

B I L A N C I O

D I

I M P A T T O

2 0 2 1

Team di lavoro

Angeloantonio Russo

Delegato Bilancio di Impatto SIMA 2021

Ordinario di Economia e gestione delle Imprese

Università LUM «Giuseppe Degennaro»

Rosamartina Schena

Ricercatrice di Economia e gestione delle Imprese

Università LUM «Giuseppe Degennaro»

Rigraziamenti

Consiglio Direttivo

- *Sandro Castaldo, Presidente*
- *Tonino Pencarelli, Vicepresidente*
- *Alberto Falini, Tesoriere*
- *Arabella Mocchiari Li Destri, Segretario*
- *Alberto Pastore, Past President*
- *Stefano Bresciani, Consigliere*
- *Francesco Calza, Consigliere*
- *Francesco Ciampi, Consigliere*
- *Andrea Piccaluga, Consigliere*
- *Elita Schillaci, Consigliere*
- *Alfonso Siano, Consigliere*
- *Federico Testa, Consigliere*
- *Guido Bortoluzzi, Consigliere*
- *Laura Michellini, Consigliere*
- *Angelo Riviezzo, Consigliere*
- *Ludovica Principato, Consigliere*

Collegio dei Revisori

- *Lara Penco, Revisore*
- *Maria Della Lucia, Revisore*
- *Savino Santovito, Revisore*

Segreteria SIMA

- *Adele Ferragamo*

Milano



Roma



Firenze



Bari



Napoli



Palermo



INDICE

1. La Lettera agli Stakeholder
2. La sostenibilità e l'innovazione in SIMA
3. Nota Metodologica
4. SIMA in sintesi
 - 4.1 Chi siamo, Vision e Mission
 - 4.2 La Governance
 - 4.3 I nostri soci
 - 4.4 Gli altri attori sociali
 - 4.5 Le attività
 - 4.6 SIMA e gli obiettivi di sviluppo sostenibile
5. La materialità
 - 5.1 Gli stakeholder rilevanti
 - 5.2 Gli aspetti materiali
 - 5.3 La matrice di materialità
6. Le aree di impatto
 - 6.1 Workshop specialistici
 - 6.2 Internazionalizzazione
 - 6.3 Rapporto con le imprese
 - 6.4 Scuole e riviste
 - 6.5 Gruppi tematici
 - 6.6 Comunicazione
 - 6.7 Conferenza
7. Distribuzione del valore
 - 7.1 Il valore aggiunto

1. La lettera agli Stakeholder

GRI: 102-14

Il 2022 è un anno importante per SIMA. Da un lato si chiude il mandato del Consiglio Direttivo che ho avuto l'onore di presiedere; dall'altro, inizia l'ultimo anno che concluderà il primo decennio di vita della nostra associazione.

È, dunque, il momento opportuno per aggiungere un ulteriore importante tassello al percorso strategico di SIMA. Si è deciso di predisporre la prima edizione del Bilancio di Impatto di SIMA, al fine di rendicontare i risultati raggiunti con maggiore attenzione e trasparenza nei confronti dei nostri stakeholder.

Con il Bilancio di Impatto 2021 di SIMA illustriamo i benefici sociali che abbiamo generato non solo nell'ultimo esercizio 2021, ma nella storia recente della Società nel periodo 2019-2021.

Per SIMA questo documento ha prima di tutto una rilevanza strategica. Consentirà, infatti, agli organi di governo di SIMA di avere una visione chiara e completa delle aree nelle quali poter intervenire per massimizzare

l'impatto, in primo luogo sociale, che SIMA è in grado di generare.

Consentirà, inoltre, alla nostra associazione di migliorare ulteriormente il dialogo con i propri interlocutori interni ed esterni, in modo partecipativo e collaborativo.

SIMA è nata su di un duplice presupposto: in ambito accademico, con l'intento di far crescere la disciplina del Management, rappresentarla e tutelarla nel suo ambiente istituzionale di riferimento; in ambito economico e sociale, con l'obiettivo di favorire l'avanzamento e il trasferimento della cultura imprenditoriale e manageriale.

Alla base di tutti i nostri risultati ci sono le capacità accademiche, scientifiche e professionali dei nostri associati.

Perseguire l'eccellenza, tanto nella ricerca quanto nella didattica, generando impatto per e con il tessuto imprenditoriale e istituzionale, rappresenta il perno delle nostre strategie.



Ma tutto questo non è che il punto di partenza. Ci aspetta un lavoro impegnativo per portare avanti i nostri obiettivi strategici.

Con questo primo Bilancio di Impatto abbiamo deciso di arricchire il nostro modo di presentarci, condividendo le ragioni delle nostre scelte strategiche e il modo con cui esse si riflettono sulle persone, sulle istituzioni con cui ci interfacciamo, sui territori in cui operiamo. Per raggiungere i nostri obiettivi dobbiamo essere aperti e

trasparenti, raccogliere i contributi che provengono dall'esterno, in particolare attraverso il dialogo continuo con i nostri associati e con le altre associazioni, accogliendo le loro aspettative e i loro bisogni per integrarli nell'operatività quotidiana e per fare in modo che quello che creiamo sia davvero valore sostenibile.

Prof. Sandro Castaldo
Presidente SIMA

«Per raggiungere i nostri obiettivi dobbiamo essere aperti e trasparenti, raccogliere i contributi che provengono dall'esterno, in particolare attraverso il dialogo continuo con i nostri associati e con le altre associazioni»

2. La sostenibilità e l'innovazione in SIMA



SIMA rappresenta la principale associazione italiana nella disciplina del management.

È riuscita a imporsi, a partire dal momento della sua fondazione, quale punto di riferimento per tutti i docenti e ricercatori che svolgono attività scientifica e didattica in tutte le aree del management.

Per raggiungere tali risultati è stato necessario un percorso di impostazione strategica fortemente orientato all'innovazione e al cambiamento. Con questo spirito, è stato possibile in poco tempo raggiungere risultati importanti, anche a livello di dialogo con le istituzioni universitarie, che consentono oggi di porre le base per un percorso di ulteriore miglioramento per le generazioni future.

Coerentemente con l'impostazione strategica di SIMA, questo primo Bilancio di Impatto rappresenta lo strumento più efficace per rendicontare e comunicare a tutti gli stakeholder dell'associazione non solo

i risultati raggiunti, ma soprattutto lo spirito con cui SIMA intende indirizzare la propria strategia di sostenibilità.

Sostenibilità in SIMA deve essere sinonimo di trasparenza, coinvolgimento e impatto. Sulla base di questi driver, il Bilancio di Impatto 2021 apre a tutti gli stakeholder dell'associazione una finestra sulle attività svolte nell'ultimo triennio.

In secondo luogo, presenta l'analisi di materialità condotta con una mirata azione di engagement verso tutti gli stakeholder della Società.

SIMA è probabilmente una delle poche associazioni accademiche in Italia ad aver identificato gli aspetti materiali su cui fondare lo sviluppo del percorso strategico del prossimo futuro. Da ultimo, il Bilancio di Impatto 2021 quantifica l'impatto che SIMA è stata in grado di generare.

Sono molteplici e sicuramente complesse le sfide che aspettano il prossimo futuro della Società.

L'impegno di SIMA deve essere di favorire la crescita organica del management in Italia e non solo. Non è un caso che l'internazionalizzazione, la ricerca scientifica e la fondamentale attività di incontro e scambio rappresentata dal Convegno annuale della Società siano le priorità materiali identificate da SIMA e dai suoi stakeholder.

Solo perseguendo questi obiettivi sarà possibile consolidare la rilevanza che il management deve avere sul territorio e nei confronti delle

istituzioni accademiche, culturali, sociali e politiche, agevolando la partecipazione e la centralità di docenti e ricercatori della disciplina. SIMA offre, con questo Bilancio di Impatto 2021, una prima fotografia di come intende misurarsi. È l'occasione per avviare nuove alleanze con i propri stakeholder.

*Prof. Angeloantonio RUSSO
Delegato
Bilancio di Impatto SIMA 2021*

«SIMA è probabilmente una delle poche associazioni accademiche in Italia ad aver identificato gli aspetti materiali su cui fondare lo sviluppo del percorso strategico del prossimo futuro»

3. Nota Metodologica

GRI:102-46, 102-50

Il Bilancio di Impatto 2021 presenta le performance economiche, sociali e operative registrate da SIMA nell'anno 2021.

In questa prima edizione del Bilancio di Impatto, le performance economiche di SIMA sono state rendicontate e analizzate in raffronto al triennio precedente, rispetto alla chiusura dell'esercizio oggetto di analisi. La *ratio* metodologica alla base di questa decisione trova fondamento nell'importanza di analizzare il valore generato da SIMA lungo un arco temporale sufficientemente lungo. Le performance sociale e operative sono, d'altro canto, rendicontate per la prima volta.

Il Bilancio di Impatto 2021 è stato redatto seguendo le linee guida di uno standard di rendicontazione esauriente per la determinazione degli impatti, sviluppato da un ente esterno e indipendente. In particolare, l'attività di rendicontazione alla base del Bilancio di Impatto 2021 è stata portata avanti adottando lo standard GRI – Global

Standards a livello di compliance “core”, predisposto dalla Global Reporting Initiative.

Tale approccio metodologico ha consentito in primo luogo di considerare key performance indicator (KPI) di sostenibilità che avessero una valenza riconosciuta e affidabile.

SIMA si è, dunque, impegnata in tale direzione con una duplice finalità strategica: valorizzare il proprio approccio alla sostenibilità implementato negli anni e agevolare il dialogo con i propri stakeholder.

In particolare, il Bilancio di Impatto 2021 prende avvio da un attento processo di mappatura degli stakeholder che ha consentito di identificare le istanze di ciascuno di essi, i connessi aspetti materiali e le relative aree di impatto. Particolare attenzione, dunque, è data in questo report ai risultati legati alla gestione delle relazioni con gli stakeholder rilevanti di SIMA: soci, accademie e istituzioni italiane e straniere, associazioni, fornitori.

Per quanto concerne la raccolta dei dati primari, essa è stata supportata da un processo strutturato che ha coinvolto alcuni dei referenti interni. La raccolta dei dati secondari, di contro, si è basata su di un'attività di stakeholder engagement realizzata attraverso la somministrazione di un questionario realizzato ad hoc.

Il meticoloso processo di rendicontazione ha previsto:

- La raccolta e verifica dei dati e informazioni non finanziarie per ciascuna attività svolta da SIMA;
- Il coinvolgimento di referenti di ciascuna attività per la validazione delle analisi e dei contenuti delle diverse sezioni del report;
- L'approvazione del Bilancio di Impatto da parte del Consiglio Direttivo a seguito della revisione del Collegio dei Revisori;
- La presentazione del Bilancio di Impatto in occasione del Convegno annuale 2022;
- La pubblicazione del Bilancio di Impatto 2021 sul sito internet di SIMA con la finalità di rendere trasparente il risultato raggiunto e agevolare il processo di engagement con gli stakeholder.

SIMA pubblica il primo Bilancio di Impatto allo scopo di raccontare a tutti gli stakeholder la dimensione strategica e gestionale orientata alla sostenibilità e all'innovazione che identifica e contraddistingue il proprio approccio strategico.

Il percorso che ha portato alla stesura del Bilancio di Impatto 2021 si inserisce in un quadro strategico di lungo periodo, su cui si fonda la strategia di SIMA.

Ancona



Catania



Viterbo



Foggia



Siena



Bologna



INDICE

1. La Lettera agli Stakeholder
2. La sostenibilità e l'innovazione in SIMA
3. Nota Metodologica
4. SIMA in sintesi
 - 4.1 Chi siamo, Vision e Mission
 - 4.2 La Governance
 - 4.3 I nostri soci
 - 4.4 Gli altri attori sociali
 - 4.5 Le attività
 - 4.6 SIMA e gli obiettivi di sviluppo sostenibile
5. La materialità
 - 5.1 Gli stakeholder rilevanti
 - 5.2 Gli aspetti materiali
 - 5.3 La matrice di materialità
6. Le aree di impatto
 - 6.1 Workshop specialistici
 - 6.2 Internazionalizzazione
 - 6.3 Rapporto con le imprese
 - 6.4 Scuole e riviste
 - 6.5 Gruppi tematici
 - 6.6 Comunicazione
 - 6.7 Conferenza
7. Distribuzione del valore
 - 7.1 Il valore aggiunto

4. SIMA in sintesi

GRI: 102-1, 102-3, 102-5

4.1 Chi siamo, vision e mission

La Società Italiana di Management (SIMA) è nata nel 2013 allo scopo di contribuire allo sviluppo e alla diffusione della conoscenza del management in ogni ambito scientifico, sia in Italia che all'estero. Questo, anche grazie alla collaborazione con altre associazioni accademiche.

