

B I L A N C I O

D I

I M P A T T O

2 0 2 2

S I
M A

Società Italiana di
MANAGEMENT

Team di lavoro

Angeloantonio Russo

Delegato Bilancio di Impatto SIMA

Ordinario di Economia e gestione delle Imprese

Università LUM «Giuseppe Degennaro»

Rosamartina Schena

Delegato Bilancio di Impatto SIMA

Ricercatrice di Economia e gestione delle Imprese

Università LUM «Giuseppe Degennaro»

Rigraziamenti

Consiglio Direttivo

- Arabella Mocchiari Li Destri, *Presidente*
- Fabio Musso, *Vicepresidente*
- Alberto Falini, *Tesoriere*
- Lara Penco, *Segretario*
- Sandro Castaldo, *Past President*
- Gabriele Baima, *Consigliere*
- Francesco Ciampi, *Consigliere*
- Maria Colurcio, *Consigliere*
- Maria Della Lucia, *Consigliere*
- Beatrice Luceri, *Consigliere*
- Laura Michellini, *Consigliere*
- Maria Rosaria Napolitano, *Consigliere*
- Andrea Piccaluga, *Consigliere*
- Ludovica Principato, *Consigliere*
- Angelo Riviezzo, *Consigliere*
- Elita Schillaci, *Consigliere*

Collegio dei Revisori

- Savino Santovito, *Presidente*
- Angeloantonio Russo, *Revisore*
- Giovanna Magnani, *Revisore*

Segreteria SIMA

- Adele Ferragamo



Bari



Firenze



Milano



Napoli



Roma

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 Rapporto con le imprese
 - 6.2 Scuole e riviste
 - 6.3 Gruppi tematici
 - 6.4 Comunicazione
 - 6.5 Conferenza
7. Distribuzione del valore
 - 7.1 Il valore aggiunto
8. Allegati

1. La lettera agli Stakeholder

GRI: 102-14

Cari Stakeholder,

il 2022 è stato un anno speciale per me poiché sono stata eletta Presidente di SIMA.

Sebbene il mio impegno per la Società Italiana di Management non sia nuovo, questo ruolo rappresenta sicuramente qualcosa di speciale in termini di responsabilità.

Grazie alla splendida squadra che ho ereditato dal Past President, il Prof. Sandro Castaldo, e coloro i quali hanno deciso di fare parte del team, posso garantire che faremo del nostro meglio per la SIMA e tutti i suoi membri.

La nomina coincide anche con il primo decennio di vita della nostra associazione. In questo contesto, desideriamo confermare il nostro impegno per la rendicontazione di sostenibilità al fine di valorizzare l'impatto sociale ed economico che la nostra associazione è in grado di generare.

Abbiamo deciso di predisporre la seconda 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 2022 vogliamo illustrare i benefici sociali che comportano le nostre attività quotidiane e dare valore a tutte le persone che attivamente lavorano per questo.

Questo documento, infatti, ha una duplice funzione.

Ha una rilevanza strategica, in quanto consentirà agli organi di governo di SIMA di avere una visione chiara e completa delle aree nelle quali poter intervenire per massimizzare l'impatto e programmare le azioni future.

Ma ha anche una rilevanza social, in quanto vuole far emergere il ruolo dei nostri stakeholder più importanti, i nostri soci, senza i quali nessuna delle attività che SIMA realizza potrebbero esserci.

Questo aspetto, ci consentirà di migliorare ulteriormente il dialogo con i nostri interlocutori interni ed esterni, in modo partecipativo e collaborativo.

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

Il punto di forza delle nostre strategie è la ricerca dell'eccellenza al fine di generare impatto per e con la comunità scientifica, accademica, imprenditoriale e istituzionale.

E questo significa agire con impegno,

passione e costanza.

Le sfide sono tante e solo con il contributo di tutti possiamo vincerle.

Per questo, sono felice di ringraziare i gruppi di lavoro che quotidianamente contribuito allo sviluppo della SIMA.

Grazie per quello che state facendo.

*Prof.ssa Arabella
MOCCIARO Presidente SIMA*



2. La sostenibilità e l'innovazione in SIMA

Trasparenza, coinvolgimento e impatto sono i driver su cui SIMA fonda la propria strategia di Sostenibilità.

Il Bilancio di Impatto 2022 testimonia, ancora una volta, l'impegno di SIMA in questa direzione.

