



A I D E A

XXXVIII CONVEGNO NAZIONALE

**“TENDENZE NUOVE” NEGLI STUDI ECONOMICO-AZIENDALI
L’EVOLUZIONE DEI RAPPORTI AZIENDA-SOCIETA’**

ROMA 14 E 15 SETTEMBRE 2017

CALL FOR PAPERS

www.accademiaaidea.it

www.aidea2017.it



Nel 1927 fu pubblicata la celeberrima prolusione di Gino Zappa dal titolo “Tendenze nuove negli studi di Ragioneria” da cui trasse spunto l’edificazione dell’Economia Aziendale in Italia. Oggi, a distanza di novanta anni, l’Accademia Italiana di Economia Aziendale (AIDEA), con l’organizzazione del convegno dal titolo: “Tendenze nuove” negli studi Economico-Aziendali. L’evoluzione dei rapporti azienda-società, che si terrà a Roma il 14 e il 15 settembre 2017, intende invitare gli studiosi italiani e stranieri di discipline economico-aziendali a riflettere coralmemente sulla direzione che le scienze aziendalistiche tenderanno ad assumere nel prossimo futuro, anche alla luce delle profonde e dirompenti trasformazioni che i contesti tecnologici, politici e socio-economici stanno rapidamente vivendo negli ultimi decenni.

In questo scenario di intenso e rivoluzionario mutamento globale, le nostre discipline rivestono una valenza ancora più incisiva nel recuperare un rapporto simbiotico ed etico diretto a ridefinire percorsi armonici tra crescita aziendale, impatto tecnologico e trasformazioni economiche e sociali.

La nostra comunità scientifica avverte sempre più la necessità di un dialogo e di una visione interdipendente, trasversale e circolare tra i diversi saperi economico-aziendali che, pur nelle loro specificità e *technicalities* verticali, ricevono afflato dall’unitaria e oggi sorprendentemente ancora attuale matrice da cui gli studiosi italiani traggono comune origine.

Per tali ragioni AIDEA, ancor più che per le edizioni precedenti, ritiene possa essere estremamente fertile facilitare in occasione del convegno il processo di dialettica e condivisione di percorsi di sviluppo co-evolutivo tra le diverse Società Scientifiche di matrice aziendale (ADEIMF-Associazione dei Docenti di Economia degli Intermediari e dei Mercati Finanziari, AISME-Accademia Italiana di Scienze Merceologiche, ASSIOA-Associazione Italiana di Organizzazione Aziendale, SIDREA-Società Italiana dei Docenti di Ragioneria e di Economia Aziendale, SIM-Società Italiana Marketing, SIMA-Società Italiana di Management, SISR-Società Italiana di Storia della Ragioneria).

L’articolazione delle sessioni, pur rispettando le diverse anime in cui si sono sviluppati nel tempo i domini scientifici dell’Economia Aziendale, prevede una serie di tracks trasversali dirette ad attrarre ed accogliere contributi anche di aree diverse al fine di alimentare il dialogo e la circolarità della conoscenza all’interno della nostra comunità scientifica.

Sessione 1 - Sistemi di informazione e controllo;

Sessione 2 - Strategia, innovazione, evoluzione dei business model e sviluppo delle start-up;

Sessione 3 - Cambiamento e innovazione nelle organizzazioni. Analisi, progettazione e comportamenti;

Sessione 4 - Prospettive di ricerca sull'intermediazione finanziaria e la finanza aziendale;

Sessione 5 - Il ruolo delle aziende pubbliche tra competizione e collaborazione;

Sessione 6 - Le sfide del marketing nel XXI secolo;

Sessione 7 - Il ruolo della strategia aziendale nella creazione e nella distribuzione di valore;



Sessione 8 - Un'analisi storica delle pratiche di ricerca e d'insegnamento in economia aziendale nelle università italiane;

Sessione 9 - Costruire e promuovere una "cultura della sostenibilità" attraverso un approccio multidisciplinare;

Sessione 10 - *Journal of Management and Governance – Emerging issues in management and governance in the age of globalization, low-rate world and sustainability.*

AIDEA invita tutti gli studiosi italiani e stranieri (membri o meno dell'Accademia) a sottoporre le proprie ricerche condotte nell'ambito delle discipline che hanno come oggetto di riflessione l'azienda (nelle sue molteplici tipologie e dimensioni di analisi).

Per ulteriori informazioni sui contenuti del Convegno, si prega di consultare le pagine successive in cui viene proposto uno specifico *call for papers* per ciascuna sessione e per il *Symposium* organizzato dal *Journal of Management and Governance*.

Informazioni e scadenze	Date
Inizio presentazione contributi	15 febbraio 2017
Termine presentazione contributi	15 maggio 2017
Notifica accettazione <i>paper</i> al convegno	15 luglio 2017
Inizio iscrizioni al convegno	1 giugno (con tariffa ridotta sino al 31 luglio)
Termine per l'iscrizione degli autori (per l'inclusione nel programma)	31 luglio 2017
Termine per l'inserimento del paper nel programma finale	31 luglio 2017
Termine iscrizione al convegno	8 settembre 2017

Presentazione dei contributi (procedura)

Coloro che sono interessati a presentare al Convegno un proprio contributo di ricerca nuovo e non pubblicato (anche in forma preliminare) sono invitati a sottoporlo entro la mezzanotte del 15 maggio 2017 seguendo la procedura on-line disponibile sul sito www.aidea2017.it. Gli autori dei contributi accettati per la presentazione dovranno inviare il testo definitivo da presentare al Convegno - tenuto conto anche delle eventuali osservazioni formulate dai *reviewer* - entro la mezzanotte del 31 luglio 2017.

I contributi, di dimensione compresa tra 5.000 e 8.000 parole, devono essere presentati in formato word, utilizzando i seguenti parametri: margini 2,5, carattere Times New Roman 12, interlinea singola. Per tutte le sessioni, i contributi possono essere presentati in lingua italiana o in lingua inglese. Gli autori devono indicare se intendono effettuare la presentazione in italiano o in inglese. Il comitato scientifico del convegno si attende che gli autori delle ricerche accettate per la presentazione siano disposti ad agire come presidente di sessione e/o *discussant* durante lo svolgimento dei lavori congressuali. Il



comitato scientifico, coadiuvato anche da altri accademici, valuterà i contributi sottoposti per l'accettazione. La valutazione sarà fondata sui seguenti elementi: rilevanza del tema ai fini dello sviluppo delle conoscenze, innovatività, chiarezza degli obiettivi e delle domande di ricerca, qualità dei riferimenti di letteratura, rigore metodologico, rilevanza delle conclusioni per il miglioramento delle pratiche aziendali.

Sede del Convegno

Il Convegno AIDEA 2017 si terrà a Roma e sarà ospitato presso il Dipartimento di Studi Aziendali dell'Università degli Studi "Roma Tre".

L'Ateneo di Roma Tre festeggia nel 2017 il venticinquesimo anno dalla sua fondazione e, per numero di iscritti, è il secondo di Roma e il quindicesimo in Italia. I poli didattici, amministrativi e di ricerca dell'Ateneo sono collocati in diversi punti di un'area urbana piuttosto vasta, compresa principalmente nel quartiere Marconi-Ostiense (a sud del centro di Roma, e a nord rispetto al quartiere dell'EUR).

Il legame con il territorio ispira il logo di Roma TRE, che riprende i simboli della Piramide Cestia e della Porta San Paolo, una delle porte meridionali delle Mura aureliane a Roma. Tra i numerosi monumenti e luoghi di interesse storico, culturale e artistico prossimi all'Ateneo, si ricorda in particolare la Basilica di San Paolo fuori le Mura, inserita nella lista Unesco dei siti patrimonio dell'Umanità.

Le attività del Convegno si svolgeranno principalmente nella nuova sede del Dipartimento di Studi Aziendali (Via Silvio D'Amico, 77).