Essa si propone di operare su differenti piani: in **ambito accademico**, per far crescere la disciplina, rappresentarla e tutelarla nel suo ambiente istituzionale di riferimento; in **ambito economico e sociale**, per favorire l'avanzamento e il trasferimento della cultura imprenditoriale e manageriale.

In particolare, in ambito *accademico* SIMA svolge un ruolo di servizio per la comunità dei docenti di Management, perseguendo una molteplicità di obiettivi:

- verso l'interno, per consolidare la comunità e rafforzare l'identità

degli studiosi di management, condividendo valori, principi e regole comuni, e sviluppando iniziative e progetti per la crescita del Raggruppamento;

- verso l'esterno, rappresentando gli interessi degli studiosi di Management verso tutti gli interlocutori – con una sana azione di lobbying – e fare da ponte tra l'Università, la Società, le Istituzioni e il mondo produttivo.

Inoltre, dal punto di vista *economico e sociale*, SIMA intende contribuire affinché l'azione degli studiosi di Management esprima un valore scientifico e culturale, a livello nazionale e internazionale, a beneficio del Paese e dei vari pubblici di riferimento:

- nella formazione delle nuove generazioni e nella formazione continua post lauream, attraverso il trasferimento di conoscenze avanzate e rispondenti alle esigenze del mondo produttivo e delle istituzioni;

- nella ricerca scientifica e applicata, condotta secondo metodologie rigorose da un punto di vista scientifico, generando nuova conoscenza come risorsa competitiva, rilevante e utile per il mondo produttivo e per le istituzioni;

- nel rapporto con la società, le istituzioni, le imprese, attraverso un'interazione virtuosa nella condivisione di conoscenze, iniziative e progettualità comuni. Di respiro nazionale e internazionale, la segreteria operativa di SIMA ha sede a Roma.

SIMA si propone di sostenere lo sviluppo della disciplina operando per:



Valorizzare le specificità degli studi di management presso le Istituzioni accademiche e scientifiche



Favorire l'integrazione tra l'Università, le Istituzioni ed il Mondo produttivo



Promuovere una ricerca rilevante per le imprese e basata sul rigore metodologico

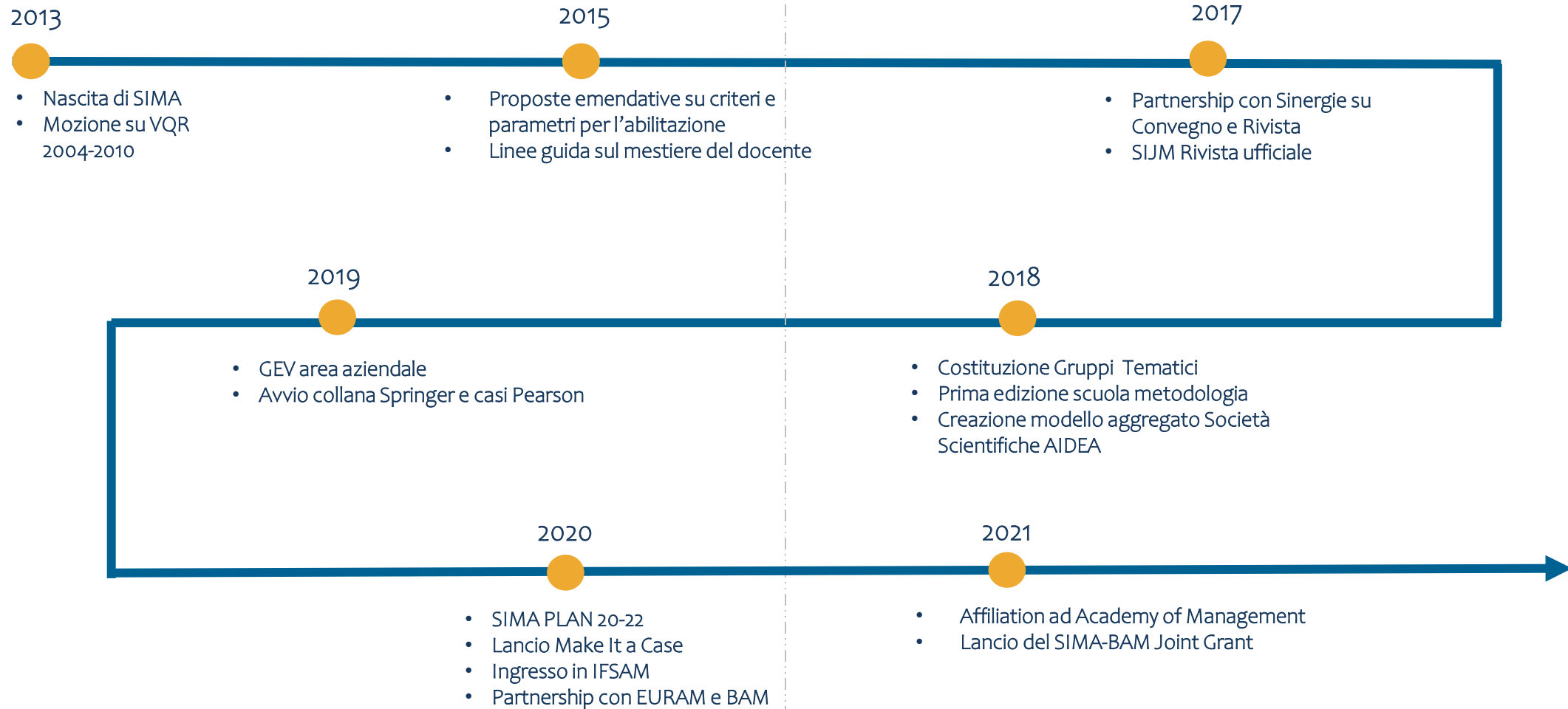


Diffondere la cultura di management nella società



Consolidare la comunità e rafforzare l'identità degli studiosi di management

La Roadmap di SIMA



La **vision** di SIMA si ispira alla formula economica e sociale su cui il nostro Paese basa la propria competitività e benessere. In particolare, vuole consolidare il ruolo centrale e crescente del fare impresa e accrescere la pervasività dei principi e delle logiche di management nelle altre organizzazioni.

Lo scenario di riferimento è, e sarà, il mondo interconnesso e globalizzato. È, dunque, richiesto che il contributo degli studiosi di economia d'impresa al Paese si esprima su più livelli e in più campi: nelle Università, presso la comunità delle imprese, nelle Istituzioni, verso la pubblica opinione, in Europa e nel mondo, portando alla luce le eccellenze e il valore delle specificità italiane.

La figura dello studioso di economia d'impresa è chiamata a offrire un contributo ampio e pervasivo al Paese.

Nessuno, da solo, appare adeguato a reggere il peso di questa sfida: occorre che ciascuno contribuisca alla costruzione di una autorevole

comunità di pari, quale SIMA intende essere.

SIMA rappresenta l'alveo naturale degli studiosi di economia d'impresa che si riconoscono nello scenario sopra delineato.

La **mission** della Società è di creare le condizioni affinché ciascuno studioso possa essere in grado di fornire al Paese il contributo che esso si attende da lui.



BOX 1: Il Manifesto

GRI: 102-16

I valori fondanti la Società Italiana di Management sono:

1. Passione per l'esplorazione e la creatività
2. Rigore scientifico
3. Attitudine al cambiamento
4. Indipendenza di pensiero
5. Spirito di servizio
6. Riconoscimento del merito
7. Ricerca del valore sociale e pragmatico del proprio contributo scientifico

Gli studiosi italiani di economia d'impresa (management) sono consapevoli di doversi impegnare per affermare nel Paese la propria identità distintiva e render nota la specificità e il valore del contributo scientifico di cui sono forieri. Questa condizione impegna la Società Italiana di Management a operare come soggetto attivo per la rappresentanza (o per lo sviluppo ed il consolidamento) dei valori condivisi dai propri associati nella relazione con gli stakeholder di riferimento (tra gli altri, Governo, Imprese, Università) e nel solo ed esclusivo interesse del Paese.

I punti di forza di SIMA

Resilienza	Capacità di percepire, valutare e reagire ai cambiamenti
Capillarità	Presenza diffusa sul territorio grazie al network di imprese e professori
Inclusività	Condivisione di valori, competenze e passione
Internazionalizzazione	Elevato coinvolgimento di stakeholder internazionali
Ricerca	Trasferimento del know how per migliorare la ricerca nel management

GRI: 102-18

4.2 La governance

SIMA affonda le proprie radici in un solido terreno di principi etici che guidano le attività delle sue persone e permettono alla Società stessa di operare come impresa responsabile. L'insieme delle regole e dei processi in base ai quali vengono definite le strategie e gli obiettivi ispirati ai principi etici è definito dalla *governance* di SIMA.

BOX 2: Il Codice Etico

GRI: 102-17, 102-25

Premessa

La Società Italiana di Management ha come obiettivo generale di contribuire allo sviluppo e alla diffusione delle conoscenze di Management in ogni ambito scientifico, nonché di indirizzare i relativi studi verso l'eccellenza con riferimento alla ricerca, alla didattica ed al trasferimento di conoscenza verso le imprese, consolidando una visione comune della disciplina e del ruolo dei docenti. In tale ottica, essa considera l'etica come asse portante delle proprie attività, impegnandosi alla promozione di valori e norme condivisi tra i propri membri, così come dei principi legati responsabilità sociale e alla sostenibilità.

Il mancato rispetto di tali valori e norme, attraverso comportamenti volontariamente inappropriati o causati da negligenza, può costituire danno per le persone direttamente coinvolte, così come per la SIMA nel suo complesso e la comunità universitaria e professionale ad essa collegata. Per tali ragioni, la SIMA pubblica e diffonde il proprio Codice Etico (Codice), con l'obiettivo di trasmettere e consolidare i valori di seguito espressi.

Principi Generali

Art. 1 Destinatari e ambito di applicazione

Il Codice si rivolge a tutti coloro che, a vario titolo, operano nell'ambito della SIMA, ivi compresi i collaboratori esterni ed i soggetti che ne promuovono le attività. Tutti i destinatari del Codice sono tenuti a mantenere un comportamento dignitoso, agendo con onestà intellettuale e personale. Sono richiesti alti livelli di professionalità nella conduzione di attività legate alla SIMA, che sappiano coniugare competenze, capacità personali ed esperienze, nel rispetto reciproco e nella piena trasparenza.

Art. 2 Standard etici di riferimento

I valori etici e i principi di sostenibilità di seguito espressi sono da considerarsi come guida di riferimento per le iniziative promosse e azioni intraprese da parte dei destinatari del presente Codice, così come individuati nell'art. 1. Tali valori e principi si ispirano: ai principi base della Costituzione Italiana; alla Carta dei Diritti Fondamentali dell'Unione Europea; ai Principi per una formazione manageriale responsabile (PRME); ai dieci principi del Global Compact delle Nazioni Unite, su diritti umani, diritti del lavoro, ambiente e anti-corruzione.