La Società, infatti, sin dalla sua fondazione svolge un ruolo positivo nella comunità scientifica attenzionando gli interessi delle diverse parti interessate: docenti, ricercatori, dottorandi e dottorande, istituzioni, studenti e studentesse, imprese.

Questo documento rappresenta lo strumento più efficace per rendicontare e comunicare a tutti gli stakeholder dell'associazione non solo i risultati conseguiti, ma soprattutto lo spirito con cui SIMA intende indirizzare la propria strategia di sostenibilità nel futuro.

Le attività di stakeholder engagement condotte anche quest'anno hanno consentito, infatti, la realizzazione della matrice di materialità e l'individuazione degli aspetti materiali su cui fondare lo sviluppo del percorso strategico del prossimo futuro.

SIMA è stata la prima, e resta ancora una

delle poche associazioni accademiche in Italia, a redigere il proprio piano strategico usando come driver gli aspetti materiali.

Puntare sull'internazionalizzazione implica per SIMA l'apertura e l'interazione con altre organizzazioni, istituzioni accademiche, associazioni manageriali e imprese straniere e lo sviluppo di reti internazionali di collaborazione.

SIMA si impegna a promuovere la crescita e lo sviluppo professionale dei docenti nel campo del management. Questo significa supportare la partecipazione a conferenze, workshop e seminari di ricerca, supportare la pubblicazione di articoli scientifici, promuovere la condivisione delle migliori pratiche nell'insegnamento e nella ricerca e fornire opportunità di formazione e aggiornamento professionale per i docenti.

La capillarità relazionale si riferisce alla creazione di legami stretti e duraturi con queste parti interessate attraverso l'interazione, la collaborazione e lo scambio di conoscenze.

L'equilibrio economico finanziario è fondamentale per garantire la sostenibilità delle attività di SIMA nel lungo periodo. Ciò implica la gestione oculata delle risorse finanziarie disponibili, inclusi finanziamenti, entrate da eventi o attività connesse e sponsorizzazioni. Un equilibrio economico finanziario sano consente a SIMA di svolgere le sue attività di promozione di ricerca, formazione e sviluppo del management in modo continuativo, nonché di investire

nella crescita di nuovi progetti e iniziative.

Come SIMA riesce a fare tutto questo è raccontato in questo documento.

In particolare, il Bilancio di Impatto 2022 conferma l'orientamento di SIMA verso tutti gli stakeholder dell'associazione, consentendo di aprire una finestra sulle attività svolte e valutare, insieme, l'impatto sociale, economico e di governance che è in grado di generare.

Prof. Angeloantonio RUSSO
Delegato Bilancio di Impatto SIMA



3. Nota Metodologica

GRI:102-46, 102-50

Il Bilancio di Impatto 2022, in continuità con la precedente edizione, presenta le performance economiche, sociali e operative registrate da SIMA nell'ultimo anno.

Anche in questa seconda edizione, le performance economiche di SIMA sono state rendicontate e analizzate in raffronto al triennio precedente, rispetto alla chiusura dell'esercizio oggetto di analisi. Le performance sociale e operative sono invece confrontate con quelle dell'anno precedente.

Il Bilancio di Impatto 2022 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 è stata portata avanti, ancora una volta, nel rispetto dello standard GRI – Global Standards a livello di compliance “core”, predisposto dalla Global Reporting Initiative.

Tale approccio metodologico garantisce l'impiego di key performance indicator (KPI) di

sostenibilità dalla valenza riconosciuta e affidabile.

In continuità con le azioni di stakeholder engagement promosse in occasione del primo anno del nostro Bilancio di Impatto, anche per il 2022 la mappatura degli stakeholder ha consentito di identificare le istanze di ciascuno di essi, i connessi aspetti materiali e le relative aree di impatto. Particolare attenzione è stata riservata 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 e diffuso via email a tutti gli stakeholder.

Il processo di rendicontazione degli impatti si è sviluppato per stadi.

In primis si è proceduto con la raccolta e verifica dei dati e informazioni non finanziarie per ciascuna attività svolta da SIMA, grazie al coinvolgimento dei referenti di ciascuna attività.

A questi ultimi inoltre, è stato poi chiesto di verificare e convalidare le singole sezioni del report afferenti alle attività di pertinenza. Si è poi proceduto con l'approvazione del Bilancio di Impatto da parte del Consiglio Direttivo a seguito della revisione del Collegio dei Revisori.

