

## Editoriale

di *Salvatore Esposito De Falco\**

*No abstract is available for this article*

L'Editoriale di questo numero è dedicato alla memoria del prof. **Renato Mele**, con il quale ho intrapreso i primi passi per la carriera accademica. Ancora ricordo il batticuore della prima lezione: "È il tuo battesimo", diceva (ma lo diceva a tutti!); poi, osservandomi meglio, comprendendo le mie paure, per incoraggiarmi aggiunse: "Vedrai che poi sarà tutto in discesa!".

Agli inizi del 1995 mi ritrovai ad affrontare le prime esperienze di studioso dell'impresa in un periodo di grande fermento per l'aziendalismo pubblico; in quelle circostanze, Renato Mele si rivelò una guida instancabile, una certezza assoluta, una sorta di controllore di volo che guidò il mio atterraggio sulle piste, ancora in rodaggio, della *res publica*.

Il rapporto con i propri allievi era globale, tanto da "contemplare" anche la vita affettiva e le relazioni sociali. Mi viene in mente, a tal proposito, un episodio esemplare. Ero a Forlì per il Convegno Svimap. La notizia che Ilaria, la mia fidanzata (che a breve sarebbe diventata mia moglie), veniva a trovarmi, giunse alle orecchie del professore che, senza pensarci due volte, spinto dalla forte curiosità, si presentò in stazione con tutti gli allievi e, quando Ilaria scese dal treno, la sorprese con un applauso che subito diventò generale, volto a festeggiare, anzi celebrare, quel legame affettivo, morale, che riteneva indispensabile per i suoi ricercatori, una sorta di sponda affettiva sulla quale fondare il proprio lavoro e la propria vita.

In ciò emerge l'uomo di vecchio stampo e di solide convinzioni, pronto a sorreggerci ed a pungolarci, per spingerci oltre i propri apparenti limiti. Lo sprone e lo stimolo continuo era rivolto verso la produttività scientifica dei suoi allievi; nel suo immaginario il ricercatore doveva pubblicare. Famosa la sua frase ricorrente: "*publish or perish!*".

\* Professore Ordinario in Corporate Governance, Sapienza Università di Roma. [salvatore.espositodefalco@uniroma1.it](mailto:salvatore.espositodefalco@uniroma1.it)

*Corporate Governance and Research & Development Studies*, n. 1-2021  
(ISSN 2704-8462-ISSNe 2723-9098, DOI: 10.3280/cgrds1-2021oa11452)

Per Mele le pubblicazioni dei suoi allievi erano “le sciabole” con le quali poteva difenderli nei concorsi. Per questo ripeteva sempre: “Senza sciabole si perde la guerra”.

Ricordo in maniera vivissima quegli anni '90, pervasi da venti impetuosi di rinnovamento e *deregulation, public governance e new public management*; erano gli anni della riforma Bassanini, quando si iniziò a parlare di stakeholders della pubblica amministrazione, di sostenibilità economica e sociale, di cittadini clienti, sovrani e non sudditi. Per un professore come Mele, appassionato di marketing e di pubblica amministrazione, quelle parole suonavano gioiose, dandogli conferma di tutto il suo credo scientifico. Un percorso glorioso, che lo portò a fondare la SVIMEZ ed a creare una scuola aziendalista salernitana forte e coesa, mantenuta unita con una guida affettuosa, che non ebbe mai bisogno del *divide et impera* per governare. Una scuola che non fu mai autoreferenziale, grazie ai buoni rapporti che Renato Mele mantenne sempre con la scuola romana e con Gaetano Golinelli, che di lì a qualche anno diventerà il mio Maestro.

Renato Mele creò le premesse per la sistematizzazione teorica di un modello di sviluppo della *public governance* basato sulla pianificazione di decisioni strettamente collegate al territorio ed alle sue istanze, in questo precedendo le attuali teorie sullo sviluppo sostenibile economico e sociale. La focalizzazione sui temi del cambiamento in atto nella pubblica amministrazione racchiudeva tutto il suo entusiasmo per l'emergere di una nuova dimensione della *res publica*, per l'attuarsi di una rinnovata e più equa *governance* da veicolare all'interno della Pubblica Amministrazione.

Come si può garantire un modello di sviluppo in grado di soddisfare i bisogni del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i propri? A questo interrogativo il Prof. rispondeva ponendo nella giusta attenzione i bisogni del territorio e le istanze degli stakeholder. La consapevolezza di questo necessario equilibrio tra Stato e cittadini era molto presente nella sua opera, a tal punto da considerare fondamentale l'azione di comunicazione sociale e di *engagement*. Alla base della sua idea di economia sostenibile si celava, infatti, l'esigenza di conciliare la crescita economica con una più equa distribuzione delle risorse.

Un precursore delle attuali teorie sull'ESG e sull'economia circolare? Probabilmente sì. Sicuramente mostrò grande sensibilità verso questi temi.

In questa direzione, tracciata con rigore e serietà da Renato Mele, va questo numero della rivista, che raccoglie una serie di contributi.

Un primo gruppo riguarda il rapporto tra sostenibilità ed innovazione. La sostenibilità sta diventando il riferimento portante degli attuali percorsi di innovazione, anche all'interno delle imprese. Tuttavia, sostenibilità e innovazione sono stati spesso considerati come forze contrapposte. In particolare,

la realizzazione delle innovazioni tecnologiche è stata considerata una delle principali cause di deterioramento delle risorse naturali. Oggi, invece, innovazione e sostenibilità, nella loro accezione più ampia – ossia persone, pianeta, profitti – sono sempre più interrelate positivamente, tanto che l’una viene alimentata dall’altra.