Art. 3 Valori e impegni

In particolare, la Società e i suoi soci si impegnano:

- a) alla garanzia della dignità e promozione dell'individuo, innanzitutto come persona e come componente della SIMA nell'esercizio delle proprie funzioni.
- b) alla prevenzione e condanna di ogni forma di discriminazione, nella tutela e nel pieno riconoscimento delle differenze di provenienza territoriale, di lingua, di religione, di opinioni politiche, di condizioni personali, sociali ed economiche, di genere, di orientamento sessuale.
- c) alla valorizzazione e promozione del merito, quale strumento di realizzazione del principio di eguaglianza sostanziale.
- d) alla promozione dell'integrità personale e professionale, con un preciso impegno nella lotta contro ogni forma di corruzione, nella promozione di principi di equità e trasparenza.
- e) alla tutela delle generazioni future, in particolar modo studenti, giovani imprenditori e ricercatori, con un forte impegno a svilupparne le capacità ad essere generatori di valore sostenibile per le imprese e la società in generale.
- f) al rispetto sostanziale e alla tutela dell'ambiente.

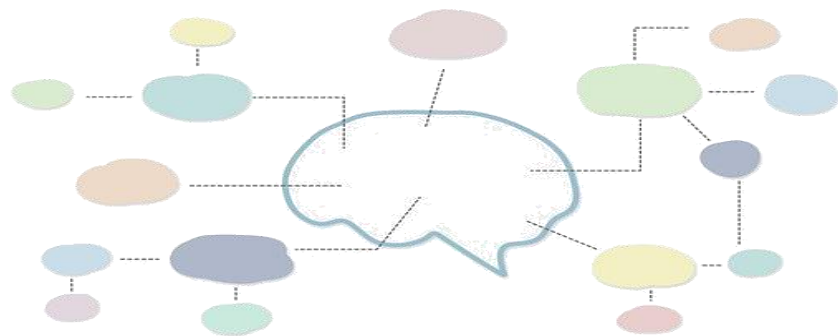
Il socio della SIMA, nelle personali attività di ricerca, didattica e terza missione si impegna:

- 1) a svolgere le attività nel pieno rispetto della proprietà intellettuale e a disincentivare ogni forma di plagio o di appropriazione indebita del lavoro altrui.
- 2) a considerare/valorizzare il comportamento etico e socialmente responsabile delle imprese e delle altre organizzazioni come risorsa rilevante nel sistema delle relazioni di mercato.
- 3) a fornire adeguata visibilità a tutti i casi e gli esempi di comportamento imprenditoriale socialmente responsabili, posti in essere dalle imprese e dalle altre organizzazioni, in quanto rispettosi dei più alti standard di onestà e integrità.
- 4) al trasferimento dei valori etici nelle attività di management agli studenti di ogni ordine e grado.

Disposizioni attuative

La Società promuove la divulgazione del presente Codice con i mezzi che ritiene più idonei a tale scopo. I soggetti di cui all'art. 1 sono tenuti a prendere visione di tale Codice e a osservarlo in ogni suo punto ad aderire ai valori a cui la SIMA si ispira. Si impegnano inoltre a concorrere al progresso spirituale e materiale della SIMA e ad alimentare il reciproco rispetto tra soci, professori, studenti e altro personale universitario, in spirito di servizio e nella prospettiva comunitaria. La Società istituisce un apposito Comitato al fine di garantire l'effettiva attuazione delle disposizioni contenute nel Codice.

La **governance** assolve a un ruolo chiave per il successo della Società, consentendo di indirizzare il processo decisionale e definendo la linea strategica che si intende perseguire. Le norme che guidano il governo societario e disciplinano il funzionamento degli Organi di Gestione e Controllo, quale parte integrante del più ampio sistema di corporate governance, sono definite all'interno dello Statuto di SIMA.



Di seguito l'attuale struttura di governo e le figure in carica:

GRI: 102-22, 102-23

ASSEMBLEA DEI SOCI

L'Assemblea dei Soci nomina a scrutinio segreto i membri elettivi del Consiglio Direttivo, i membri del collegio dei Probiviri e i membri del collegio dei revisori dei conti; approva il bilancio e delibera sui programmi a essa sottoposti dal Consiglio Direttivo; delibera su eventuali modifiche dello statuto sociale e su tutte le altre materie di sua competenza a norma di legge e sulla questione a essa sottoposte dal Consiglio Direttivo.

Composizione dell'Assemblea dei Soci

- Tutti i soci ordinari

CONSIGLIO DIRETTIVO

Spetta al Consiglio Direttivo la generale promozione dell'attività di SIMA, l'attuazione delle deliberazioni assembleari, la predisposizione dei bilanci preventivi, consuntivi e dei piani di attività pluriennali; lo svolgimento dell'amministrazione ordinaria e straordinaria della società.

Composizione del Consiglio Direttivo

- Sandro Castaldo, Presidente
- Tonino Pencarelli, Vicepresidente
- Alberto Falini, Tesoriere
- Arabella Mocciano Li Destri, Segretario
- Alberto Pastore, Past President
- Stefano Bresciani, Consigliere
- Francesco Calza, Consigliere
- Francesco Ciampi, Consigliere
- Andrea Piccaluga, Consigliere
- Elita Schillaci, Consigliere
- Alfonso Siano, Consigliere
- Federico Testa, Consigliere
- Guido Bortoluzzi, Consigliere
- Laura Michellini, Consigliere
- Angelo Riviero, Consigliere
- Ludovica Principato, Consigliere

COLLEGIO DEI REVISORI

Il collegio dei revisori esercita il controllo sull'amministrazione di SIMA, può effettuare ispezioni e predisporre la relazione da allegare al Bilancio per l'approvazione in Assemblea.

Composizione del Collegio dei Revisori

- Lara Penco, Revisore
- Maria Della Lucia, Revisore
- Savino Santovito, Revisore

NEXT GENERATION

NextGen promuovere l'inclusione di giovani dottorandi, borsisti e ricercatori nella comunità manageriale, coltivando nuove idee e progetti di ricerca.

Composizione di Next Generation

- Beatrice Re, Members
- Elona Marku, Members
- Elena Casprini, Members

COLLEGIO DEI PROBIVIRI

Le controversie interne, relative all'applicazione degli articoli di Statuto, che non sono risolvibili dagli altri organi, sono devolute al Collegio dei Probiviri

Composizione del Collegio dei Probiviri

- Claudio Bacarani, Probiviro
- Sergio Sciarelli, Probiviro
- Salvio Vicari, Probiviro

4.3 I nostri soci

Principali sostenitori di SIMA sono i suoi soci. Essi ricoprono un ruolo cruciale poiché sono i principali finanziatori della Società, nonché coloro i quali sono coinvolti nelle attività e iniziative promosse da SIMA in qualità di attuatori e beneficiari.

Lo statuto della Società prevede diverse tipologie di soci:

- **Soci Ordinari:** professori ordinari, associati e ricercatori universitari inquadrati nel settore scientifico disciplinare 13/B2 Economia e Gestione delle Imprese e figure

corrispondenti afferenti a università italiane o di altri paesi;

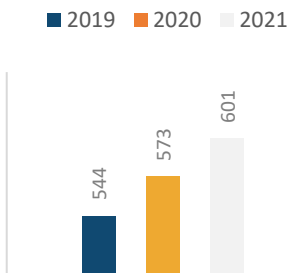
- **Soci Corrispondenti:** sono assegnisti di ricerca, dottorandi e dottori di ricerca e i borsisti inquadrati nel settore scientifico disciplinare 13/B2 Economia e Gestione delle Imprese e studiosi esteri con qualifiche equivalenti che svolgono documentata attività di ricerca nelle discipline del management;
- **Soci Aggregati:** possono iscriversi in tale tipologia di soci i manager, professionisti, imprenditori o altre figure analoghe, interessate a partecipare alle iniziative di SIMA;

- **Soci Onorari:** sono scelti fra le persone che abbiano conseguito particolari meriti e benemerenze in ordine alla finalità della società;
- **Soci Sostenitori:** per il miglior collegamento con il mondo della scienza, della ricerca e della produzione, gli enti, le aziende, le istituzioni, le associazioni che desiderano contribuire, con l'apporto di idee e risorse alle attività della Società, possono far parte del corpo sociale di SIMA in qualità di soci sostenitori.

Al 31 dicembre 2021 i soci di SIMA risultavano essere pari a 601. Come mostrato dalla Tabella 1, i soci ordinari rappresentano il 63% del totale dei soci. Notevole è la numerosità dei soci corrispondenti che rappresentano quasi il 34% del totale dei soci. Seguono, per numerosità, i soci onorari presenti in misura del 2% circa. Esigua la presenza dei soci aggregati (0,83%) e dei soci sostenitori (0,67%). Nel triennio 2019-2021 le iscrizioni sono costantemente aumentate passando da 544 nel 2019, a 573 nel 2020 sino alle attuali 601.

Composizione soci SIMA 2021

TIPOLOGIA DI SOCIO	PERCENTUALE
SOCI ORDINARI	63,06%
SOCI CORRISPONDENTI	33,61%
SOCI AGGREGATI	0,83%
SOCI ONORARI	1,83%
SOCI SOSTENITORI	0,67%

Iscrizioni SIMA

L'organigramma di SIMA



4.4 Gli altri attori sociali

Numerosi gli attori sociali che contribuiscono all'operato e ai successi di SIMA. Partner e associazioni consentono, mediante l'apporto di risorse economiche, la realizzazione dei progetti e accrescono il capitale relazione condiviso con tutti gli altri attori sociali, governance e soci più in generale. Inoltre, la partecipazione di enti pubblici, istituzioni e organizzazioni sindacali garantisce che le attività condotte da SIMA siano in linea con i più elevati standard di qualità e nel rispetto delle normative vigenti.

Partner



Associazioni



Enti Pubblici e Istituzionali



Organizzazioni Sindacali



GRI: 102-2

4.5 Le attività

SIMA opera promuovendo la diffusione del know-how manageriale in ambito tanto *accademico* quanto *istituzionale*.

Al fine di raggiungere tale obiettivo SIMA ha introdotto, e nel tempo implementato, numerose attività.

Le nostre attività



Convegno Annuale



Workshops on Digital



Scuole



Collana Springers



Management &
Marketing Cases



Mestiere del Docente



Documenti



Newsletter



“Il lavoro alla base del nostro successo”



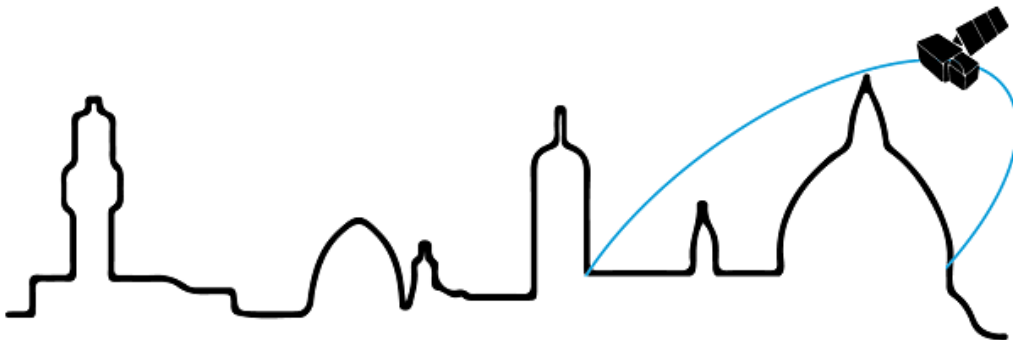
Il convegno annuale

Da circa trenta anni la rivista Sinergie Italian Journal of Management organizza un convegno annuale che riunisce gli studiosi di management per presentare e discutere le loro ricerche in un contesto collaborativo e amichevole.

In un sistema universitario in trasformazione, Sinergie e SIMA hanno avviato una collaborazione sempre più intensa, fino ad arrivare a una gestione congiunta del convegno che, a partire dal 2015, assume la veste di convegno Sinergie-Sima.



L'obiettivo principale dell'iniziativa è quello di creare relazioni tra studiosi, diffondere la conoscenza in campo economico-manageriale e promuovere il contributo degli studiosi italiani al dibattito nazionale e internazionale sui temi del management.



Call for papers – The Trackrecord



Value co-creation:
management challenges
for business
and society -2017
Naples, Italy



Grand challenges:
companies and
universities
working for a
better society - 2020
Pisa, Italy



Transformative
business strategies and
New patterns for
value creation -2018
Venice, Italy



Leveraging intersections
in management theory
and practice - 2021
Palermo, Italy



Management and
sustainability: creating
shared value in the
digital era - 2019
Rome, Italy



Boosting knowledge
& trust
for a sustainable
business - 2022
Milan, Italy



Scuole

I trend dominanti nell'attuale panorama scientifico nazionale e internazionale fanno sì che, mai come in questo momento storico, qualsiasi ricercatore nel campo delle scienze economico gestionali necessiti di solide competenze specialistiche e collaudati metodi applicativi utili alla costruzione ragionata e alla corretta redazione di un progetto di ricerca.