Al fine di rendere trasparente il risultato raggiunto e agevolare il processo di engagement con gli stakeholder, le attività di comunicazione del Bilancio di Impatto

2022 hanno preso avvio con la presentazione del Bilancio di Impatto in occasione del Convegno annuale 2023 a Bari e sono continuate con la pubblicazione del report sul sito internet di SIMA.

«SIMA pubblica il suo secondo 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»

Ancona



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 Rapporto con le imprese
 - 6.2 Scuole e riviste
 - 6.3 Gruppi tematici
 - 6.4 Comunicazione
 - 6.5 Conferenza
7. Distribuzione del valore
 - 7.1 Il valore aggiunto
8. Allegati

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.

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

SIMA si propone di operare su differenti piani

In ambito accademico la SIMA vuole svolgere un ruolo di servizio per la comunità dei docenti di Management, perseguendo una molteplicità di obiettivi:

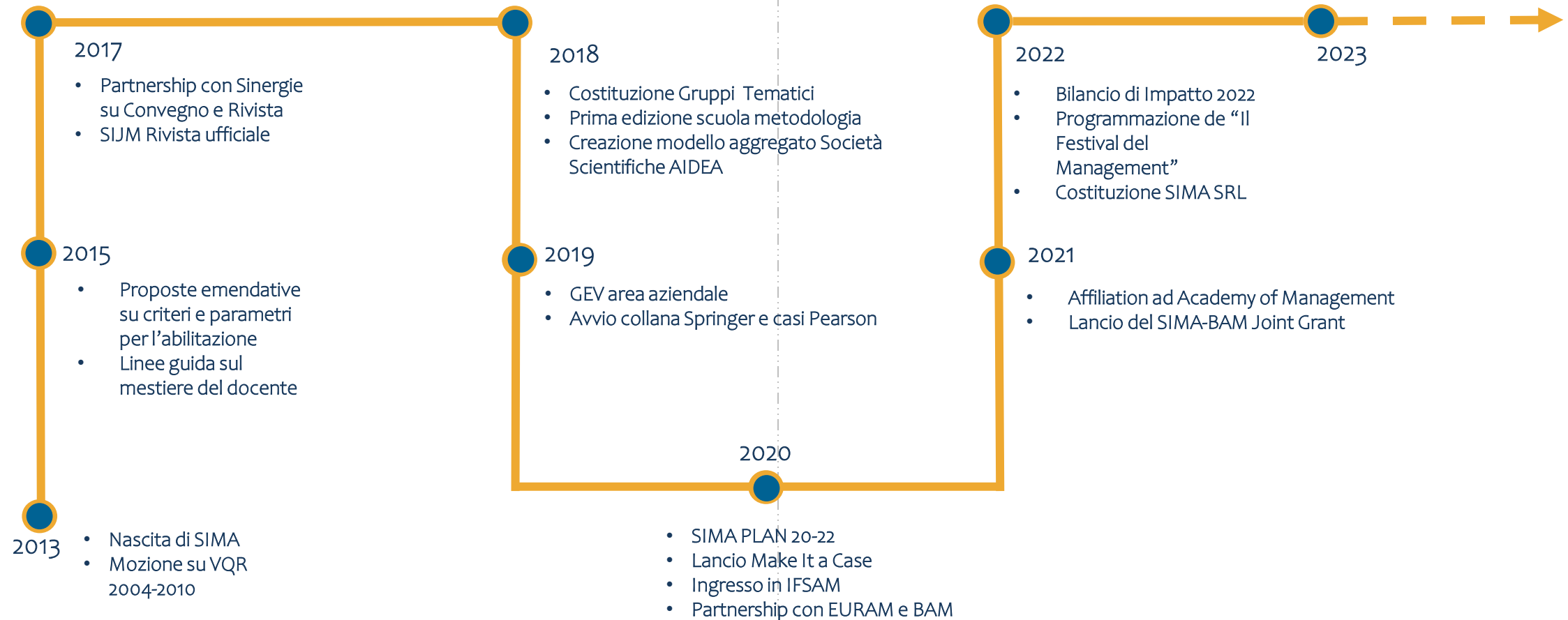
- verso *l'interno*, consolidare la comunità e rafforzare l'identità degli studiosi di management, condividendo valori, principi e regole comuni, e sviluppando iniziative e progetti per la crescita del Raggruppamento;
- verso *l'esterno*, rappresentare gli interessi degli studiosi di Management verso tutti gli interlocutori – con una sana azione di lobbying – e fare da ponte tra l'Università, la Società, le Istituzioni ed il Mondo produttivo.