Per gli spostamenti si fa presente che:

– la sede del Dipartimento di Studi Aziendali dista 10 minuti a piedi (650m) dalla fermata "Basilica San Paolo" della linea B (colore blu) della metropolitana (Direzione Laurentina, provenendo da Roma Termini);

– per chi arriva in treno, tutte le principali stazioni (Termini, Tiburtina e Ostiense) sono collegate alla linea B della metropolitana;

– per la prenotazione dei taxi, oltre ai tradizionali servizi di prenotazione telefonica (raggiungibili ad esempio ai numeri 065551, 066645, 063570 e 064994), sono attive tutte le principali app (tra le quali, ad esempio, MyTaxi);

– In città sono attivi anche i principali operatori di car sharing, due dei quali servono l'area di Roma Tre (Enjoy e Car2go);

– per chi arriva in aereo a Fiumicino, è possibile raggiungere il Dipartimento, alternativamente: con il treno Leonardo Express (servizio no stop ogni 30 minuti, tempo di percorrenza di 32 minuti), arrivando a Roma Termini e prendendo poi la linea B della metropolitana (direzione



Laurentina) fino alla fermata Basilica San Paolo; oppure con la linea ferroviaria regionale FL1 (con partenze ogni 15 minuti nei giorni feriali e ogni 30 in quelli festivi), scendendo alternativamente alla fermata Trastevere (collegamento al Dipartimento con linea autobus 170) oppure alla fermata Ostiense (raggiungendo a piedi la vicina fermata "Piramide" e prendendo la linea B della metropolitana, direzione Laurentina, fermata Basilica San Paolo);

– per chi utilizza il mezzo privato, il Dipartimento è raggiungibile principalmente con la Via Cristoforo Colombo oppure con la via Ostiense. Il Dipartimento dispone di un parcheggio interrato a pagamento, la cui disponibilità è limitata. L'area circostante non prevede ZTL e la sosta è gratuita. Per le aree in cui la sosta è a pagamento, si consiglia l'utilizzo di app (ad esempio, Mycicero).

Per l'*accomodation*, in alternativa alle possibilità che offre la zona circostante al Dipartimento, può essere consigliabile scegliere una qualsiasi soluzione di soggiorno nei pressi di una fermata della linea B della metropolitana. Gli alberghi a quattro stelle raggiungibili a piedi dal Dipartimento di Studi Aziendali sono l'Hotel Pulitzer, l'Hotel Area Roma, l'Oly Hotel e il Saint Paul Hotel.

Ulteriori informazioni logistiche e organizzative verranno fornite sul sito del Convegno.

Quote di iscrizione

Per i Soci AIDEA (accademici ordinari e corrispondenti) **la quota di iscrizione è di € 220 per la "registrazione anticipata" (entro il 31 luglio 2017); € 320 per la "registrazione standard"**, comprensiva della quota di iscrizione all'Accademia per l'anno 2017 e della cena di gala.

Per i non Soci AIDEA **la quota di iscrizione è di € 170 per la "registrazione anticipata" (entro il 31 luglio 2017) e € 270 per la "registrazione standard"**, esclusa la cena di gala.

La quota di iscrizione per i giovani ricercatori (40 anni non compiuti alla data del 10 settembre 2017) è **di € 120 per la "registrazione anticipata" (entro il 31 luglio 2017) e di € 200 per la registrazione standard** (comprensiva della cena di gala).

Le quote di iscrizione coprono tutte le spese riguardanti l'amministrazione e le spese organizzative, nonché caffè e pausa pranzo. **E' previsto un costo aggiuntivo di € 50 per i non Soci AIDEA che volessero partecipare alla cena di gala del Convegno.**



Comitato Organizzatore

Tiziano Onesti - tiziano.onesti@uniroma3.it (PRESIDENTE)

Lucia Biondi - lucia.biondi@uniroma3.it
Massimo Caratelli – massimo.caratelli@uniroma3.it
Francesca Faggioni - francesca.faggioni@uniroma3.it
Franco Fiordelisi - franco.fiordelisi@uniroma3.it
Lucia Marchegiani - lucia.marchegiani@uniroma3.it
Roberto Merli - roberto.merli@uniroma3.it
Alberto Pezzi - alberto.pezzi@uniroma3.it
Valerio Pieri - valerio.pieri@uniroma3.it
Carlo Regoliosi - carlo.regoliosi@uniroma3.it
Maria Francesca Renzi- mariafrancesca.renzi@uniroma3.it
Ornella Ricci - ornella.ricci@uniroma3.it
Marco Tutino - marco.tutino@uniroma3.it

Simona Alfiero (Presidente AIDEA-Giovani) - alfiero@econ.unito.it

Comitato Scientifico

Elita Schillaci (Catania) - cschilla@unict.it (PRESIDENTE)

Gianpaolo Abatecola (Roma Tor Vergata) - gianpaolo.abatecola@uniroma2.it
Gaetano Aiello (Firenze) - gaetano.aiello@unifi.it
Valerio Antonelli (Salerno) - vantonel@unisa.it
Massimo Belcredi (Milano Cattolica) - massimo.belcredi@unicatt.it
Guido Bortoluzzi (Trieste) - guido.bortoluzzi@deams.units.it
Lino Cinquini (S. Anna Pisa) - lino.cinquini@sssup.it
Stefano Consiglio (Napoli Federico II) - consigli@unina.it
Maria Chiara Di Guardo (Cagliari) - diguardo@unica.it
Alberto Incollingo (Napoli Seconda Università) - alberto.incollingo@unina2.it
Giorgio Invernizzi (Milano Bocconi) - giorgio.invernizzi@unibocconi.it
Maria Claudia Luchetti (Roma Tre) - mariaclaudia.lucchetti@uniroma3.it
Daniela Mancini (Napoli Parthenope) - mancini@uniparthenope.it
Michela Marchiori (Roma Tre) - michela.marchiori@uniroma3.it
Antonio Maticena (Bologna) - antonio.maticena@unibo.it
Luigi Moschera (Napoli Parthenope) - moschera@uniparthenope.it
Riccardo Mussari (Siena) - riccardo.mussari@unisi.it
Maria Rosaria Napolitano (Sannio) - napolita@unisannio.it
Tiziano Onesti (Roma Tre) - segreteria@onestieassociati.it
Antonella Paolini (Macerata) - paolini@unimc.it
Aldo Pavan (Cagliari) - apavan@unica.it
Tonino Pencarelli (Urbino) - tonino.pencarelli@uniurb.it
Daniele Previati (Roma Tre) - daniele.previati@uniroma3.it



Sessione 1

TECNOLOGIA, SOSTENIBILITÀ, REGOLAMENTAZIONE E INCERTEZZA: EVOLUZIONE E PROSPETTIVE NEI SISTEMI DI INFORMAZIONE E CONTROLLO

Referenti: Alberto Incollingo e Daniela Mancini

La sessione è incentrata sui processi, gli strumenti e i modelli di produzione e utilizzo delle informazioni che riguardano le condizioni di esistenza e le manifestazioni di vita attuali e prospettive delle aziende e supportano i processi decisionali e di pianificazione e controllo.

Dal nucleo originario della Rilevazione, individuato da Zappa come disciplina fondante dell'Economia Aziendale, molta strada è stata percorsa negli studi scientifici, ma le intuizioni e le indicazioni del Maestro restano attuali. L'espressione "sistemi di informazione e controllo" identifica il complesso di strumenti, metodologie, modelli, risorse tecniche, risorse umane, e informazioni impiegato dalle aziende "per convenientemente apprezzare e ordinare i dati raccolti e per riaffermarli in valori segnaletici". La capacità segnaletica delle informazioni dipende dall'uso di metodi contabili e non, sia nella fase di rilevazione e analisi quantitativa dei fatti aziendali che, soprattutto, negli ultimi stadi della rilevazione, quali l'analisi dei dati, l'interpretazione, la sintesi, e la formazione dei significati.

Questa sessione vuole essere un momento di incontro tra studiosi, professionisti e cultori delle materie economico aziendali, particolarmente interessati ai temi legati ai sistemi di informazione e controllo, quali bilancio e comunicazione finanziaria, comunicazione non finanziaria, auditing, controllo di gestione, sistemi informativi aziendali, sistemi di supporto strategico; con riguardo ai diversi contesti delle aziende private e pubbliche; delle aziende piccole, medie e grandi; delle aziende e delle relazioni inter-organizzative nei diversi settori industriali.

Obiettivo di questa sessione è analizzare ed evidenziare le tendenze emerse nel corso del tempo, quelle attualmente emergenti e quelle future nell'ambito dello studio e della pratica dei sistemi di informazione e controllo. In particolare i cambiamenti in atto nel contesto istituzionale, economico, sociale e tecnologico hanno determinato il consolidamento dell'attenzione verso alcuni temi quali il rischio, la sostenibilità, l'inclusione, l'accessibilità, la trasparenza, l'integrazione, il ri-uso, la condivisione, la connettività delle cose, allo scopo di meglio comprendere, apprezzare e comunicare i processi di creazione di valore, in una prospettiva oramai non più circoscritta agli investitori di capitale nelle aziende, ma allargata a tutti gli *stakeholder*. La sessione mira a stimolare il dibattito sullo stato dell'arte negli studi nazionali rispetto al contesto internazionale e ad interrogarsi sulle linee di rinnovamento e di proficua ricerca per il futuro.