Questo rappresenta, infatti, un percorso che può tendere diverse insidie per chiunque non conosca adeguatamente le “regole del gioco”, affievolendo così anche l'impatto scientifico di idee di ricerca innovative e originali.

In questo contesto i corsi di ricerca e di formazione sono rivolti prevalentemente a dottorandi e assegnisti di ricerca che vogliono acquisire le competenze necessarie per fare della buona ricerca scientifica in Management, Marketing e nelle Scienze Sociali, ovvero della ricerca

«Corsi di Ricerca e Formazione»

scientifica che possa ambire alla pubblicazione sulle migliori riviste nazionali e internazionali.

In particolare, la «Scuola di Metodologia e della Ricerca» ha l'obiettivo di approfondire i concetti e gli strumenti necessari per progettare correttamente un progetto di ricerca, rispettando innanzitutto i principi epistemologici e ontologici della ricerca.

Ulteriore obiettivo è quello di fornire un quadro delle principali tecniche di indagine e il loro campo di applicazione, nell'ambito delle scienze sociali.



“Apprendere come impostare efficacemente i progetti di ricerca per ottimizzare i risultati finali”



Management & Marketing Cases

« Teaching Case SIMA »

La piattaforma **Management & Marketing Cases** (MMC) è un digital repository di case study realizzati da docenti universitari esperti nelle discipline di Management e Marketing. MMC è pensato per integrare la didattica universitaria, la formazione post-lauream e quella in azienda: gli esempi raccolti permettono, tra le altre cose, di entrare nella realtà di impresa applicando metodologie apprese in aula, affrontare e risolvere problemi concreti, sviluppare hard e soft skill spendibili nel mercato del lavoro.

Pearson, SIMA e SIM lavorano insieme per rendere la piattaforma uno strumento di formazione guidato da una innovativa logica di entrepreneurship e knowledge-transfer in grado di coinvolgere docenti e studenti e di creare valore.

« SIMA Case Competition »

Make IT a Case è una sfida rivolta agli studenti universitari di Management di tutta Italia. Gli studenti, divisi in squadre, devono selezionare un'impresa italiana (PMI o startup) ed elaborare un business case in cui illustrano i fattori di successo dell'impresa e propongono idee di innovazione.

Una giuria composta da accademici e professionisti seleziona i migliori lavori e gli elaborati saranno pubblicati sulla rivista **Mark Up** e sul blog managementnotes.it.



“Coinvolgere universitari e universitarie nella realizzazione di casi di studio di imprese italiane, portando alla luce le PMI”



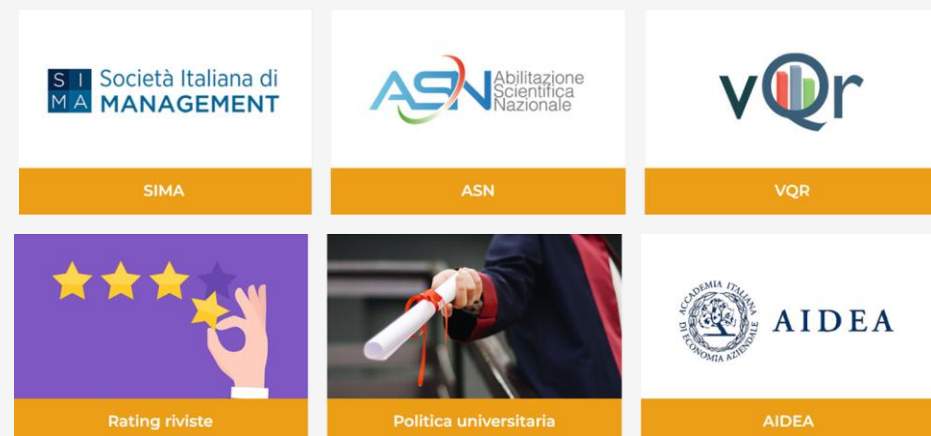
Documenti

La **gestione documentale** di SIMA consente di organizzare e condividere con tutti gli stakeholder i risultati conseguiti in specifiche attività di interesse, garantendo una corretta amministrazione dei documenti, dalla loro produzione, alla loro conservazione.

In particolare, le attività di interesse riguardano l'assetto della governance della Società, le azioni realizzate per l'abilitazione scientifica nazionale, la VQR, il rating delle riviste e le politiche universitarie.

«La nostra gestione documentale»

SIMA in collaborazione con l'Associazione Italiana di Economia Aziendale (AIDEA) ha realizzato un contributo in risposta a sfide che l'accademia italiana sta affrontando rispetto alla crisi pandemica che ha colpito tutto il mondo.



Workshop on Digital

Il nostro impegno per promuovere la diffusione della conoscenza nel mondo accademico, si manifesta anche con la realizzazione di workshop digitali.



Phygital Transformation: Components, Challenges and Prospects - 2022



Management and marketing in the digital age: digital transformation in Italian SMEs - 2020

«Le frontiere dell'innovazione digitale»



Competitive Renaissance through Digital Transformation - 2021



Digital transformation and internationalization of firms: Prospects, Challenges and Future Agenda - 2019



Collana

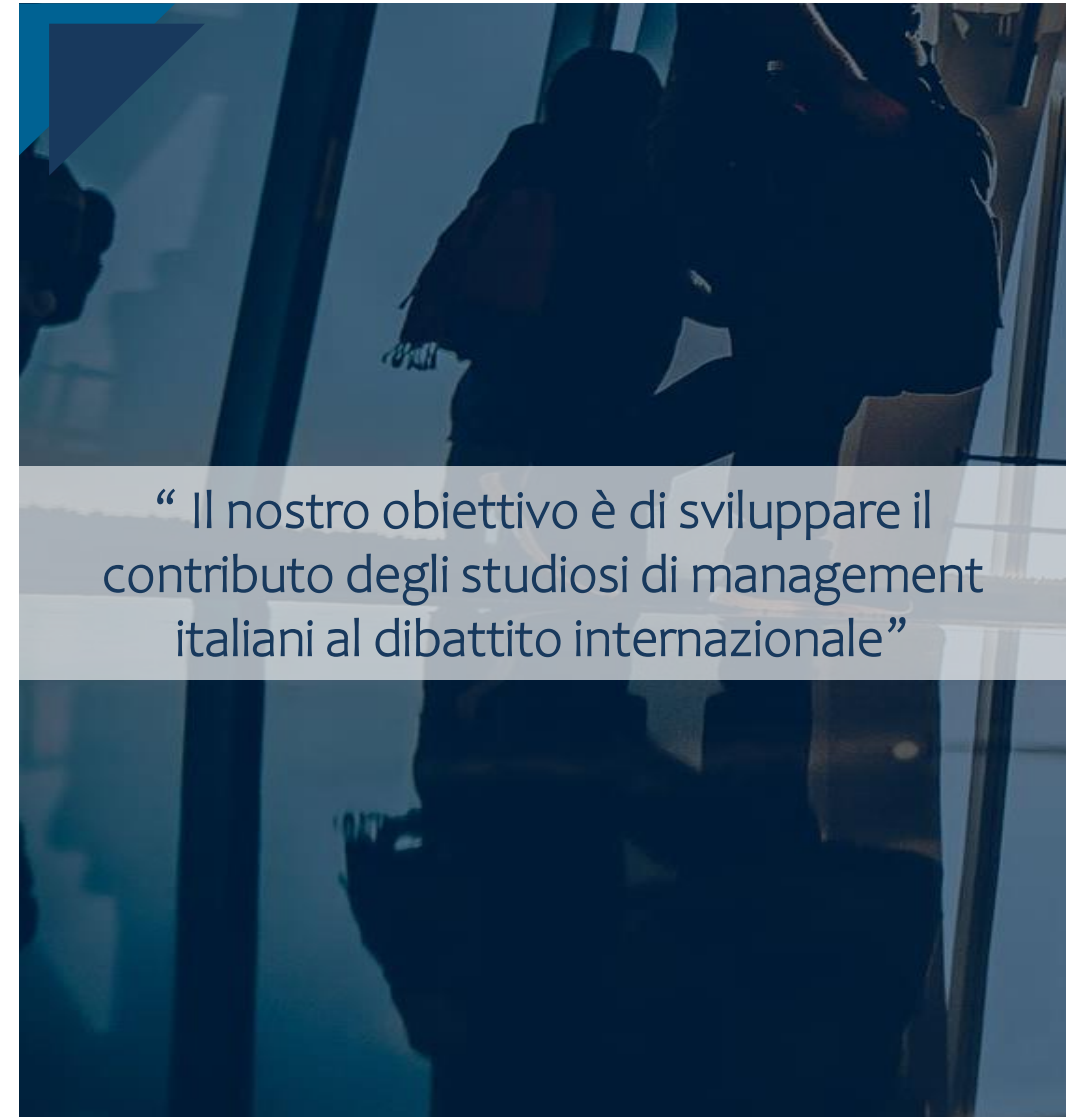
International Series in Advanced Management Studies



La International Series in Advanced Management Studies è sostenuta dalla Società Italiana di Management.

La serie include libri scientifici che si concentrano su argomenti avanzati e all'avanguardia all'interno della disciplina del management. Tali argomenti hanno anche un impatto significativo e utilità per aziende, istituzioni e altre organizzazioni del mondo degli affari.

Gli argomenti possono riguardare i vari aspetti della gestione, come la strategia aziendale, finanza aziendale, imprenditorialità, operation, PMI, governo societario, gestione dell'innovazione, marketing, comunicazione aziendale applicata a tutte le industrie, tutti i tipi di organizzazioni (profit, pubbliche o no profit) e tutti i paesi.



“ Il nostro obiettivo è di sviluppare il contributo degli studiosi di management italiani al dibattito internazionale”



Rivista Sinergie Italian Journal of Management

La rivista ufficiale della Società Italiana Management è una pubblicazione accademica peer-reviewed che presenta le principali ricerche in tutte le aree del business e management e si concentra sulle principali tendenze e sulle idee innovative.

