marketing Association),
 - o SMS (Strategic Management Society),
 - o AIDEA (Associazione Italiana Docenti Economia Aziendale),

- SIM (Società Italiana Marketing)

12. Editorial membership / Partecipazione a comitati editoriali

Editorial Board:

- Journal of Business Research since 2012
- Industrial Marketing Management , since 2006
- Journal of Customer Behavior, since 2009
- Journal of Global Fashion Marketing, since 2010
- Finanza, Marketing e Produzione, 1992-2015
- Commercio – Rivista di economia e Politica Commerciale, 1981-2000

Reviewer:

- Journal of Economic Geography
- Industrial Marketing Management
- European Journal of Management
- Journal of Business Research
- EMAC conferences
- IMP Conferences
- Economia & Management

International Scientific Conferences:

- Track Chair, Asia-Pacific Conference on Trade Fair Ecologies, Shanghai, 2012
- Co-Chair IMP, Industrial Marketing & Purchasing Conference, Milan 2006
- Track Chair IMP, Industrial Marketing & Purchasing Conference, Rotterdam 2005
- Panel Chair, Emac Conference, Milan 2005

13. Main Bocconi teaching activities / Principali impegni didattici in Bocconi

Graduate course (last 5 years)

- Strategic Marketing and Marketing Planning (LS Marketing Management)
- Basic Market Strategy (Master Mimec)
- Marketing Events (Master Mimec)
- Marketing Events and Trade Shows (master Mimec)

SDA School of Management

- Executive courses mainly related to Marketing and Trade Fairs

Other

- Various courses at University of Venice Ca' Foscari and University of Turin

14. Comments on teaching activity / Commenti su attività didattica (max 10 lines)

- Mexem program was based on a project funded by European Community and Fondazione Fiera Milano. This project gave the opportunity to develop the second class of Mimec, after the Mexem program conclusion .

15. Institutional roles and services in Bocconi / Ruoli istituzionali e di servizio in Bocconi

Programs

- Coordinator Master Mimec since 2019
- Director Master Mimec 2012-2019
- Scientific Director Master Mimec 2009-2011
- Director Master Mimec 2002-2009
- Director Master Mexem 2004 -2009

Research Centers

- Director of Trade Fair Observatory CERMES since 1990
- Responsible of Media Communication and Business Marketing Division, CERMES, 2000 -2017
- Vice-Director CERMES 1991-2000
- Senior researcher CESCO 1984-1990

Others

- Member of Research Committee Bocconi University 2005-2007
- Member of Hiring Committee (CO-DO), Management Department, 2008-2009
- Member of Senior Hiring Committee, Marketing Department, since 2010