Sono apprezzati contributi teorici, in particolare quelli che forniscono una sistematizzazione di ampio respiro degli studi relativi al tema dei sistemi di informazione e controllo; contributi empirici, in particolare l'analisi di casi qualificanti tendenze nuove. Sono inoltre incoraggiati lavori che integrano le diverse prospettive dell'economia aziendale e/o il contributo di ricercatori, professionisti e manager.



La sessione è articolata nelle seguenti linee tematiche che trattano in modo trasversale il tema:

1) Tecnologie e metodologie emergenti.

Questa linea tematica accoglie contributi che trattano della relazione tra la tecnologia e i sistemi di informazione e controllo, con particolare riguardo alle moderne tendenze nell'ambiente tecnologico quali, ad esempio, digitalizzazione, Xbrl, Open Access, Web, Social Media, App, Cloud, Internet of Things, stampa 3D, ecc. L'obiettivo è capire se e come tali tecnologie possano essere una opportunità per migliorare i processi di informazione e controllo aziendale, o per rivedere in chiave moderna metodologie e procedure consolidate. Particolare attenzione viene, inoltre, prestata alle metodologie che costituiscono la frontiera nell'ambito della rilevazione, elaborazione, rappresentazione, interpretazione delle informazioni finanziarie e non finanziarie, tanto per il *reporting* interno che per quello esterno, nonché nella formulazione delle decisioni e dei processi di pianificazione e controllo.

2) Sostenibilità, inclusione e collaborazione.

Questa linea tematica accoglie contributi che affrontano come, in cosa e perché i sistemi di informazione e controllo possono integrarsi con i temi della sostenibilità ambientale e sociale, dell'inclusione e della collaborazione inter e intra organizzativa quali elementi fondanti delle aziende del futuro. Il focus di questa linea è sulla integrazione della sostenibilità e della inclusione nei sistemi di informazione e controllo, e sulla caratterizzazione dei sistemi stessi in contesti di collaborazione, condivisione e co-creazione.

3) Regolamentazione e informativa aziendale.

Questa linea tematica accoglie i contributi che analizzano la relazione tra regolamentazione (intesa in senso ampio come norme, leggi, regolamenti, linee guida, ecc.) e sistemi di informazione e controllo. In particolare, sono incoraggiati lavori che propongono metodologie nuove per la misurazione dell'impatto della regolamentazione obbligatoria e volontaria dei sistemi di informazione e controllo; analisi su indicatori della reattività delle aziende private e pubbliche all'adeguamento di tali sistemi; e modelli di gestione evoluti e di successo per il governo dei processi di *compliance*.

4) Competenze per i sistemi di informazione e di controllo del futuro.

Questa linea tematica accoglie contributi che si interrogano sulle competenze richieste per presidiare i processi di informazione e controllo che le aziende si trovano a gestire attualmente e nel futuro, al fine di delineare i profili professionali e i contenuti formativi che qualificano e qualificheranno il mondo dei "contabili". In particolare sono incoraggiati contributi che approfondiscono il tema delle competenze rispetto alle dimensioni: tecnologia, sostenibilità, inclusione e differenze di genere, regolamentazione.

5) Incertezza, rischio e crisi aziendali.

Nell'attuale contesto aziendale le condizioni di incertezza dell'ambiente amplificano il rischio aziendale in tutte le sue forme e in tutti gli stadi di vita delle aziende; di conseguenza, la diagnosi



precoce delle crisi, nonché la gestione delle stesse, diventano momenti decisivi per recuperare e/o mantenere le condizioni di equilibrio dei sistemi aziendali. Questa linea tematica accoglie contributi che riguardano: i processi e gli strumenti (anche normativi) di informativa esterna nelle situazioni pre-crisi e di crisi; i processi e gli strumenti di controllo interno che supportano il recupero dell'efficacia strategica e dell'efficienza operativa; il ruolo degli organi di controllo "esterno" nelle situazioni di crisi; gli strumenti ed i processi per la produzione e per il controllo di affidabilità delle informazioni *forward-looking* in situazioni particolari, ad esempio nelle *start-up* o nei processi di *turnaround*; le criticità nell'applicazione dei principi di redazione del bilancio, nelle valutazioni d'azienda e nella misurazione del rischio in situazione di crisi; il connotato predittivo delle informazioni finanziarie e non finanziarie in condizioni di elevata incertezza.

Pubblicazione dei contributi

I migliori contributi presentati al Convegno potranno essere sottoposti in *fast track* alle seguenti riviste, rispettando l'ordinario processo di referaggio previsto:

- Financial Reporting, Management Control, Rivista Italiana di Ragioneria e di Economia Aziendale,

In attesa di conferma: Rivista dei Dottori Commercialisti, Economia Aziendale online, International Journal of Accounting Information Systems, Journal of Intellectual Capital, Accounting, Auditing & Accountability Journal.



Sessione 2

STRATEGIA, INNOVAZIONE, EVOLUZIONE DEI BUSINESS MODEL E SVILUPPO DELLE START-UP

Referenti: Elita Schillaci e Guido Bortoluzzi

I percorsi di nascita e di crescita delle start up sono percorsi spesso complessi, estremamente articolati, certamente non lineari. Cosa determini, poi, la capacità di sopravvivenza e di crescita delle nuove imprese è questione ancora attuale in letteratura, benché il tema non possa di certo definirsi nuovo.

Negli ultimi anni, i contributi sia di ordine teorico che empirico sull'argomento si sono letteralmente moltiplicati. Nel corso del tempo il focus di tali studi si è fatto via via più specifico e gli studiosi hanno rivolto un'attenzione crescente al ruolo svolto da fattori sempre più specifici – particolari risorse e competenze, strategie, comportamenti, attitudini mentali, vantaggi localizzativi, dinamiche settoriali e di mercato, ecc. – nel supportare la crescita delle start-up. Al contempo, il dibattito ha contestualmente iniziato a disperdersi in una molteplicità di rivoli tra loro non sempre interconnessi.

Benché la crescita rappresenti un obiettivo di primaria importanza per ogni impresa di nuova fondazione, occorre riconoscere che una parte considerevole di start-up non sopravvive alle prime fasi di vita, non cresce affatto in quelle successive, non riesce ad indentificare un modello di business sostenibile e tantomeno a generare performance economiche soddisfacenti.

Le ragioni del perché questo accada non sono totalmente chiare. Nonostante l'abbondante produzione di contributi sia teorici che empirici sul tema, la letteratura manageriale è tuttora alla ricerca di teorie convincenti oltre che di studi empirici autorevoli che possano aiutare gli studiosi a capire perché certe start-up crescano mentre altre faticino a farlo.

In particolare, esiste un'oggettiva urgenza di produrre nuova conoscenza su questo tema in un contesto economico come l'attuale caratterizzato da una frenetica evoluzione tecnologica, da incessanti cambiamenti nei mercati di fornitura e di sbocco, da profondi cambiamenti nei modelli e nei comportamenti di consumo. Si tratta di fattori che possono da un lato offrire formidabili opportunità di crescita per una *start-up* ma dall'altro minarne alle radici la stessa capacità di sopravvivenza nel breve e nel medio termine.

L'obiettivo della nostra sessione è di promuovere una migliore comprensione dell'impatto che l'evoluzione dell'ambiente competitivo ha sulle strategie e sui comportamenti delle imprese di nuova generazione e, di contro, di comprendere in quale modo tali comportamenti impattino sulle capacità di sopravvivenza e di crescita delle imprese stesse. Per raggiungere questo obiettivo, invitiamo studiosi e *practitioner* ad esplorare i temi che sono riassunti nelle seguenti *track*:



1) Percorsi di crescita innovativi per imprese di nuova generazione.

La *track* intende esplorare il tema delle strategie e dei percorsi di crescita innovativi. La tematica spazia dalla applicazione in chiave innovativa di strategie di crescita “classiche” all’utilizzo di soluzioni strategico/organizzative di più recente sviluppo nella letteratura manageriale. La *track* accoglie contributi connessi alla nuova imprenditorialità ed inerenti, tra l’altro, i seguenti temi: integrazione verticale, diversificazione correlata, diversificazione incorrelata, penetrazione di mercato, crescita per linee interne, crescita per linee esterne, *strategic agility*, *organizational ambidexterity*, *corporate entrepreneurship*.