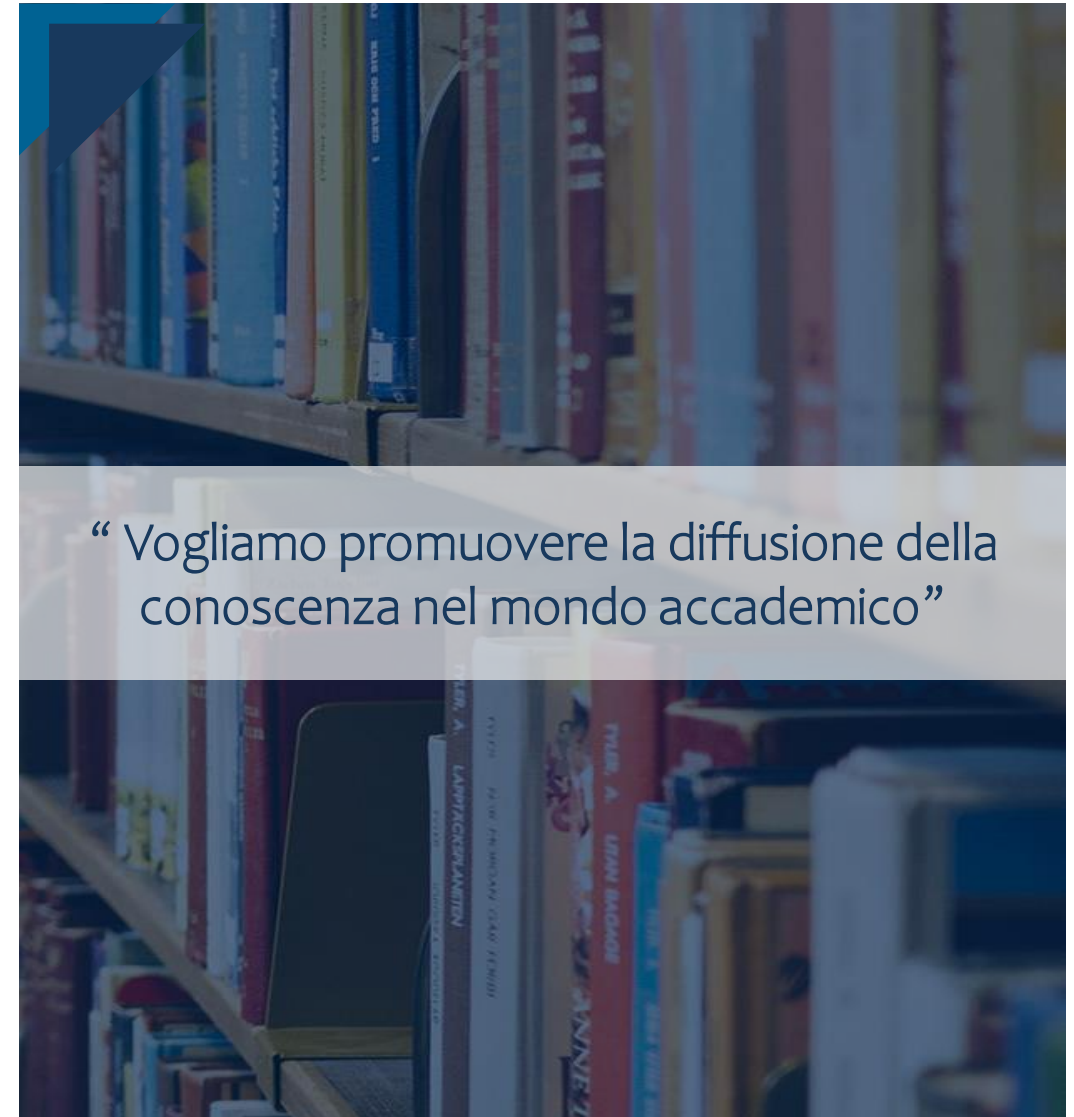
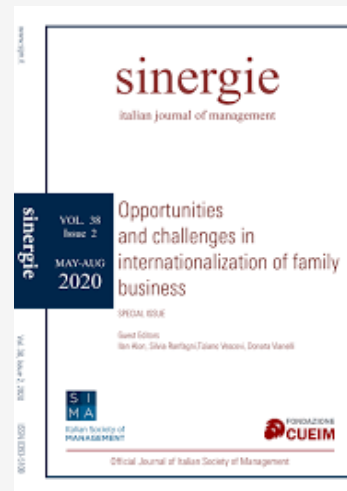
La rivista ha un ampio profilo tematico e copre varie aree nel campo degli affari e della gestione, come gestione strategica, governo societario, imprenditorialità, affari internazionali, sostenibilità, piccole imprese familiari, operation e catene di approvvigionamento, comunicazione strategica, marketing, vendita al dettaglio e gestione dei servizi, gestione dell'innovazione e della tecnologia, gestione del turismo e della cultura e, naturalmente, etica degli affari e gestione generale.

sinergie
italian journal of management

Sinergie Italian Journal of Management è così classificato:

lista AIDEA (classe A);
ANVUR GEV13 (classe C).

La rivista è stata accreditata in SCOPUS a Giugno 2021.



“Vogliamo promuovere la diffusione della conoscenza nel mondo accademico”



Mestiere del Docente

Nel perseguimento di questi sfidanti obiettivi, SIMA ha avviato una serie di iniziative e di progetti, tra i quali si colloca quello del «Mestiere del docente di management».

Trale progetto si propone di definire delle linee guida condivise dalla comunità su come interpretare il lavoro del docente di gestione delle imprese, nelle sue quattro dimensioni fondanti: ricerca, didattica, terza missione e servizio.

L'idea nasce in funzione di due considerazioni. La prima riguarda l'importanza vitale che la nostra professione sia orientata verso l'effettiva creazione di valore per la società e l'economia e che non si accentui la divaricazione tra il mondo accademico e i suoi stakeholder prioritari. La seconda riguarda la necessità di chiarezza dei riferimenti culturali e dei criteri di valutazione delle performance per i membri della comunità, anche ai fini della progressione di carriera.

«La nostra arte antica»

In questo contesto, le «Linee guida sul mestiere di docente di management», mette in evidenza i principi generali che caratterizzano la nostra attività di docenti (Apertura, Rigore, Rilevanza, Trasferimento, Etica) e le quattro grandi aree, tra loro strettamente integrate, nelle quali si dispiega il nostro impegno.

Lo scopo è quello di fornire un quadro di riferimento, condiviso dalla comunità scientifica rivolto:

- ai colleghi più giovani in carriera, per dare loro degli elementi utili per la definizione del loro percorso.
- ai colleghi meno giovani in carriera, che saranno coinvolti nei processi di selezione e di valutazione sia a livello nazionale che a livello locale.



Archivio Newsletter

Uno degli strumenti di comunicazione diretta che adottiamo è la **newsletter**.

Ogni mese, da gennaio 2020, veicoliamo ai nostri soci informazioni relative a convegni, call for paper, strategie pianificate, seminari, workshop, posizioni aperte nel mondo accademico e tanto altro.

«Dal 2020 ogni mese al vostro supporto»



4.6 SIMA e gli obiettivi di sviluppo sostenibile

L'attività di stakeholder engagement, realizzata attraverso la somministrazione di un questionario, ha consentito di comprendere la partecipazione di SIMA al raggiungimento dei Sustainable Development Goals (SDG).

E' emerso che SIMA, nello svolgimento delle sue attività, contribuisce direttamente o indirettamente a sviluppare una istruzione di qualità (SDG 4), aumentare la crescita economica promuovendo la prosperità (SDG 9) e l'uguaglianza di genere (SDG 5), nonché il rispetto dei diritti umani (SDG 8). Incentivando lo sviluppo economico e sociale, SIMA accresce l'adozione di modelli di un consumo e produzione sostenibile (SDG 12) rendendo le città sicure, inclusive e resilienti (SDG 11). Riduce le disuguaglianze (SDG 10) e rafforza la resilienza alle calamità naturali legate al clima (SDG 13) assicurando la salute e il benessere per tutti (SDG 3). In conclusione, SIMA consolida le modalità di attuazione del partenariato globale per lo sviluppo sostenibile (SDGs 17).

Marginale l'impatto nei confronti della protezione degli ecosistemi terrestri (SDG 15), dell'accesso alla giustizia (SDG 16) e all'energia (SDG 7) per tutti.

L'azione di SIMA, anche in ragione del ruolo sociale ricoperto, ha impatto minore o nullo se si fa riferimento alla capacità di sconfiggere la povertà (SDG 1), la fame (SDG 2) e tutti i tipi di inquinamento marino (SDG 14); nonché di garantire l'accesso all'acqua (SDG6) per tutti.



La relazione con gli SDG

SDGs	Impatto di SIMA
4 Istruzione di qualità	↑
9 Industria, innovazione e infrastrutture	↑
5 Uguaglianza di genere	↑
8 Lavoro dignitoso e crescita economica	↑
12 Consumo e produzione responsabili	↑
11 Città e comunità sostenibili	↑
10 Ridurre le disuguaglianze	↑
17 Partnership per gli obiettivi	↑
13 Agire per il clima	↑
3 Salute e Benessere	↑
15 La vita sulla terra	↔
16 Pace, giustizia e istituzioni forti	↔
7 Energia pulita e accessibile	↔
1 Povertà Zero	↓
2 Fame Zero	↓
6 Acqua pulita e igiene	↓
14 La vita sott'acqua	↓



Venezia



Torino



Genova



Cagliari



Bolzano



Parma

INDICE

1. La Lettera agli Stakeholder
2. La sostenibilità e l'innovazione in SIMA
3. Nota Metodologica
4. SIMA in sintesi
 - 4.1 Chi siamo, Vision e Mission
 - 4.2 La Governance
 - 4.3 I nostri soci
 - 4.4 Gli altri attori sociali
 - 4.5 Le attività
 - 4.6 SIMA e gli obiettivi di sviluppo sostenibile
5. La materialità
 - 5.1 Gli stakeholder rilevanti
 - 5.2 Gli aspetti materiali
 - 5.3 La matrice di materialità
6. Le aree di impatto
 - 6.1 Workshop specialistici
 - 6.2 Internazionalizzazione
 - 6.3 Rapporto con le imprese
 - 6.4 Scuole e riviste
 - 6.5 Gruppi tematici
 - 6.6 Comunicazione
 - 6.7 Conferenza
7. Distribuzione del valore
 - 7.1 Il valore aggiunto

5. La materialità

GRI: 102-42

5.1 Gli stakeholder rilevanti

Nel 2021 SIMA ha deciso di avviare un percorso di coinvolgimento e ascolto dei propri portatori d'interesse, anche nel rispetto degli standard internazionali sul reporting di sostenibilità, al fine di concretizzare l'approccio nei confronti della sostenibilità e dell'innovazione.

SIMA ha sempre prestato molta attenzione alle relazioni con i propri stakeholder, organizzando strutturati momenti di dialogo e confronto. Tuttavia, l'attività di stakeholder engagement avviata in vista della redazione del primo Bilancio d'Impatto ha ampliato il precedente impegno e ha integrato gli strumenti a disposizione con la realizzazione di un'indagine rivolta a tutti gli **stakeholder rilevanti**.

L'indagine ha consentito, per la prima volta, di identificare in modo formale tutti gli attori che intervengono e/o sono coinvolti dalle attività realizzate da SIMA.

Sono state individuate ben 14 categorie di stakeholder rilevanti per SIMA.

Soci, fornitori, partner e comunità internazionale rappresentano per SIMA gli attori primari, senza i quali verrebbe meno la natura della Società.

Gli enti istituzionali (ANVUR, CRUI, MUR, CUN), le organizzazioni sindacali, le altre associazioni di categoria nazionali e internazionali e la società civile consentono a SIMA di essere competitiva e realizzare l'impatto sociale alla base del suo statuto.

Università, studenti, enti di ricerca sono i depositari del secondo grande scopo di SIMA: generare e distribuire know-how in campo manageriale.



5. La materialità

GRI: 102-47

5.2 Gli aspetti materiali

L'attività di stakeholder engagement ha consentito, accanto alla mappatura degli stakeholder rilevanti, di individuare gli **aspetti materiali** per SIMA e i suoi stakeholder.

Gli aspetti materiali indicano attività, azioni strategiche e valori sui quali è necessario concentrare i propri sforzi poiché rappresentano ciò che è materiale, ossia importante, per gli stakeholder. Dunque, questi aspetti sono fondamentali in quanto capaci di generare *valore* per gli stakeholder, delineando le future linee di intervento della Società.