In ambito economico e sociale la SIMA intende contribuire affinché l'azione degli studiosi di Management esprima un valore scientifico e culturale, a livello nazionale ed 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.



La Roadmap di SIMA



BOX 1: Il Manifesto di SIMA

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 nostri punti di forza**4.1 Chi siamo, vision e mission**

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.

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.

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.



La governance di SIMA

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 Provisori 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

- *Arabella Mocciano Li Destri, Presidente*
- *Fabio Musso, Vicepresidente*
- *Alberto Falini, Tesoriere*
- *Lara Penco, Segretario*
- *Sandro Castaldo, Past President*
- *Gabriele Baima, Consigliere*
- *Francesco Ciampi, Consigliere*
- *Maria Colurcio, Consigliere*
- *Maria Della Lucia, Consigliere*
- *Beatrice Luceri, Consigliere*
- *Lura Michellini, Consigliere*
- *Maria Rosaria Napolitano, Consigliere*
- *Andrea Piccaluga, Consigliere*
- *Ludovica Principato, Consigliere*
- *Angelo Riviezzo, Consigliere*
- *Elita Schillaci, Consigliere*

COLLEGIO DEI REVISORI

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

Composizione del Collegio dei Revisori

- *Savino Santovito, Presidente*
- *Angeloantonio Russo, Revisore*
- *Giovanna Magnani, Revisore*

Composizione di Next Generation

- Elona Marku, Members
- Alba Marino, Members
- Gabriele Murtas, 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

- Sergio Sciarelli, Probiviro
- Salvio Vicari, Probiviro
- Pietro Genco, Probiviro

NEXT GENERATION

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

I progetti che NextGen sta portando avanti si concentrano su 4 aree chiave:

1. Supporto alla carriera accademica dei giovani ricercatori;
2. Favorire lo scambio di conoscenze tra i giovani ricercatori italiani e internazionali;
3. Creare opportunità di mentorship;
4. Networking e condivisione di idee ed esperienze con gli early-career di associazioni internazionali.

**SIMA SRL**

Il 7 ottobre 2022 è stata fondata SIMA SRL al fine di supportare la realizzazione delle attività e degli scopi sociali intrapresi da SIMA. In effetti, Socio Unico della SRL è proprio la Società Italiana di Management, La Prof.ssa Lara Penco ricopre il ruolo di Presidente del Consiglio di Amministrazione, il Prof. Emanuele Acconciamesa è consigliere mentre il Prof. Francesco Brigatti è sindaco della SRL.

OGGETTO SOCIALE DI SIMA SRL

- Organizzazione di convegni e di seminari;
- Organizzazione e/o gestione di congressi, eventi e manifestazioni turistiche, Fieristiche, sportive, culturali e la realizzazione del relativo allestimento;
- Produzione, stampa e commercio di manuali, libri, dispense e scritti di ogni Genere (anche articoli scientifici e di divulgazione);
- Assistenza produttiva e commerciale nello sviluppo, nel lancio e nella Commercializzazione di prodotti e servizi di qualsiasi settore;
- Supporto alla creazione di nuove iniziative e nuove strutture occupazionali e Nella ricerca di opportunità di finanziamento locali, nazionali ed Internazionali;
- Ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione e produzione di Materiale pubblicitario;
- Ideazione e realizzazione di campagne promozionali;
- Ricerca di sponsor e assistenza nell'individuazione di eventi ed iniziative da Sostenere attraverso attività di sponsorizzazione;
- Ogni altra attività connessa e/o strumentale a quelle che precedono.
- La società potrà compiere tutte quelle altre operazioni commerciali.

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 benemerenzze 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.