Nel contributo di **Alberta Bernardi, Chiara Luisa Cantù ed Elena Cedrola**, intitolato *Heritage marketing e valorizzazione del territorio: il percorso verso l’innovazione sostenibile nel settore tessile e moda*, si propone un esempio positivo di conciliazione tra innovazione sostenibile e perseguimento della redditività aziendale. Nello specifico, si descrive un caso aziendale in cui emergono le potenzialità strategiche dell’*heritage marketing* quale strumento per valorizzare sostenibilità, territorio e storia aziendale. La storia e i valori aziendali parlano di un’impresa del settore della moda che è riuscita a svilupparsi in maniera virtuosa, riducendo l’impatto della produzione sull’ambiente e seguendo, quindi, un percorso di innovazione sostenibile.

In un altro contesto, nel contributo di **Silvia Cosimato, Roberto Vona, Francesca Iandolo e Francesca Loia**, gli autori si focalizzano sul ruolo dell’innovazione sostenibile, con particolare riferimento alle piattaforme digitali dei Beni culturali. Il lavoro *Innovazione sostenibile e piattaforme digitali per i beni culturali: il caso Clickproject* ricorre anch’esso ad un caso aziendale per testimoniare il rapporto tra sostenibilità e innovazione. In particolare, si descrive una piattaforma digitale che ha sviluppato un network di interazioni, una sorta di ecosistema innovativo che dematerializza i processi di gestione del patrimonio culturale, ottimizzando l’uso delle risorse materiali (es. finanziamenti e strutture) e immateriali (informazioni), nell’ottica di un’economia pienamente circolare.

Sempre sul tema delle piattaforme digitali, il contributo di **Maria Palazzo e Alfonso Siano**, *Fifth-generation (5G) communication networks and sustainability: a research agenda*, sposa l’idea che il 5G possa essere considerato uno strumento capace di aiutare le imprese al raggiungimento di uno sviluppo sostenibile, attraverso un utilizzo più efficace dell’energia e la condivisione più efficiente di una mole sempre più grande di informazioni. Il trend previsto è quello di uno sviluppo di progressi ancora più ampi, rispetto a quelli raggiunti dalle passate tecnologie (4G e 3G), che dovranno tenere conto delle istanze di sostenibilità sociale ed economica provenienti dalla collettività.

Il rapporto tra innovazione digitale e sostenibilità è rivisitato, invece, da **Gaetano Fausto Esposito**, in una chiave di lettura diversa. Nel suo lavoro *Il circuito innovazione digitale e sostenibilità istituzionale. Uno schema per la valutazione degli effetti sul lavoro*, l’autore sottolinea gli aspetti negativi di tale relazione, evidenziando come la digitalizzazione possa avere, nel breve

periodo, un impatto negativo sull'occupazione, in particolare per le mansioni di basso e medio livello a carattere routinario. Di conseguenza si rendono necessarie politiche di *empowerment* e di *re-skilling* digitale del capitale umano, per riequilibrare la tensione tra innovazione e sostenibilità sociale.

I due successivi contributi, invece, sono più focalizzati sulla *corporate social responsibility*. **Antonella Monda** e **Antonio Botti**, ad esempio, si fermano su *I rischi della Corporate Social Responsibility per le imprese etiche e lo scetticismo del consumatore green*. Gli autori analizzano un caso molto discusso, quello delle Ferrovie dello Stato, evidenziando l'esistenza di un *fit* tra il *core business* e le attività aziendali di CSR, che si traduce in una netta discrepanza tra la comunicazione aziendale delle attività di CSR e la percezione delle stesse da parte dei consumatori. In contrasto con la crescente attenzione che la letteratura riserva alla CSR, la responsabilità sociale d'impresa sembra influenzare meno di quanto si pensasse il "pregiudizio" che un consumatore ha di un'impresa, quantomeno in certi settori merceologici, dove prevale ancora un certo scetticismo sulla credibilità etica delle imprese.

Ulteriori perplessità sull'efficacia degli obiettivi di sostenibilità sono presenti nel lavoro di **Sofia Martinoli**, *2030 Agenda and business strategies: the Sustainable Development Goals as a compass towards a common direction*. Gli obiettivi dell'Agenda 2030, infatti, sono stati messi in crisi dall'epidemia del Covid-19, che ne ha destabilizzato le finalità e la perseguibilità. L'autrice analizza, a tal uopo, la disponibilità di strumenti e modelli per tradurre gli obiettivi sostenibili dell'Agenda in strategie organizzative e imprenditoriali più circolari, sottolineando come, tuttavia, la grande quantità di strumenti disponibili spesso complica, per le imprese, la scelta di quelli più convenienti, su cui investire tempo e risorse.

Gli ultimi due contributi, a tema libero, forniscono una chiusura eccellente a questo fascicolo. **Stefano de Nichilo** analizza l'interazione tra turismo e gestione sostenibile. In particolare il lavoro, dedicato a *Management Accounting in European Affairs: a Memorandum Methodology for Formalize Audit Evidence*, analizza i vari sistemi di indicatori del turismo sostenibile e la loro capacità di valorizzare la competitività turistica nel rispetto della sostenibilità economica.

Infine, **Antonio Frenda**, nel suo contributo intitolato *Approcci per la stima delle produzioni estere relative alle imprese nazionali*, analizza i principali metodi utili per effettuare il passaggio dalla contabilità d'impresa ai concetti espressi dal Sistema europeo dei conti nazionali e regionali (Sec 2010), al fine di delineare nuovi processi produttivi che la globalizzazione delle imprese rende sempre più stabili, anche al fine di verificare eventuali comportamenti fiscali elusivi.