2) Misurazione della performance e sostenibilità dell’impresa.

La *track* vuole da un lato approfondire il tema della performance d’impresa e della sua misurazione. Nuove metriche e nuovi modelli di misurazione delle performance potrebbero essere necessari in un contesto competitivo caratterizzato da elevata rapidità dei cambiamenti tecnologici e di mercato. A ciò si affianca il tema della sostenibilità dell’impresa che è, con tutta evidenza, oggi non più riconducibile alla sola declinazione economica del termine, ma che abbraccia ambiti quali l’etica, la sostenibilità sociale e quella ambientale. La *track* accoglie contributi inerenti, tra l’altro, i seguenti temi: performance d’impresa e sua misurazione, *balanced scorecard*; sostenibilità d’impresa; etica d’impresa; *corporate social responsibility*; sostenibilità ambientale.

3) Evoluzione del modello di business.

La *track* affronta il tema dell’appropriatezza del modello di business rispetto ai cambiamenti ed alle evoluzioni dell’ambiente competitivo con il quale l’impresa di nuova concezione si confronta. L’intento della *track* è di andare oltre un approccio meramente configurazionale e descrittivo del business model per abbracciare una prospettiva maggiormente dinamica, connessa in particolar modo alla evoluzione in chiave innovativa ed all’adattamento del modello di business. La *track* accoglie contributi inerenti, tra l’altro, i seguenti temi: *business model evolution*, innovazione *del business model*, adattamento del *business model*, *disruptive business model*, *business model* emergenti.

4) Darwinismo digitale ed evoluzione dei settori *low-tech*.

L’attuale contesto competitivo si caratterizza per un incremento esponenziale della velocità dell’innovazione tecnologica oltre che dalla crescente pervasività delle tecnologie abilitanti (*enabling technologies*) in settori un tempo definiti come tradizionali o “*low tech*”, come l’agricoltura ed una parte del manifatturiero. Le tecnologie digitali stanno però trasformando profondamente non solo imprese ma anche interi settori portandoci verso un rinnovato contesto competitivo nel quale la tradizionale distinzione tra *high* e *low-tech* avrà sempre meno senso vista la crescente compenetrazione tra i due mondi. L’obiettivo di questa *track* è di raccogliere spunti teorici ed evidenze empiriche in grado di fare chiarezza sulle evoluzioni in corso e sugli impatti di tali processi evolutivi a livello d’impresa



(organizzativo/manageriale) e di settore. La *track* accoglie contributi inerenti, tra l'altro, i seguenti temi: tecnologie *disruptive*, evoluzione settoriale, strategie evolutive in settori *low-tech*, digitalizzazione.

Pubblicazione dei contributi.

I migliori contributi presentati al Convegno potranno essere sottoposti per la pubblicazione, seguendo il consueto processo di *submission* e di referaggio, sulle seguenti riviste:

R&D Management, Technovation, Management Decision, Journal of Business Research, Journal of Management and Governance, Economia & Management, Sinergie



Sessione 3

CAMBIAMENTO E INNOVAZIONE NELLE ORGANIZZAZIONI. ANALISI, PROGETTAZIONE E COMPORTAMENTI

Referenti: Maria Chiara Di Guardo, Michela Marchiori, Luigi Moschera

L'innovazione organizzativa è da sempre considerata una delle azioni fondamentali per il raggiungimento degli obiettivi di imprese, enti e istituzioni e la realizzazione dei processi di trasformazione. L'accelerazione dello sviluppo tecnologico registrato negli anni recenti e la sua rapida penetrazione in tutti i settori economici (fenomeno noto come Quarta Rivoluzione Industriale) sollecita le imprese all'innovazione e ha conseguenze rilevanti in termini di progettazione dell'organizzazione e cambiamento dei comportamenti delle persone che in esse operano. Questa sessione è rivolta a ospitare contributi di ricerca sui temi dell'innovazione della progettazione organizzativa ai diversi livelli e ad approfondire la discussione sul rapporto tra digitalizzazione e organizzazione dell'impresa e sulle possibili strumentazioni da utilizzare nei percorsi di analisi.

Saranno accolti contributi di carattere teorico ed empirico, riguardanti le *track* di seguito individuate:

1. Progettare la struttura, i processi aziendali, i confini organizzativi e l'organizzazione del lavoro in contesti innovativi e in ambienti a elevato contenuto tecnologico.

Fanno riferimento a questa *track* contributi sui seguenti temi:

- Innovazione di configurazioni organizzative tradizionali e introduzione di configurazioni emergenti e aperte: configurazioni emergenti (temporanee, per processi, transnazionali, organizzazioni ad alta affidabilità, organizzazione dei servizi ad alta intensità tecnologica, ecc.); evoluzione della configurazione a rete (crowdsourcing e piattaforme collaborative; contratti di rete nel sistema economico italiano; nascita e creazione di start up innovative); modalità di governo della rete (manager di rete, piattaforme condivise, istituzioni, meta-management).

- Processi aziendali e sistemi di gestione: approcci innovativi nella gestione dei processi aziendali e nell'adozione di sistemi informativi; approcci innovativi al *project management*; processi di riforma e ammodernamento della PA; dematerializzazione dei flussi documentali; analisi organizzativa dei processi di implementazione e certificazione dei sistemi di gestione (*Management Standard Systems*); integrazione organizzativa dei sistemi di gestione.

- Fabbrica digitale, robotizzazione, automazione: conseguenze sull'occupazione, sulla nascita/distruzione di mansioni e figure professionali e sulle modalità di lavoro; sulla creazione di *start up* innovative.



- Nuovi ruoli organizzativi e nuove professioni: nuovi criteri di progettazione delle posizioni di lavoro; attività e catene cliente-fornitore interni; ruoli polifunzionali; progettazione dei *team* e ruolo del *team leader*; nuove professioni del digitale.

- Digitalizzazione e impatto su luoghi, tempi e modalità di svolgimento del lavoro: il lavoro da remoto (*telelavoro*, *smart-working*, lavoro agile); condivisione degli spazi di lavoro (*co-working*); intensificazione di ritmi di lavoro; rapporto tra tempi di vita e di lavoro e “diritto alla disconnessione”; trasformazioni e ri-disegno dei contenuti del lavoro e delle competenze professionali; *social network* e organizzazione; comunità virtuali.

2. Il governo e la gestione delle persone, delle competenze e dei comportamenti in contesti innovativi e in ambienti a elevato contenuto tecnologico.

Fanno riferimento a questa *track* contributi sui seguenti temi:

- Progettazione delle attività di gestione delle persone: *high performance work systems*; sistemi ad alta affidabilità; impatto del digitale sulle attività di HRM (*e-recruitment*, *e-learning*; *HR Big Data & Analytics*, ecc.); sistemi premianti e influenza sulla motivazione dei lavoratori; gestione delle politiche retributive e degli *expatriates*; gestione delle carriere.

- Valorizzazione e coinvolgimento delle persone: talent management; sistemi di *employer*.

- *Branding*; valutazione delle competenze e nuovi sistemi di formazione e di apprendimento; piani di sviluppo delle competenze digitali; nuovi modelli di leadership, nuovi approcci di comunicazione e coinvolgimento delle persone; processi di creazione, diffusione, capitalizzazione delle conoscenze (*Knowledge management*); politiche di inclusione e valorizzazione delle diversità (*Diversity management*); processi di gestione e accompagnamento del cambiamento organizzativo (*Change management*); politiche di *active aging* e di promozione dello scambio intergenerazionale; promozione d'impresa ed educazione all'imprenditorialità (*entrepreneurial education*).

- Pratiche di responsabilità sociale dell'impresa: pratiche emergenti di conciliazione famiglia e lavoro; sistemi di *welfare* aziendale; partecipazione dei lavoratori e dei loro rappresentanti alle scelte d'impresa.