Dall'indagine condotta è stato possibile individuare ben **sette aspetti materiali** per gli stakeholder di SIMA:

1. stakeholder engagement
2. ricerca
3. capitale sociale
4. internazionalizzazione
5. etica
6. convegno
7. capitale economico



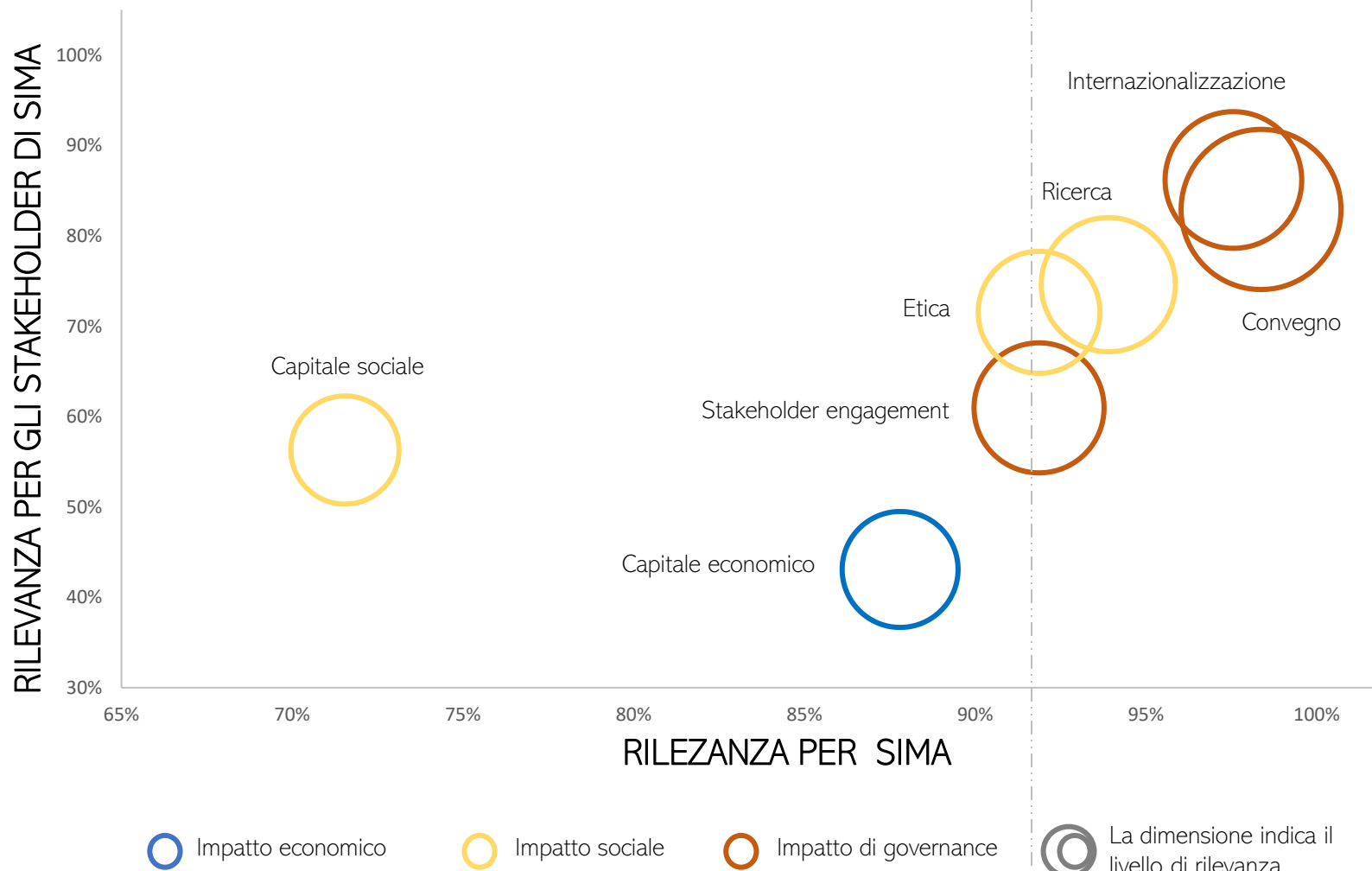
GRI: 103-1, 103-2

Gli aspetti materiali

STAKEHOLDER ENGAGEMENT	Favorire il massimo engagement della comunità dei docenti di gestione delle imprese
RICERCA	Aiutare gli studiosi di management nel loro processo di pubblicazione su riviste internazionali di qualità
CAPITALE SOCIALE	Contribuire alla crescita relazionale della comunità di studiosi di Economia e gestione delle imprese grazie al rapporto con le imprese e le istituzioni italiane e straniere
INTERNAZIONALIZZAZIONE	Contribuire al dibattito internazionale in merito alle regole che governano le attività accademiche nel campo del management
ETICA	Promuovere la diffusione di un modello accademico che opera con coscienza e seguendo i principi della deontologia professionale
CONVEGNO	Contribuire a stimolare la conduzione di ricerca rilevante e rigorosa promuovendo la partecipazione all'evento italiano più importante nel campo del management
CAPITALE ECONOMICO	Incrementare la crescita economica della Società

5. La materialità

La matrice di materialità di SIMA



5.3 La matrice di materialità

A seguito della mappatura degli stakeholder rilevanti per SIMA e dell'identificazione degli aspetti materiali, è stato possibile realizzare la **matrice di materialità** della Società.

Gli aspetti materiali sono stati associati a tre differenti impatti che SIMA può generare: impatto economico, sociale e di governance.

La matrice di materialità mostra che per SIMA e per i suoi stakeholder le attività volte ad accrescere l'*internazionalizzazione* sono molto importanti, quasi al pari di quella *convegnistica*.

Anche la *ricerca* assume rilevanza, insieme alla promozione di comportamenti *etici* all'interno dell'Accademia.

Gli stakeholder attribuiscono un'importanza poco inferiore alle strategie di *engagement* realizzate da SIMA, sebbene la società ritenga che esse contino.

I rapporti istituzionali e la capacità di accrescere il *capitale sociale* e relazionale è altresì mediamente importante.

SIMA avverte, molto più dei suoi portatori di interesse, la pressione derivante dall'indipendenza finanziaria attribuendo maggiore importanza al *capitale economico*.



INDICE

1. La Lettera agli Stakeholder
2. La sostenibilità e l'innovazione in SIMA
3. Nota Metodologica
4. SIMA in sintesi
 - 4.1 Chi siamo, Vision e Mission
 - 4.2 La Governance
 - 4.3 I nostri soci
 - 4.4 Gli altri attori sociali
 - 4.5 Le attività
 - 4.6 SIMA e gli obiettivi di sviluppo sostenibile
5. La materialità
 - 5.1 Gli stakeholder rilevanti
 - 5.2 Gli aspetti materiali
 - 5.3 La matrice di materialità
6. Le aree di impatto
 - 6.1 Workshop specialistici
 - 6.2 Internazionalizzazione
 - 6.3 Rapporto con le imprese
 - 6.4 Scuole e riviste
 - 6.5 Gruppi tematici
 - 6.6 Comunicazione
 - 6.7 Conferenza
7. Distribuzione del valore
 - 7.1 Il valore aggiunto

6. Le aree di impatto

6.1 Workshop specialistici

L'attività seminariale di SIMA può essere valutata attraverso 14 indicatori capaci di evidenziarne l'impatto. Lodevole è l'impegno portato avanti da SIMA che è riuscita, nel triennio 2019-2021, a coinvolgere mediamente ben 78 autori, 58 partecipanti e 11 reviewer, registrando una affluenza ai social event di 55 iscritti. Nel triennio preso in esame il numero medio di submission risulta essere pari a 19, con 21 paper e 12 abstract presentati (i dati non includono la conferenza annuale, presentata nel paragrafo 6.7).

L'attività di stakeholder engagement ha rilevato che per i portatori di interesse la realizzazione dei workshop è importantissima, così come è elevato il livello di soddisfazione derivante da questa attività.

Rilevanza

98%

Soddisfazione

85%

L'impatto dei workshop

	2019	2020	2021	AVG
1 Numero di submission	13		44	19
2 Numero di Partecipanti	54	65	54	58
3 Numero di Paper presentati	13	20	29	21
4 Numero di Abstract presentati	0	20	15	12
5 Numero di autori	34	86	113	78
6 Workshop organizzati		3	2	2
7 Social event organizzati	4		2	2
8 Partecipanti al Social event	65	65	35	55
9 Parallel Session organizzate	4	6	4	5
10 Numero di Award	3		2	2
11 Numero di Reviewer	15		19	11
12 Partecipanti al Comitato scientifico	13		5	6
13 Editorial Staff			8	3
14 Staff complessivo impiegato	6		7	4

6.2 Internazionalizzazione

Sedici indicatori sono in grado di valutare l'impatto generato dall'attività di internazionalizzazione che, a quanto dichiarato dagli stakeholder di SIMA, è molto importante. Positivo è anche il livello di soddisfazione.

La capacità di SIMA di promuovere l'internazionalizzazione è frutto, in particolare, della sua abilità di creare delle track sponsorizzate con altre accademie internazionali, oltre che di veicolare la call for paper promossa in occasione del convegno annuale tra i partner delle accademie internazionali.

Rilevanza

98%

Soddisfazione

74%

L'impatto dell'internazionalizzazione

	2019	2020	2021	AVG
1 Numero di scuole/corsi per Scholar			2	1
2 Numero di scuole/corsi per Scholar MD			2	1
3 Numero di scuole/corsi per Scholar SENOR			1	0
4 Numero di SIMATracks & SIMA Awards nei convegni dei partner internazionali	2	3	3	3
5 Numero di Tracks co-sponsored con Accademie internazionali nei convegni SIMA			6	2
6 Numero di Awards co-sponsored da Accademie internazionali nei convegni SIMA			3	1
7 Numero di Newsletter di Accademie internazionali diffuse nella newsletter SIMA	0	2	3	2
8 Numero di Accademie internazionali che diffondono la newsletter SIMA mensilmente		2	2	1
9 Numero di Accademie partner che diffondono la call for paper del Convegno SIMA	2	4	8	5
10 Numero di Editor che partecipano a "Meet the editor" nei Convegni SIMA		1	1	1
11 Numero di borse di studio co-finanziate con partner esteri			1	0
12 Numero di progetti di ricerca in collaborazione con partner esteri			1	0
13 Numero di Accademie con cui proponiamo Fee agevolati		1	2	1
14 Numero Agreement	1	1	2	1
15 Numero Ambassador SIMA presso società scientifiche straniere	3	3	3	3
16 Numero tavoli discussione partecipati da SIMA	1	2	3	2

6.3 Rapporto con le imprese

Costruire un contesto di collaborazione stabile e strutturato con un gruppo di imprese partner è importantissimo per gli stakeholder; tuttavia è nella media il livello di soddisfazione rispetto a questa attività.

I sei indicatori mostrano che nel triennio 2019-2021 l'impegno di SIMA nel partecipare al dibattito economico e sociale del nostro paese grazie alla relazione con le imprese è stato notevole. In tal senso, è stata potenziata la presenza sulle piattaforme social, in particolare su LinkedIn sono stati pubblicati mediamente 88 post annui, così come sulla rivista Managementnotes.it che ha visto una pubblicazione media di 29 articoli annui.

Rilevanza

98%

Soddisfazione

66%

L'impatto del rapporto con le imprese

	2019	2020	2021	AVG
1 Numero di imprese aderenti		1		0
2 Numero Casi aziendali pubblicati in Collana			7	2
3 Numero di articoli mensili pubblicati su Managementnotes.it		30	27	19
4 Numero di Articoli mensili pubblicati su altre testate giornalistiche		3	31	11
5 Numero di Post pubblicati su LinkedIn	43	120	102	88
6 Attivazione pagina YouTube e numero di video postati		3	4	2

6.4 Scuole e riviste

Nel triennio 2019-2021 SIMA è riuscita ad attivare ogni anno 2 scuole e a contribuire allo sviluppo di strumenti utili per l'indirizzo e la valutazione della attività scientifica svolta dagli studiosi di management. L'impegno di SIMA in queste attività può essere valutato grazie a 11 indicatori di performance.

Gli stakeholder ritengono che il ruolo svolto dalle scuole e delle riviste sia di assoluta rilevanza e, nonostante la discontinuità manifestata dagli indicatori, si dicono soddisfatti della gestione di SIMA.

Rilevanza

94%

Soddisfazione

87%

L'impatto delle scuole e delle riviste

	2019	2020	2021	AVG
1 Scuole attivate	2	2	2	2
2 Numero di workshop e seminari organizzati	1 panel riviste predatorie, PDW 1Meet the editor			
3 Numero di workshop e seminari patrocinati	1 panel riviste predatorie, PDW 1Meet the editor			
4 Numero di proposte di evoluzione dei Journal Rating AIDEA presentate	1	1		1
5 Numero di proposte di evoluzione dei Journal Rating AIDEA accolte		1		
6 Numero di riviste nazionali di management che hanno fatto domanda di accreditamento presso la banca dati Scopus		1		
7 Numero di riviste nazionali di management che hanno ottenuto l'accreditamento presso la banca dati Scopus	1	1	2	1
8 Numero di riviste di management inserite a seguito di proposta SIMA nell'elenco delle riviste scientifiche redatto da Anvur ai fini dell'ASN	15			5
9 Numero di riviste di management escluse a seguito di proposta SIMA dall'elenco delle riviste scientifiche redatto da Anvur ai fini dell'ASN	5			2
10 Numero di riviste di management inserite a seguito di proposta SIMA nell'elenco delle riviste di fascia A redatto da Anvur ai fini dell'ASN		10		3
11 Numero di riviste di management escluse a seguito di proposta SIMA dall'elenco delle riviste di fascia A redatto da Anvur ai fini dell'ASN		5		2

6.5 Gruppi tematici

Per valutare l'impatto di SIMA attraverso la realizzazione dei gruppi tematici sono stati individuati **3 indicatori** di performance, due dei quali sono stati replicati per ogni gruppo tematico.

