

Editoriale

di *Salvatore Esposito De Falco**

No abstract is available for this article

L'anno 2020 passerà alla storia come l'anno della pandemia, forse la più grave e dirompente mai avvenuta. Tanto si è scritto e si è detto sugli effetti indotti da essa, non soltanto economici, ma anche sociali e comportamentali. Non mancano elaborazioni di dati ed informazioni sugli andamenti economici internazionali e sulle conseguenze che deriveranno da un anno di completo blackout. Va, tuttavia, evidenziato che ogni evento catastrofico genera l'avvio di una nuova fase, spesso indotta dalla ricerca e dallo sforzo compiuto per superare la crisi; al pari ogni sforzo imponente in termini di ricerca ed innovazione genera concrete ricadute.

È noto, infatti, che l'avvento della pandemia ha determinato una crescita repentina e vorticosa della digitalizzazione, sia in termini di alfabetizzazione digitale, sia con riferimento allo sviluppo di nuove tecnologie. Di riflesso, va anche osservato che la rincorsa alla ricerca di vaccini in grado di contrastare la diffusione della pandemia ha aperto le porte verso innovazioni non solo nel campo medico, ma anche in altri contesti applicativi ad oggi non ancora chiari e delineati, ma che al più presto si paleseranno.

L'innovazione tecnologica, il cambiamento dei comportamenti e l'accelerazione di nuove soluzioni farmacologiche utili a contrastare il coronavirus rappresenteranno, quindi, le nuove piattaforme sulle quali si dovranno costruire le basi per la crescita e lo sviluppo socio-economico dei prossimi cento anni. Storicamente è dimostrato che lo sviluppo passa per innovazioni generate da precedenti crisi, ovvero da ambiziosi progetti di ricerca globale.

Il fenomeno della configurazione di nuovi scenari evolutivi indotti da azioni e attività nascenti, in origine, con altre finalità, non sono nuovi.

* Professore Ordinario in Corporate Governance, Sapienza Università di Roma.
salvatore.espositodefalco@uniroma1.it

Smartphone in mano, quando facciamo una chiamata in un altro continente, o ci colleghiamo a Internet, occorre ringraziare le missioni lunari degli anni Settanta. E si tratta solo dell'esempio più eclatante delle ricadute tecnologiche derivanti dalle prime imprese spaziali. I microchip e la progressiva miniaturizzazione dell'elettronica (una necessità, dalle prime missioni a tutt'oggi) hanno reso possibile i Pc per tutti, così come gli investimenti nelle tecnologie di calcolo e per le telecomunicazioni hanno creato le premesse per la realizzazione della attuale Rete globale; lo stesso dicasi per l'antenato dei moderni sistemi per la tomografia assiale computerizzata, ormai indispensabile in molte indagini mediche, che nacque per analizzare la struttura dei nuovi materiali tecnologici per le suddette missioni lunari ed evidenziarne eventuali difetti di produzione; così come l'utilizzo dei materiali per la produzione delle tute degli astronauti ha rappresentato la base di partenza per nuove applicazioni, ora largamente diffuse.

Siamo, quindi, alle soglie di una nuova era che genererà nuovi scenari, nuove tecnologie, nuove dinamiche comportamentali. Siamo certi che gli sforzi e le ricerche condotte per contrastare l'attuale pandemia determineranno significativi scatti nella curva dell'innovazione, ma anche nelle consuetudini sociali e comportamentali. Tali fattori favoriranno cambiamenti anche nella educazione sociale ed ambientale, favorendo l'acquisizione di nuove consuetudini non soltanto nel vivere civile, ma anche nelle dinamiche competitive delle imprese. Recentemente Philip Kotler, sulla soglia dei suoi novant'anni, ha sentito l'esigenza di ripensare radicalmente le imprese nell'ottica di organizzazioni in grado di rendere, specie dopo la pandemia, il mondo più abitabile e sostenibile.

L'idea è quella già anticipata da Peter Drucker, che affermava che un'impresa, come un individuo, non può essere intesa come un'isola a sé stante: entrambe devono risolvere il problema fondamentale di bilanciare il bisogno di concentrazione e di autolimitazione con la preoccupazione per l'ambiente e le istanze della comunità. In quest'ottica occorre interiorizzare quello che gli economisti, in passato, consideravano come un'esternalità, riprogettando l'impresa attorno al suo *purpose* ed ai suoi valori. Sono proprio questi a determinare il grado di sostenibilità dell'impresa.

In un precedente lavoro sostenevo l'opportunità per l'impresa di evolversi attraverso una dinamica di equilibrio tra genotipo e fenotipo, o più chiaramente tra identità ed immagine. Il mancato equilibrio tra questi fattori determinerebbe una sindrome di errata percezione, capace di compromettere la sostenibilità e, quindi, la sopravvivenza dell'impresa. Oggi, ampliando il concetto, direi che tali comportamenti non solo alterano le condizioni di sostenibilità dell'impresa, ma dell'intero contesto di riferimento, generando fattori moltiplicatori con effetti dannosi sulla società e sull'economia in generale.

Kotler, riprendendo il pensiero di Rosabeth Moss Kanter, evidenzia che le imprese che, nel lungo periodo, presentano *performance* migliori, incorporano nelle loro attività un *purpose* sociale, importante quanto quello economico.

In questo nuovo scenario la *Corporate Social Responsibility* non è più sufficiente; il solo massimizzare il valore per gli azionisti ormai è una prassi non contemplata nelle *best practices* in tema di corporate governance. Serve una nuova narrazione, una nuova forma di impegno e di integrità da parte delle imprese. Ciò che occorre è una nuova forma di attivismo basata su un concetto ampio di sostenibilità economica, sociale ed ambientale, sia interna, sia esterna verso tutti. L'utilizzo del termine *engagement* dovrà, quindi, albergare nei corsi universitari, nelle prassi professionali, nelle dinamiche comportamentali dei manager e del vivere civile.

In questa direzione l'apporto offerto da questo numero sicuramente contribuirà a favorire il dibattito che si sta sviluppando. Di questo ringrazio i curatori Cristina Simone, Maria Antonella Ferri ed Eugenio D'Angelo che hanno stimolato e coordinato la raccolta dei contributi del numero 2/2020.

Riferimenti bibliografici

- Baccarani C, Golinelli G.M. (2011). L'impresa inesistente: relazioni tra immagine e strategia. *Sinergie*, 61-62: 213-225.
- Drucker P.F. (1946). *The concept of the Corporation*. John Day Company.
- Drucker P.F. (2017). *The ecological vision: Reflections on the American condition*. Routledge.
- Esposito De Falco S. (2012). *Genesi ed evoluzione dell'impresa. Principi e casi esplicativi*. Padova: Cedam.
- Esposito De Falco S., Cucari N., Wankowicz E. (2019). Rural tourism and Albergo Diffuso: a case study for sustainable land-use planning. *Land Use Policy*, 82: 105-119, DOI: 10.1016/j.landusepol.2018.11.050.
- Kotler P., Sarkar C. (2020). *Brand activism. Dal purpose all'azione*. Milano: Hoepli.
- Kanter R.M. (1995). *World Class: Thriving Locally in the Global Economy*. New York: Simon & Schuster.
- Kanter R.M. (2020). *Think Outside the Building: How Advanced Leaders Can Change the World One Smart Innovation at a Time*. UK: Hachette.