Pubblicazione dei contributi

I migliori contributi presentati al Convegno potranno essere sottoposti a revisione sulle seguenti riviste:

- *Economia e Management* (da confermare), *Prospettive in Organizzazione*, *Studi organizzativi* (da confermare), *Sviluppo e Organizzazione* (da confermare)





Sessione 4

PROSPETTIVE DI RICERCA SULL'INTERMEDIAZIONE FINANZIARIA E LA FINANZA AZIENDALE

Referenti: Massimo Belcredi e Daniele Previati

La sessione si propone di favorire e accrescere l'interazione e il confronto tra ricercatori, che appartengono a diverse generazioni e che seguono diversi orientamenti metodologici, interessati all'economia degli intermediari e dei mercati finanziari e alla finanza aziendale. In particolare la sessione si concentra sulle prospettive, consolidate e emergenti, negli studi sull'intermediazione finanziaria e sulla finanza aziendale a supporto della gestione. L'obiettivo è diffondere i risultati di studi – che si collocano nella dinamica evolutiva della tradizione e sulla frontiera della ricerca teorica e empirica – che risultino comunque utili ad amministratori, a manager e policy maker per migliorare il governo delle aziende finanziarie e non finanziarie e quindi favorirne competitività e sostenibilità.

La sessione accoglie *paper* sia teorici che empirici e si articola nelle *track* nel seguito evidenziate.

1. Intermediazione finanziaria - *Financial intermediation*

I sistemi finanziari sono di fronte a importanti mutamenti e innovazioni, legati alla perdurante crisi finanziaria e economica e alla innovazione tecnologica (c.d. Fintech). I contributi degli studiosi che seguono un approccio economico-aziendale sono da sempre orientati a individuare le conseguenze dei provvedimenti di politica monetaria, regolamentari e di vigilanza soprattutto sulla gestione degli intermediari e dei mercati e quindi sulla gestione finanziaria e dei rischi di aziende non finanziarie, famiglie, istituzioni, oltre che sulla morfologia e sul funzionamento dei sistemi finanziari. In questa *track* sono accolti contributi inerenti in particolare i seguenti temi: *Regulation and Supervision Reforms, Financial innovation, Fintech, Alternative Finance (i.e. Crowdfunding), Shadow Banking, Restructuring and sustainability of the banking system, Credit Markets, Short-term Financing, Financing Investments, NPL and securitization, The role of institutional investors, Ethics and Financial Intermediation, Financial Education, Social Media and Financial Intermediation.*

2. Gestione degli intermediari finanziari - *Management of financial institutions*

La gestione complessiva degli intermediari finanziari si articola, secondo un approccio tradizionale proprio degli studi economico-aziendali, nelle aree della gestione, dell'organizzazione e della rilevazione. La dinamica evolutiva di tali studi deve contribuire a fornire suggerimenti utili al miglioramento della gestione dei diversi tipi di intermediari finanziari, per soddisfare le esigenze dei diversi stakeholder. A tale scopo, in questa *track* sono particolarmente graditi contributi inerenti i seguenti temi: *Corporate strategies and Business models, Governance and organization design in banking, Performance management systems, Compensation systems, Risk management systems, Internal control systems, Business processes (Lending, Payments, Asset Management), Corporate Social Responsibility, Sustainability Strategy, Social Media Management.*



3. Mercati finanziari - *Financial markets*

L'organizzazione e il funzionamento dei mercati finanziari primari e secondari sono tipici oggetti di studio dell'economia degli intermediari finanziari, così come gli strumenti finanziari e i bisogni che essi soddisfano. L'evoluzione dei sistemi finanziari ha reso intermediari e mercati strettamente interconnessi, aumentando le opportunità ed i rischi che si aprono agli operatori. In questa *track* sono accolti contributi che trattino in particolare i comportamenti degli investitori, degli emittenti, delle società di gestione dei mercati, delle autorità con riferimento a: *Financial Market Microstructure, Trading Systems (traditional and alternative), Information and Efficiency, Liquidity, Pricing, Equity, Corporate Bonds, Derivatives, Wealth Management Industry, Pension Systems and Financial Markets*.

4. Finanza aziendale - *Corporate finance*

In questa *track* saranno ospitati i lavori che si focalizzano sui temi tradizionali della Finanza d'impresa e sul governo dei rischi come elementi essenziali della gestione aziendale e la creazione di valore per tutti gli azionisti. L'obiettivo è esaminare le "nuove tendenze". Questa *track* accoglie quindi contributi che riguardano, tra l'altro, i seguenti temi: *Corporate Governance, Risk management and hedging, Corporate and asset valuation, Financial management, Capital structure and securities issuance, Corporate restructurings, M&A and takeovers, Finance for small business*.

Pubblicazione dei contributi

I migliori contributi presentati al Convegno potranno essere sottoposti a revisione sulle seguenti riviste:

- Bancaria, Journal of Financial Management Markets and Institutions, Rivista Bancaria - Minerva Bancaria



Sessione 5

IL RUOLO DELLE AZIENDE PUBBLICHE TRA COMPETIZIONE E COLLABORAZIONE.

Referenti: Aldo Pavan e Riccardo Mussari

Nell'ambito del processo di globalizzazione che caratterizza l'economia mondiale, sempre più si configurano situazioni di competizione tra sistemi paese piuttosto che tra singole organizzazioni. In tale prospettiva, nessun paese può tollerare che particolari settori siano inefficienti. Sovente il sistema delle aziende e delle amministrazioni pubbliche (AP) è stato imputato di costituire un freno se non un ostacolo ai processi di innovazione e di sviluppo sostenibile. Nonostante i numerosi e ripetuti processi di riforma istituzionale, amministrativa, contabile e dei sistemi di controllo questo convincimento permane diffuso e, in parte, suffragato da evidenze empiriche.

Il processo di riforma istituzionale e amministrativa e quello particolare dei sistemi informativi non sembrano essere giunti, in Italia, a un assetto soddisfacente. Gravi problemi emergono soprattutto in termini di coerenza generale del sistema pubblico nazionale: si pensi alla forma parlamentare del livello statale e di quella presidenziale degli enti territoriali, alla riforma costituzionale approvata e sottoposta a referendum, alla tramontata prospettiva federale, alle polemiche e alle incertezze che caratterizzano i metodi elettorali ai diversi livelli di governo. Più nello specifico, le informazioni, di diretta o indiretta derivazione contabile, sono spesso contraddittorie; con frequenza vengono sollevate obiezioni circa la loro stessa affidabilità. I modelli contabili adottati appaiono disallineati rispetto a quelli prevalenti negli altri paesi a economia sviluppata. Più che di nuove riforme dei sistemi informativi, emerge la necessità di una stagione di razionalizzazione e di conduzione a unità di sistema dei modelli in essere, a servizio delle istituzioni, delle loro articolazioni organizzative e, in ultima analisi, delle comunità di cittadini. Il tema della corruzione ritorna con frequenza nel dibattito e nei provvedimenti legislativi; si ha tuttavia l'impressione che si faccia troppo ricorso a rimedi giuridici più che a quelli sostanziali costituiti dai controlli interni e dalla revisione.

La debolezza delle teorie di riferimento che hanno ispirato i processi di cambiamento fin qui attuati, anche a livello internazionale (*New Public Management*), è probabilmente una delle cause degli insoddisfacenti risultati conseguiti. Muovendo da questo presupposto, più volte evidenziato in dottrina, questa call sollecita un rinnovato sforzo teorico degli studiosi di discipline aziendali che privilegiano lo studio delle aziende e delle amministrazioni pubbliche.

Lo scenario nel quale le organizzazioni pubbliche operano è complesso. Gli ingranaggi che regolano le relazioni causali fra domanda e offerta di intervento pubblico sono sempre più inestricabili. Prevederne le dinamiche è molto arduo e ciò tende a generare costantemente il rischio di un disallineamento fra attesa di azione ed effettiva capacità di risposta. Programmi e piani pubblici sono rapidamente smentiti dall'incessante e imprevedibile dinamica dei fattori che determinano i bisogni delle comunità tanto a livello domestico che internazionale. Tuttavia, per quanto possa sembrare



paradossale, c'è una stretta correlazione positiva tra il carattere d'instabilità dei contesti, ambientali ed organizzativi e la necessità di non lasciare le AP prive di punti di riferimento teorici chiari, testati e condivisi sul piano valoriale, indispensabili per affrontare sfide importanti, improvvise e, spesso, decisive per il bene comune. D'altro canto, quelle aziende sono condizionate dall'ambiente politico, sociale ed economico in cui operano, ma al tempo stesso sono chiamate a condizionarlo, a determinarlo, a farlo. Ciò per almeno due ragioni:

1. le produzioni pubbliche, specie quando ci riferiamo alla produzione della regolazione e ai beni pubblici puri, contribuiscono a definire i caratteri strutturali e valoriali del contesto sociale ed economico dove le AP insieme a tutte le altre aziende si trovano a svolgere le proprie funzioni (si pensi all'istruzione, all'ordine pubblico, alla giustizia, alle infrastrutture, ai trasporti, all'assistenza sociale, alla salute, etc.);

2. il territorio costituisce l'elemento costitutivo essenziale – anzitutto per le AP territoriali - nonché lo spazio fisico entro il quale esse esercitano le loro potestà nei confronti dei soggetti che si trovano (in modo permanente o temporaneo, a seconda dei poteri) e cui interessi rappresentano e tutelano.