Nel triennio 2019-2021, SIMA ha realizzato 11 gruppi tematici. Per ciascuno gruppo sono stati valutati il numero di incontri e riunioni e il numero di report realizzati. Particolarmente partecipati sono i gruppi tematici dedicati al «Tourism and cultural management», al «Retail and service management» e alla «Innovation and technology management». Quest'ultimo è anche il gruppo che ha prodotto più report.

Secondo gli stakeholder anche questa attività è rilevante e il loro grado di soddisfazione è soddisfacente.

Rilevanza

93%

Soddisfazione

72%

L'impatto dei gruppi tematici

		2019	2020	2021	AVG
1	Numero di gruppi tematici realizzati	11	11	11	11
	1° Numero di partecipanti STRATEGIC MANAGEMENT AND CORPORATE GOVERNANCE	23	23	23	23
2	Numero di riunioni	1	1	1	1
3	Numero di report prodotti	1			0
	2° Numero di partecipanti INNOVATION AND TECHNOLOGY MANAGEMENT	47	47	48	47
2	Numero di riunioni	1	2	5	3
3	Numero di report prodotti		2	5	4
	3° Numero di partecipanti ENTREPRENEURSHIP	41	41	41	41
2	Numero di riunioni	1	1	1	1
3	Numero di report prodotti	1	2	2	2
	4° Numero di partecipanti INTERNATIONAL BUSINESS	42	42	42	42
	5° Numero di partecipanti TOURISM AND CULTURE MANAGEMENT	60	60	60	60
2	Numero di riunioni	1	1	1	1
3	Numero di report prodotti	1	1	1	1
	6° Numero di partecipanti SUSTAINABILITY	36	36	36	36
2	Numero di riunioni			3	1
3	Numero di report prodotti			2	1
	7° Numero di partecipanti SMALL AND FAMILY BUSINESS	23	23	23	23
	8° Numero di partecipanti RETAILING AND SERVICE MANAGEMENT	57	57	57	57
2	Numero di riunioni		8	2	3
3	Numero di report prodotti			1	0
	9° Numero di partecipanti OPERATIONS AND SUPPLY CHAIN	17	17	17	17
	10° Numero di partecipanti STRATEGIC COMMUNICATION	20	20	20	20
	11° Numero di partecipanti MARKETING	53	53	53	53

6.6 Comunicazione

Le attività di comunicazione promosse tramite i canali social di SIMA possono essere valutate grazie a 15 indicatori.

Nel triennio 2019-2021 il numero medio di utenti raggiunti è di circa 5 mila; numerosi anche i follower sui canali social: Facebook registra poco più di 1.000 utenti e LinkedIn quasi 600. Il traffico medio derivante dalla ricerca organica è del 38% e del 17% con riferimento alla ricerca diretta.

La rilevanza di questa attività è elevata, così come il grado di soddisfazione.

Rilevanza

96%

Soddisfazione

93%

L'impatto della comunicazione

	2019	2020	2021	AVG
1 Numero di utenti (visitatori) unici (reach)		6608	9512	5373
2 Numero di impression			52522	26261
3 Tasso di abbandono (bounce rate)		59,56%	59,24%	40%
4 Tempo medio di permanenza (time on page)		1,58	1,32	1
5 Fonti di traffico ricerca organica		57,90%	55,90%	38%
6 Fonti di traffico ricerca diretta		19,50%	30,70%	17%
7 Fonti di traffico referral		7%	6%	4%
8 Fonti di traffico social		7,00%	3,70%	4%
9 Fonti di traffico other		7%	3,70%	4%
10 Numero di destinatari della newsletter		870	932	601
11 Numero followers Facebook	1508		1741	1083
12 Numero followers LinkedIn	264		1493	586
13 Numero post	43	120	102	88
14 Numero di articoli pubblicati su managementnotes.it		30	27	19
15 Numero di articoli pubblicati su altri media		3	31	11

6.7 Conferenza

La conferenza annuale organizzata da SIMA rientra tra le attività in assoluto più importanti, a riguardo elevata è anche la soddisfazione degli stakeholder.

La valutazione dell'impatto generato da SIMA deriva dalla valutazione di 13 indicatori di performance. Nel triennio 2019-2021 ci sono stati mediamente 287 partecipanti, 196 autori e 81 reviewer. I paper sottomessi sono stati in media 156, mentre in media sono stati presentati 35 paper e 105 abstract.

Rilevanza

98%

Soddisfazione

85%

L'impatto della conferenza

	2019	2020	2021	AVG
1 Numero di submission	153	148	166	156
2 Numero di Partecipanti	284	281	296	287
3 Numero di Paper presentati	41	23	42	35
4 Numero di Abstract presentati	97	111	107	105
5 Numero di autori	158	133	297	196
6 Social event organizzati	2	1	1	1
7 Partecipanti al Social event	250			83
8 Parallel Session organizzate	20	23	29	24
9 Numero di Award	3 BEST 5 SELECTED			
10 Numero di Reviewr	89	52	102	81
11 Partecipanti al Comitato scientifico	22	32	58	37
12 Editorial Staff	7	6	6	6
13 Staff complessivo impiegato	7	6	6	6

Sassari



Messina



Verona



Campobasso



Macerata



Trieste



INDICE

1. La Lettera agli Stakeholder
2. La sostenibilità e l'innovazione in SIMA
3. Nota Metodologica
4. SIMA in sintesi
 - 4.1 Chi siamo, Vision e Mission
 - 4.2 La Governance
 - 4.3 I nostri soci
 - 4.4 Gli altri attori sociali
 - 4.5 Le attività
 - 4.6 SIMA e gli obiettivi di sviluppo sostenibile
5. La materialità
 - 5.1 Gli stakeholder rilevanti
 - 5.2 Gli aspetti materiali
 - 5.3 La matrice di materialità
6. Le aree di impatto
 - 6.1 Workshop specialistici
 - 6.2 Internazionalizzazione
 - 6.3 Rapporto con le imprese
 - 6.4 Scuole e riviste
 - 6.5 Gruppi tematici
 - 6.6 Comunicazione
 - 6.7 Conferenza
7. Distribuzione del valore
 - 7.1 Il valore aggiunto

7. Distribuzione del valore

GRI: 201-1

7.1 Il Valore aggiunto

Nota metodologica

In questa prima edizione del Bilancio di Impatto, il valore aggiunto di SIMA è stato rendicontato considerando il quadriennio 2018- 2021.

E' stato possibile realizzare un focus sull'attività principale svolta da SIMA, il Convegno annuale realizzato in collaborazione con SINERGIE per il triennio 2019-2021.

Ricavi e Costi Operativi

Nel quadriennio 2018-2021 i ricavi medi annui si attestano a 107 mila euro.

I costi medi, nello stesso quadriennio, sono di circa 77 mila euro.

Il margine operativo medio per il periodo 2018-2021 è di poco superiore a 29 mila euro. Risultato fortemente influenzato dal margine registrato nell'anno 2020.

SIMA - CONTO ECONOMICO (Euro)						
Stakeholder	2018	2019	2020	2021	Avg	
(A) Ricavi e proventi	32.988	171.499	101.126	122.628	107.060	
Quote associative da soci ordinari	Soci 25.173	26.765	33.138	23.818	27.224	
% on tot	76,3%	15,6%	32,8%	19,4%	36,0%	
Contributi dei soci sostenitori	Soci 0	40.000	25.000	29.500	23.625	
% on tot	0,0%	23,3%	24,7%	24,1%	18,0%	
Rimborsi quote associative	Soci 0	0	0	(1.020)	(255)	
% on tot	0,0%	0,0%	0,0%	-0,8%	-0,2%	
Proventi da attività formative	Partecipanti 7.700	18.780	17.100	9.361	13.235	
% on tot	23,3%	11,0%	16,9%	7,6%	14,7%	
Proventi eventi e convegni istituzionali	115	6.035	(100)	6.443	3.123	
% on tot	0,3%	3,5%	-0,1%	5,3%	2,3%	
Ricavi convegno non integrato	0	79.919	25.988	54.525	40.108	
% on tot	0,0%	46,6%	25,7%	44,5%	29,2%	
(B) Costi operativi	14.912	154.452	38.383	102.718	77.616	
Oneri per attività formative	Fornitore 2.868	17.256	5.173	11.685	9.246	
% on tot Ricavi e prov.	8,7%	10,1%	5,1%	9,5%	8,3%	
% on tot Costi	19,2%	11,2%	13,5%	11,4%	13,8%	
Oneri per attività promozionali	Fornitore 8.725	2.798	6.626	11.188	7.334	
% on tot Ricavi e prov.	26,4%	1,6%	6,6%	9,1%	10,9%	
% on tot Costi	58,5%	1,8%	17,3%	10,9%	22,1%	
Oneri convegno non integrato	Fornitore 0	64.919	10.988	39.525	28.858	
% on tot Ricavi e prov.	0,0%	37,9%	10,9%	32,2%	20,2%	
% on tot Costi	0,0%	42,0%	28,6%	38,5%	27,3%	
Sinergie - Contributo alla rivista	Partner 0	15.000	15.000	15.000	11.250	
% on tot Ricavi e prov.	0,0%	8,7%	14,8%	12,2%	9,0%	
% on tot Costi	0,0%	9,7%	39,1%	14,6%	15,8%	
Oneri eventi e convegni istituzionali	Fornitore 3.319	54.478	596	25.320	20.928	
% on tot Ricavi e prov.	10,1%	31,8%	0,6%	20,6%	15,8%	
% on tot Costi	22,3%	35,3%	1,6%	24,6%	20,9%	
(C= A-B) Margine Operativo	18.076	17.047	62.743	19.909	29.444	
% on tot	55%	10%	62%	16%	28%	

SIMA - CONTO ECONOMICO (Euro)					
Stakeholder	2018	2019	2020	2021	Avg
(A) Ricavi e proventi	32.988	171.499	101.126	122.628	107.060
(B) Costi operativi	14.912	154.452	38.383	102.718	77.616
(C= A-B) Margine Operativo	18.076	17.047	62.743	19.909	29.444
% on tot	55%	10%	62%	16%	28%
(D) Spese generali e amministrative	11.963	15.710	21.305	18.385	16.841
Consulenze legali e notarili	Fornitore 2.445	2.156	3.634	0	2.058
% on tot Ricavi e prov.	7,4%	9,2%	21,1%	0,0%	9,4%
Postali	Fornitore 0	81	83	277	110
% on tot Ricavi e prov.	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,1%
Cancelleria	Fornitore 0	49	48	88	46
% on tot Ricavi e prov.	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%
Compensi responsabile segreteria	Collaboratori 8.768	11.629	14.077	9.895	11.092
% on tot Ricavi e prov.	26,6%	0,0%	0,0%	8,1%	8,7%
Attività recupero crediti	Soci 0	0	0	2.200	550
% on tot Ricavi e prov.	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%	0,4%
Oneri previdenziali e assicurativi	Enti previdenziali 0	401	164	5.826	1.598
% on tot Ricavi e prov.	0,0%	0,0%	0,0%	4,8%	1,2%
Imposte tasse e ritenute	Stato 751	1.394	3.299	100	1.386
% on tot Ricavi e prov.	2,3%	0,0%	0,0%	0,1%	0,6%
(E) Oneri e proventi finanziari	(3.165)	429	132	148	(614)
Interessi attivi	Banca (3.400)	0	0	0	(850)
% on tot Ricavi e prov.	-10,3%	0,3%	0,1%	0,0%	-2,5%
Interessi passivi	Banca 0	0	0	0	0
% on tot Ricavi e prov.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Commissioni e spese bancarie	Banca 235	429	132	148	236
% on tot Ricavi e prov.	0,7%	0,0%	0,0%	0,1%	0,2%
(F= C-D-E) Bilancio finale	9.278	908	41.307	1.375	13.217
% on tot	28%	1%	41%	1%	12%

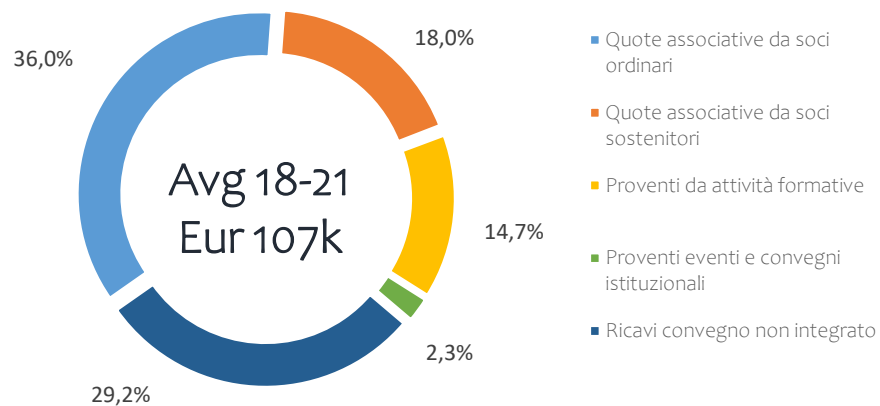
Margine Operativo e Bilancio Finale

Le spese generali per consulenze legali, attività di cancelleria o postali, si attestano mediamente a 17 mila euro circa nel quadriennio 2018-2021.