Sempre più spesso programmi e politiche pubbliche implicano la realizzazione di attività in territori diversi da parte di AP, aziende private e pubbliche oppure si riconducono a funzioni pubbliche per le quali le responsabilità di intervento sono suddivise fra i diversi livelli di governo. Da ciò deriva che la concreta soddisfazione dei bisogni passa attraverso la partecipazione attiva di altre aziende. Presidiare efficacemente i meccanismi di coordinamento (*public governance*) ed esercitare la leadership istituzionale e politica anche in modo da favorire la partecipazione dei cittadini ai processi di decisione e attuazione costituiscono possibili soluzioni.

I processi di ammodernamento organizzativi, gestionali e dei sistemi di programmazione e controllo dei risultati, l'armonizzazione dei sistemi contabili devono comunque essere funzionali all'esigenza di garantire l'equilibrio e la compatibilità macro-economica della finanza pubblica e di perseguire l'economicità delle singole aziende che compongono il sistema pubblico.

Tali obiettivi si possono ottenere solo tramite la capacità di indagare e interpretare le complesse relazioni di interdipendenza tra aspetti gestionali, organizzativi, economici e finanziari che si stabiliscono non solo all'interno della singola azienda pubblica, ma anche tra diverse aziende pubbliche e tra queste e le aziende private con e senza scopo di lucro che costituiscono le "reti" attraverso le quali si definiscono le politiche pubbliche e si realizzano i processi produttivi dei servizi pubblici.

Alla luce delle succinte osservazioni che precedono, la presente sessione del Convegno AIDEA 2017 si propone di attrarre contributi che si propongano di spiegare le condizioni di esistenza e le manifestazioni di vita delle aziende e amministrazioni pubbliche. Rilevano tanto le relazioni tra le variabili interne quanto quelle tra le variabili interne e d'ambiente, qualunque sia la natura dei servizi pubblici prodotti e delle funzioni pubbliche esercitate. Le metodologie accettate sono in prevalenza di carattere empirico, qualitativo o quantitativo. Studi di carattere teorico saranno accolti se caratterizzati da innovatività generale, rilevanza e solidità delle premesse, rigore dello sviluppo logico, originalità delle



conclusioni. Eventuali trattazioni descrittive devono essere funzionali a ricerche empiriche o speculative o essere relative a fenomenologie totalmente nuove e rilevanti per la comunità scientifica.

Sono previste le *track* di seguito indicate:

1. *Governance* pubblica.
2. Innovazione gestionale ed organizzativa nelle aziende e nelle amministrazioni pubbliche
3. Armonizzazione contabile internazionale e nazionale
4. Corruzione e sistemi di controllo interno
5. Creazione di valore pubblico e misurazione dei risultati
6. Collaborazioni pubblico-privato e Co-produzione
7. Sanità e servizi alla persona
8. Aziende non-profit e imprese sociali

Pubblicazione dei contributi

I migliori contributi presentati al convegno potranno essere sottoposti a revisione sulle seguenti riviste con le quali sono in corso accordi per definire *fast-track*: Azienda Pubblica, Mecosan, Journal of management and governance. Rivista Italiana di Ragioneria e di Economia Aziendale, Management Control.



Sessione 6

LE SFIDE DEL MARKETING NEL XXI SECOLO

Referenti: Maria Rosaria Napolitano e Tonino Pencarelli

Il XXI secolo è un periodo attraversato da profonde trasformazioni economico-finanziarie, culturali, socio-demografiche e politiche che stanno modificando il mondo in cui viviamo, impattando profondamente sugli stili di vita e i comportamenti di consumo, oltre che sui processi manageriali delle imprese. I cambiamenti più significativi derivano dall'accelerarsi dei fenomeni della globalizzazione dei mercati e delle imprese, dalla più rapida diffusione delle innovazioni tecnologiche, dalla crescente importanza delle risorse immateriali e dei servizi nei processi di produzione e consumo, dai profondi mutamenti ambientali e climatici e dal progressivo affermarsi dell'economia collaborativa e della condivisione.

In questo nuovo e mutevole scenario, in cui la pressione competitiva è crescente e sempre più caratterizzata da incertezza, il marketing è chiamato a nuove sfide, a partire dall'esigenza di rivedere alcune tradizionali basi teoriche e concettuali, cui segue l'imperativo di innovare approcci e processi manageriali. In tale prospettiva, l'obiettivo della sessione è approfondire l'evoluzione del paradigma e dei processi di marketing alla luce dei profondi cambiamenti, accogliendo contributi di carattere teorico e empirico, riguardanti le *track* di seguito individuate.

1) Marketing e nuove tecnologie

Lo sviluppo delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione – che, oltre all'avvento di internet, sono caratterizzate dall'affermarsi della telefonia mobile e dalla diffusione di nuovi strumenti di connessione di persone e imprese (pc portatili, *smartphone*, *tablet*, ecc.) – ha determinato una rivoluzione epocale. Una rivoluzione segnata anche dall'avvento del *web 2.0*, che sta modificando forme e modalità di relazione tra individui oltre che tra produttori e consumatori. Radicali i cambiamenti nei processi di marketing, a partire dalle attività di ricerca di mercato, fondate sul ricorso ai cosiddetti *big data*, e dagli innovativi processi di progettazione, creazione e comunicazione del valore, sempre più orientati al coinvolgimento attivo dei consumatori, mediante il ricorso al *social media marketing*. In questa prospettiva, la *track* accoglie contributi inerenti, tra l'altro, i seguenti temi: *digital marketing*; *social media marketing*; *internet marketing*; *mobile marketing*; comportamento del consumatore e nuove tecnologie; marketing e innovazione; *e-commerce*; marketing e *smart-life*.

2) Marketing e competizione internazionale

La globalizzazione dei mercati e delle imprese ha determinato il cambiamento delle tradizionali regole competitive. Si sono attenuate le barriere all'ingresso, cosicché per le imprese sono sorte sia minacce inedite, dovute all'ingresso di nuovi concorrenti globali nei mercati domestici, sia interessanti



opportunità sui mercati esteri, tradizionali ed emergenti. Nel mutato contesto competitivo, la dimensione «globale» è diventata propria anche per imprese un tempo solo «nazionali». L'internazionalizzazione è diventata condizione di sopravvivenza per l'impresa obbligata ad attivare processi di marketing capaci di integrare la prospettiva globale con quella del radicamento territoriale. Alla luce di questi fenomeni, la *track* accoglie contributi inerenti, tra l'altro, i seguenti temi: l'analisi e la scelta dei mercati esteri, l'analisi della domanda internazionale, la segmentazione e il posizionamento nei mercati internazionali, le politiche di marketing internazionale; il marketing e le differenze culturali internazionali; il marketing nei paesi emergenti; il marketing e i gruppi etnici, marketing internazionale ed effetto *country of origin*; strategie di marketing delle *born global*.

3) Marketing e *societing*

I profondi cambiamenti climatici ed ambientali, la crisi dei tradizionali processi di consumo e l'evoluzione degli stili di vita hanno imposto un profondo ripensamento del tradizionale paradigma del marketing, proiettandolo verso una nuova concezione "di servizio" per l'organizzazione nel suo complesso, ispirata dall'idea di creare valore economico e sociale per il cliente (in un'accezione ampia). Un cliente esperto, critico, alla ricerca di prodotti sani, di offerte autentiche, di un consumo responsabile, teso alla riduzione degli sprechi e alla salvaguardia della sostenibilità ecosistemica, più attento alla qualità della vita, alla salute e al benessere, sempre più interessato al patrimonio storico e culturale celato nelle produzioni. L'avvento dell'economia *green* e la crescente attenzione della società ai temi dei limiti dello sviluppo e della sostenibilità sta fornendo nuovi stimoli alle imprese orientandole a creare nuove piattaforme di produzione di valore. Crescente il ricorso a strategie di *public engagement* e programmi di responsabilità sociale, attraverso cui connettere il successo aziendale al progresso sociale. In tale prospettiva, il marketing è chiamato a orientare i processi aziendali verso condotte trasparenti e oneste, capaci di creare e mantenere fiducia con coloro che si rendono disponibili alla produzione collaborativa, predisponendo piattaforme *aperte* basate sull'uso delle nuove tecnologie informative e comunicative. Nella più recente logica della creazione di valore condiviso (*creating shared value*), il marketing può contribuire a realizzare l'espansione del valore economico e sociale, attraverso differenti modalità di creazione valore condiviso: attraverso nuovi modi di concepire prodotti e mercati, nuovi modelli di creazione del valore orientati dalla centralità dei bisogni sociali, dalla riscoperta dei valori dell'artigianalità e della manifattura, per accrescere la produttività e l'innovazione nell'ambiente in cui l'impresa ha ospitalità. Alla luce di questi fenomeni, in questa *track* confluiscono contributi inerenti, tra l'altro, i seguenti temi: consumo responsabile; *green marketing*; marketing etico; marketing filantropico; marketing sociale; *sharing economy* e marketing; marketing e co-creazione di valore; *heritage marketing*; *storytelling* e comunicazione dei valori aziendali.

Pubblicazione dei contributi

I migliori contributi presentati al convegno potranno essere sottoposti a revisione sulle seguenti riviste con le quali sono in corso accordi per definire *fast-track*: *Mercati & Competitività*, *Micro Macro Marketing*, *Sinergie (track 2 e 3)*, *Il Capitale Culturale. Studies on the Value of Culturale Heritage (track 3)*



Sessione 7

IL RUOLO DELLA STRATEGIA AZIENDALE NELLA CREAZIONE E NELLA DISTRIBUZIONE DI VALORE

Referenti: Gianpaolo Abatecola e Giorgio Invernizzi

Le più recenti statistiche circa le differenziate performance aziendali sembrano confermare, sia a livello nazionale che internazionale, una classica – ed ancora attuale – dicotomia: alcune imprese nascono, crescono e creano valore nel tempo, diventando, in taluni casi, addirittura esempi di successo usati come riferimento nella letteratura scientifica e manageriale; altre imprese, invece, pianificano e successivamente implementano percorsi strategici che, nel tempo, portano alla distruzione del valore stesso. Le richiamate evidenze empiriche, pertanto, costituiscono un'ulteriore dimostrazione della riconosciuta centralità che la strategia aziendale ha sempre assunto, sia nel settore pubblico che in quello privato, nel processo di auspicata creazione di valore e sua distribuzione a tutti gli stakeholder.

Ciò premesso – ed in linea con il più generale tema del Convegno AIDEA 2017 – questa sessione intende continuare ad alimentare il dialogo scientifico tra approcci tradizionali ed emergenti allo studio della strategia aziendale. La sessione è volta ad accogliere contributi concettuali ed empirici. Con riferimento ai secondi, in particolare, essa intende supportare metodologie di ricerca sia qualitative che quantitative.

Nell'ambito della sessione si ipotizza di organizzare le *track* di seguito esposte.

1. Strategia e ciclo di vita aziendale

Questa *track* intende accogliere contributi volti ad approfondire quali strategie, sia corporate che competitive, possano più proficuamente supportare il processo di adattamento delle imprese all'ambiente esterno, a seconda delle fasi del ciclo di vita in cui le prime si trovano. Tale filone, peraltro, si posiziona anche nel più generale dibattito tra determinismo ambientale, volontarismo strategico e meccanismi co-evolutivi nella determinazione ed implementazione del processo di adattamento stesso. Una particolare attenzione sarà dedicata alle strategie di successo nelle aziende start-up.

2. Rapporto tra strategia aziendale e struttura organizzativa

Questa *track* intende accogliere contributi volti ad indagare su quello che, sin dalle seminali proposizioni chandleriane, ha continuativamente rappresentato uno dei temi di ricerca più frequentati anche negli studi di strategia aziendale. Le ricerche su tale tema, peraltro, hanno da sempre presentato importanti implicazioni anche per la sottesa relazione tra cambiamento strategico e cambiamento organizzativo, nonché per i riflessi di tale relazione sulle performance aziendali. I temi della cosiddetta "*strategy execution*" (più, o meno, contrapposti alla formulazione strategica) avranno spazio in questa *track*.



3. Strategia aziendale e imprenditorialità

Questa *track* intende accogliere contributi volti a spiegare quali strategie aziendali possano utilmente supportare l'imprenditorialità. In particolare, con riferimento al sempre centrale problema dell'elevata mortalità infantile di molte imprese, la *track* incoraggia contributi volti ad approfondire quali modelli di business, nonché quali ecosistemi, possano sostenere le imprese neonate in percorsi strategici efficaci ed efficienti, aumentandone dunque le probabilità di sopravvivenza nel lungo periodo.

4. Strategia aziendale e governance

Questa *track* è volta ad accogliere contributi che studino la relazione tra modelli di *governance* e strategie aziendali. In proposito, ad esempio, da tempo si sono sviluppate ricerche volte ad indagare circa il possibile nesso causale tra le caratteristiche socio-demografiche dei top *decision maker* aziendali e la pianificazione di particolari percorsi strategici. Tali ricerche, peraltro, attualmente tentano di verificare anche la possibile esistenza di una relazione inversa, derivante dalle specifiche esigenze di settori di attività economica, sistemi-paese e contesti culturali.

5. Strategie comportamentali

Questa *track* intende accogliere contributi, anche a carattere interdisciplinare, volti ad approfondire le basi psicologiche e cognitive alla base dei processi decisionali strategici, studiandone la sottesa relazione anche con riferimento alla pianificazione e controllo. Tale emergente filone di ricerca si basa sulla razionalità limitata simoniana implicita nei *decision maker* aziendali, da cui possono derivare euristiche di comportamento influenzate anche da personalità, stati emotivi ed attitudini mentali dei decisori stessi.

6. Tendenze nuove nel concetto stesso di strategia e, soprattutto, di valore

Quale modello e quale linguaggio strategico vengono maggiormente utilizzati nella realtà italiana? Sono gli stessi utilizzati in altri Paesi? Quale modello utilizzato genera maggiore valore? Ma quale valore? Quale CSV (*Creating Shareholder Value* o *Creating Shared Value*?) Quello per l'azienda e/o quello per l'azionista? E quale azionista (quello di maggioranza qualificata o quello del "parco buoi")? Ad alcune di queste domande la *track* vorrebbe cercare una risposta.

7. Strategie e valore nelle aziende familiari e nelle PMI

I contributi sollecitati in questa *track* includono (ma non sono limitati a):

- la longevità delle imprese familiari e delle PMI;
- la strategia di ristrutturazione e di rivitalizzazione delle aziende "*Made in Italy*";
- la strategia di internazionalizzazione come strategia di sopravvivenza delle aziende familiari e PMI italiane di fronte alla crisi economica;
- la strategia di cooperazione fra le aziende italiane per contrastare la crisi;



- il rapporto fra strategia e modelli di *corporate governance* nelle aziende italiane che consentono un successo duraturo;
- la duplice strategia di radicamento nel territorio e di internazionalizzazione delle PMI italiane.

Pubblicazione dei contributi

I referenti di sessione contatteranno editors di riviste internazionali e nazionali per pianificare special issues e/o fast tracks legate ai contributi presentati.



Sessione 8

UN'ANALISI STORICA DELLE PRATICHE DI RICERCA E D'INSEGNAMENTO IN ECONOMIA AZIENDALE NELLE UNIVERSITÀ ITALIANE

Referenti: Valerio Antonelli e Antonella Paolini

La riflessione su una disciplina assunta a scienza da soli 90 anni può ben partire da un'indagine storica e chiedersi "come i nuovi principi fondativi dell'Economia aziendale sono stati applicati dagli accademici nelle loro ricerche e come sono stati predisposti i nuovi programmi d'insegnamento, nonché le metodologie didattiche nelle università italiane?"

L'idea è di applicare la concezione della storia di Foucault, enunciata in "Archeologia del sapere" e applicata in molte sue opere, largamente usata da numerosi studiosi di *Accounting History* (per es. *Genealogies of calculation di Miller e Napier o The Archaeology of Accounting Systems di Hopwood*).