Gli oneri e proventi finanziari medi sono fortemente influenzati dagli interessi attivi del 2018; tuttavia le commissioni e le spese bancarie rappresentano una voce di costo ricorrente nel quadriennio pari a 236 euro.

Il bilancio finale di SIMA per il quadriennio oggetto di analisi è positivo per un valore medio pari a 13 mila euro circa.

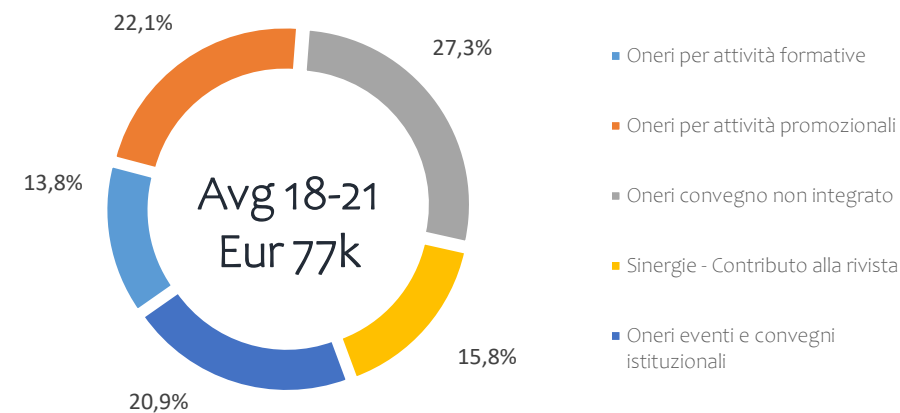
Ripartizione dei ricavi



Le voci che maggiormente concorrono alla realizzazione dei ricavi medi del quadriennio 2018-2021 sono rappresentate dalle quote associative versate dai soci ordinari (36%), dai ricavi provenienti dal convegno annuale (29,2%) e dalle quote dei soci sostenitori (18%).

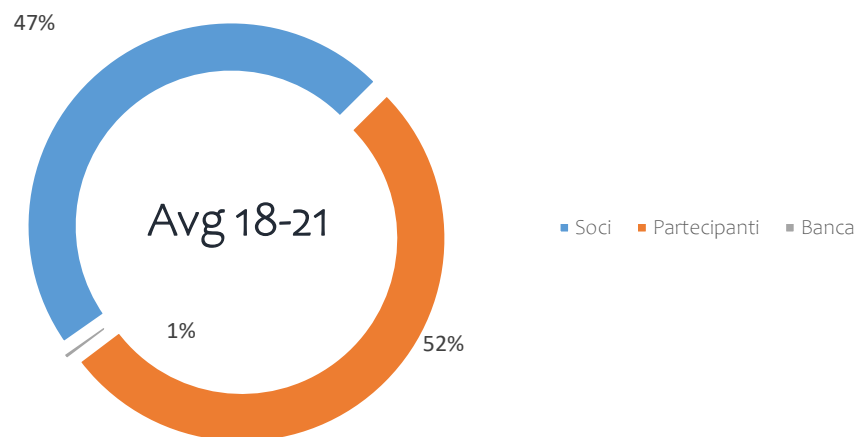
Notevoli anche i proventi derivanti dalle attività formative (14,7%) e da altri eventi (2,3%).

Ripartizione dei costi operativi



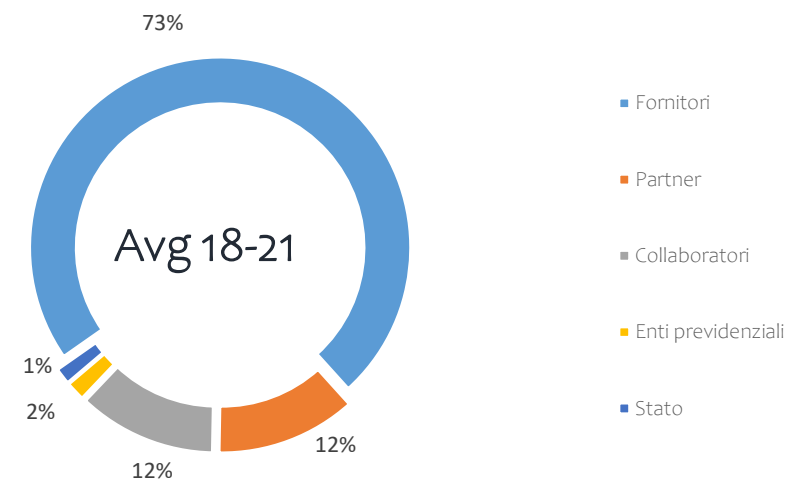
Nel quadriennio 2018-2021 i costi che SIMA ha sostenuto afferiscono perlopiù agli oneri derivanti dal convegno annuale (27%) e dalle attività promozionali (22%). Rilevanti anche i costi per l'organizzazione di eventi istituzionali (20%), per il contributo alla rivista SINERGIA (15%) e per la realizzazione delle attività formative (13%).

Ripartizione dei ricavi per Stakeholder



Gli stakeholder che concorrono alla realizzazione dei ricavi medi nel quadriennio 2018-2021 sono principalmente i **partecipanti** alle attività promosse da SIMA, quali convegni, eventi e attività formative, i **soci** che annualmente conferiscono le quote associative e in misura marginale gli istituti di credito.

Ripartizione dei costi per Stakeholder



La distribuzione del valore generato da SIMA nel quadriennio in esame è sicuramente ad appannaggio dei **fornitori**, senza i quali non potrebbero essere svolte tutte le attività promosse. Rilevante anche il valore condiviso con i **collaboratori** e la **partnership** con la rivista Sinergie. In misura ridotta la distribuzione del valore agli **enti previdenziali** e allo Stato.

SIMA - ATTIVITÀ CONVEGNO (Euro)

Stakeholder	2019	2020	2021	Avg
<i>Partecipanti</i>				
A) Ricavi convegno non integrato	79.919	25.988	54.525	53.478
B) Oneri convegno non integrato	64.919	10.988	39.525	38.749
% on Rev	81,2%	42,3%	72,5%	72,0%
C) Sinergie - Contributo alla rivista	15.000	15.000	15.000	15.000
% on Rev	18,8%	57,7%	27,5%	28,0%
A-B-C = Margine Evento	0	0	0	0
% on Rev	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

I numeri del Convegno SIMA-SINERGIE

Nel triennio 2019-2021 SIMA ha registrato *ricavi medi annui* per circa euro 40 mila euro, oltre alle contribuzioni dei soci sostenitori che sono state generate dal convegno stesso. La realizzazione del Convegno *in distance* nel 2020 e nel 2021 ha impattato positivamente sui ricavi di quegli anni, ciò anche a causa *delle minori conference fee*.

Gli *oneri medi annui* del Convegno, nel triennio 2019-2021, si attestano a circa 38 mila euro. E' da evidenziare che mediamente i costi variabili rappresentano il 72% dei ricavi, attestandosi la quota di costo di maggior impatto, seguita dalla quota contributiva fissa alla rivista SINERGIE per il restante 28%.



Lettera del Collegio dei Revisori

Il collegio dei revisori, esaminato il bilancio di impatto 2021, attesta che i valori ivi elaborati, relativamente al quadriennio 2018-2021, corrispondono alle rilevazioni contabili riepilogate nei bilanci consuntivi della SIMA, che rappresentano in modo veritiero e corretto la situazione patrimoniale, finanziaria ed economica dell'associazione. Esprime, pertanto, il proprio giudizio positivo di coerenza del bilancio di impatto con il bilancio consuntivo 2021 della SIMA, predisposto nella prospettiva della continuità dell'associazione.

Prof.ssa Lara Penco

Prof.ssa Maria Della Lucia

Prof. Savino Santovito



“Insieme per una SIMA migliore”

Tabella di Corrispondenza con il GRI

GRI: 102-55

Riferimento GRI	Descrizione indicatore	Pagina
Organizational profile		
102-1	a. Nome dell'organizzazione.	12
102-2	a. Una descrizione delle attività dell'organizzazione.	30
102-3	a. Ubicazione della sede centrale dell'organizzazione.	12
102-4	a. Numero di paesi in cui l'organizzazione opera e nomi di paesi in cui ha operazioni significative e / o rilevanti per gli argomenti trattati nel rapporto.	26
102-5	a. Natura di proprietà e forma legale.	12
102-14	Una dichiarazione rilasciata dal più alto livello decisionale dell'organizzazione (come CEO, presidente o equivalente posizione senior) sulla rilevanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia per affrontare la sostenibilità.	4
Ethics and integrity		
102-16	a. Una descrizione dei valori, dei principi, degli standard e delle norme di comportamento dell'organizzazione.	17
102-17	a. Una descrizione dei meccanismi interni ed esterni per: i. chiedere consigli su comportamento etico e lecito e integrità organizzativa; ii. segnalazione di dubbi su comportamenti non etici o illegali e integrità organizzativa.	18
Governance		
102-18	a. Struttura di governance dell'organizzazione, inclusi i comitati del più alto organo di governo.	18
102-22	a. Composizione del più alto organo di governo e delle sue commissioni.	21
102-23	a. Se il presidente del più alto organo di governo è anche un funzionario esecutivo nell'organizzazione.	21
102-25	a. Processi per il più alto organo di governo per garantire che i conflitti di interesse siano evitati e gestiti.	18

Riferimento GRI	Descrizione indicatore	Pagina
Stakeholder engagement		
102-40	a. Un elenco di gruppi di stakeholder coinvolti dall'organizzazione.	51
102-42	a. La base per identificare e selezionare le parti interessate con cui impegnarsi.	50
Reporting practice		
102-46	a. Una spiegazione del processo per la definizione del contenuto del report e dell'argomento Limiti.	8
102-47	a. Un elenco degli argomenti materiali identificati nel processo per la definizione del contenuto del report.	52
102-55	a. L'indice del contenuto GRI, che specifica ciascuno degli standard GRI utilizzati ed elenca tutte le informazioni contenute nel rapporto.	86
Management Approach		
103-1	a. Una spiegazione del perché l'argomento è materiale.	53
103-2	a. Una spiegazione di come l'organizzazione gestisce l'argomento.	53
Eco Performance - Economic		
201-1	a. Valore economico diretto generato e distribuito in base al principio della competenza, inclusi i componenti di base per le operazioni globali dell'organizzazione.	74

B I L A N C I O

D I

I M P A T T O

2 0 2 1