Si chiedono, quindi, contributi che possano, attraverso i libri e gli articoli, risalire alle prime ricerche e trattazioni scientifiche sui temi della gestione, dell'organizzazione, della rilevazione congiuntamente considerati. Gli angoli di lettura ed approfondimento possono essere molti: la formazione di un linguaggio peculiare degli aziendalisti italiani; il recepimento, o l'influenza, nelle ricerche, di modelli e teorie stranieri ma anche la capacità/incapacità di comunicare i risultati delle ricerche nazionali (con i loro modelli e teorie), presso accademie internazionali; i processi di valutazione delle ricerche economico-aziendali e come i principi di valutazione possano essere stati recepiti nella formazione delle regole e nelle prassi concorsuali che si sono succedute per quasi un secolo.

D'altro canto, il modo d'insegnare una disciplina non è mera pedagogia applicata, piuttosto impegnativo e peculiare trasferimento del sapere, ecco perché studiare e analizzare tutto ciò che può essere ricondotto a un'attività didattica e formativa in seno al mondo universitario può essere molto utile per capire come l'Economia aziendale (nelle sue varie declinazioni) si è modificata nel tempo.

1. L'economia aziendale italiana: origine ed evoluzione delle prassi di ricerca e della loro valutazione

- Fondamenti della disciplina: i precursori
- Linguaggio e specificità dell'azienalismo italiano
- Importazione di modelli e teorie dall'estero
- Natura locale o globale dell'economia aziendale classica e contemporanea
- Evoluzione delle prassi di valutazione della ricerca nella comunità degli studiosi



- Aziendalismo italiano e comunicazione dei suoi risultati al mondo accademico internazionale
- Regole e prassi concorsuali e orientamenti della ricerca economico-aziendale

2. La didattica economico aziendale nella tradizione delle università italiane

- Le sedi universitarie, le scuole di economia aziendale e la didattica
- Programmi di insegnamento ed evoluzione della ricerca
- Evoluzione delle metodologie didattiche
- Didattica e relazioni con il mondo professionale
- Didattica e relazioni con il mondo aziendale
- Isolamento o collaborazione tra insegnamenti di discipline aziendalistiche
- Riforme universitarie e impatti sulla didattica economico-aziendale
- Evoluzione dei contenuti degli insegnamenti nei dottorati di area aziendale
- Evoluzione della formazione post-universitaria: i master aziendali e universitari
- Valutazione dell'apprendimento studentesco: continuità e rinnovamento

Pubblicazione dei contributi

I migliori contributi presentati al Convegno potranno essere sottoposti per la pubblicazione, seguendo il consueto processo di submission e di referaggio, sulle seguenti riviste: *Accounting History*, *Accounting History Review*, *The Accounting Historians Journal*, *De Computis*, *Revista Española de Historia de la Contabilidad*, *Contabilità e Cultura Aziendale*, *Economia Aziendale online*, *Rivista dei Dottori Commercialisti*, *Rivista Italiana di Ragioneria e di Economia Aziendale*.



Sessione 9

COSTRUIRE E PROMUOVERE UNA “CULTURA DELLA SOSTENIBILITÀ” ATTRAVERSO UN APPROCCIO MULTIDISCIPLINARE

Referenti: Maria Claudia Lucchetti, Antonio Matacena e Simona Romani

La sessione si propone di favorire il dibattito su un tema di stretta attualità attraverso l'incontro tra competenze e metodologie di ricerca diverse con l'obiettivo di pervenire a proposte articolate e funzionali ad una crescita sostenibile delle aziende e dei sistemi produttivi.

Come è noto il concetto stesso di sostenibilità si è ampliato nel tempo passando da una dimensione prevalentemente ambientale ad una più articolata che ingloba anche concetti economici, sociali. Si tratta di un sistema complesso e multidimensionale nel quale l'azienda assume un ruolo centrale in cui i diversi ambiti interagiscono in modo sinergico.

Ciò implica un diverso modo di pensare strutture, sistemi, processi, materiali e prodotti attraverso un efficiente uso di risorse nell'ottica di un'economia circolare, in cui assume un ruolo strategico il coinvolgimento di istituzioni, governi e della società civile nel suo complesso e specificatamente delle università che svolgono attività essenziali non soltanto nella ricerca applicata ma anche nella promozione e nella diffusione di una “cultura della sostenibilità” attraverso la formazione di figure professionali con competenze sempre più ampie e integrate in modo sinergico, che sono necessarie nelle imprese e nelle istituzioni per promuovere un sistema socialmente ed economicamente sostenibile; richiede necessariamente anche interventi e programmi di educazione, formazione, supporto ed assistenza tecnica per accelerare l'adozione di tecnologie pulite ed innovative da parte delle industrie e di tutti gli attori del sistema produttivo, stili di vita e di consumo sostenibile.

La sessione sarà articolata in 4 *track* alle quali sono riconducibili i molteplici aspetti sopra menzionati e che verranno elencati più dettagliatamente di seguito:

1. Metodologie e strumenti per la valutazione della sostenibilità
2. Aspetti manageriali e strategie per la sostenibilità
3. Aspetti tecnologici della sostenibilità
4. Aspetti etici e sociali della sostenibilità

Nell'ambito delle track indicate verranno sviluppati in particolar modo i seguenti temi:

- Le dimensioni della sostenibilità;
- Innovazione per una produzione sostenibile;
- Mobilità sostenibile;
- *Life Cycle Thinking*: prospettive per una economia sostenibile;



- Diffusione di *life Cycle assessment e Life Cycle Management*;
- La simbiosi industriale nell'ottica di una economia circolare;
- Tecnologia, qualità e innovazione per un futuro sostenibile;
- Produzione e consumo sostenibili;
- CSR, etica e strumenti di sostenibilità sociale;
- *Green economy e green Technologies management*;
- Ecologia Industriale e sistemi di gestione ambientale;
- Ecoinnovazione;
- Riduzione e sostituzione nell'impiego di processi e prodotti potenzialmente pericolosi;
- Strumenti per la diffusione di una cultura della sostenibilità;
- Promozione dell'uso di nuovi materiali e nuove tecnologie "*environmental friendly*";
- Strumenti per la valutazione e la riduzione del rischio ambientale;
- Management della qualità per una produzione sostenibile;
- Strumenti di certificazione per la sostenibilità;
- Strategie per la sostenibilità;
- Il ruolo delle istituzioni per la promozione della sostenibilità;

Pubblicazione dei contributi

I migliori contributi presentati al Convegno potranno essere sottoposti per la pubblicazione, seguendo il consueto processo di *submission* e di referaggio, sulle seguenti riviste: *Journal Of Cleaner Production, Sustainability*.



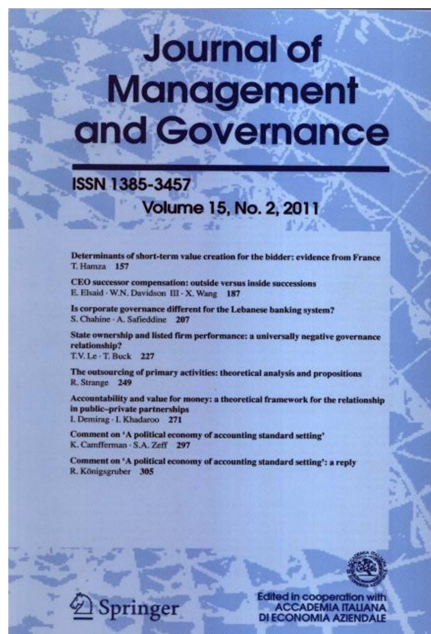
Sessione 10

Journal of Management and Governance

Celebrating 20 years of JMG

Symposium and Parallel Session

Chair: Lino Cinquini – Editor JMG



*Emerging issues
in management
and governance
in the age of globalization,
“low-rate world”
and sustainability*

Twenty years from the publication of the first issue of JMG and ten years after the first JMG Symposium entitled “Emerging issues in management and governance”, this AIDEA conference celebrating the “New Trends” by Gino Zappa - the Italian founder of Economia Aziendale - is the occasion to make the point on this topic, in light of the changes occurred in business environment so far. The increase of globalized competition in a global economy, moving steadily at a low-rate growth and requiring sustainability are the main features affecting the emerging issues in management and governance which this Symposium aims to explore.

Research papers to be presented in the parallel Session 10 organized by JMG are also welcome on these topics.

The Journal of Management and Governance will launch a Special Issue on this topic based on the papers presented.



IN COLLABORAZIONE CON:



S I D R E A



Società Italiana di
MANAGEMENT



Società Italiana
Marketing



*Società Italiana
di Storia della Ragioneria*

0