Composizione soci SIMA nel 2022

TIPOLOGIA DI SOCIO	PERCENTUALE
SOCI ORDINARI	65,54%
SOCI CORRISPONDENTI	34,27%
SOCI AGGREGATI	0,19%
SOCI ONORARI	0%
SOCI SOSTENITORI	0%

BOX 2: I Soci Onorari di SIMA

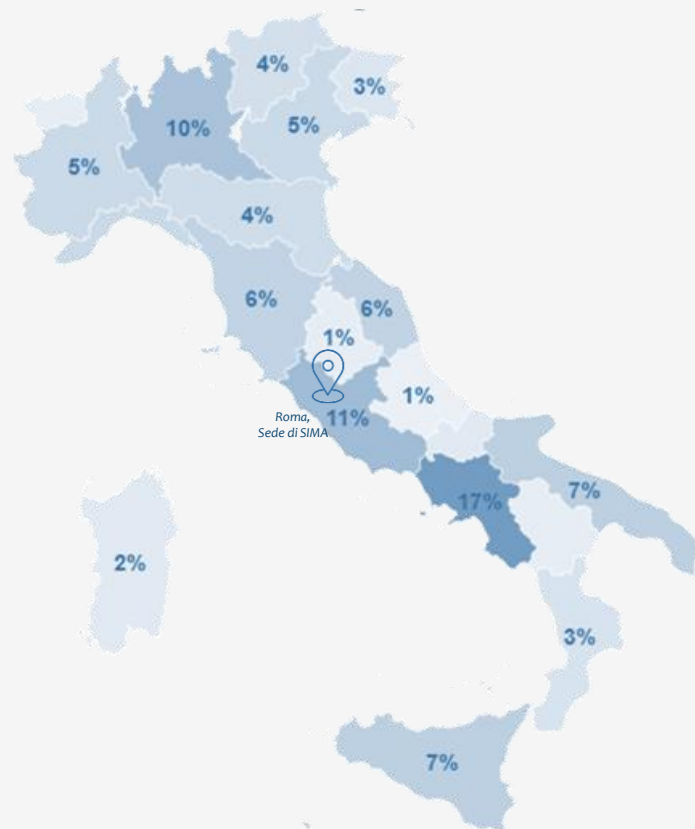
Prof. Claudio Baccarani – Università di Verona
 Prof. Lorenzo Caselli – Università di Genova
 Prof. Gianni Cozzi – Università di Genova
 Prof. Pietro Genco – Università di Genova
 Prof. Gaetano Golinelli – Sapienza Università di Roma
 Prof. Luigi Guatri – Università Bocconi
 Prof. Gianni Lorenzoni – Università di Bologna
 Prof. Giorgio Pellicelli – Università di Torino
 Prof. Stefano Podestà – Università Bocconi
 Prof. Maurizio Rispoli – Università di Venezia
 Prof. Enzo Rullani – Università di Venezia
 Prof. Sergio Sciarelli – Università di Napoli Federico II
 Prof. Riccardo Varaldo – Scuola Superiore S. Anna di Pisa

L'organigramma di SIMA



GRI: 102-4

Distribuzione geografica soci SIMA



La diffusione del network di SIMA, espresso in termini di soci afferenti agli Atenei italiani, si caratterizza per una capillare territorialità.

I referenti di sede

ATENEIO	REFERENTE	ATENEIO	REFERENTE
Bocconi Milano	Prof. Stefano Pogutz	Università di Perugia	Prof.ssa Marina Cigliotti
Scuola Superiore Sant'Anna Pisa	Prof. Alberto Di Minin	Università di Salerno	Dott. Orlando Troisi
Università di Bari	Prof. Raffaele Campo	Università di Torino	Prof. Alberto Ferraris
Università Bicocca di Milano	Dott.ssa Lorena D'agostino	Università di Trento	Prof.ssa Federica Buffa
Università Cattolica del Sacro Cuore	Prof. Alfredo D'Angelo	Università di Trieste	Prof. Guido Bortoluzzi
Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale	Prof. Vincenzo Formisano	Università di Udine	Maria Rosita Cagnina
Università del Molise	Prof. Michele Modina	Università di Urbino	Prof. Alessandro Pagano
Università del Salento	Prof. Oronzo Trio	Università Federico II Napoli	Prof.ssa Nadia di Paola
Università di Salerno	Prof. Mario D'Arco	Università IULM	Prof.ssa Martha Friel
Università della Campania	Prof. Diego Matricano	Università LUMSA	Prof.ssa Anna Minà
Università delle Marche	Prof. Andrea Pema	Università Piemonte Orientale	Prof. Abrate Graziano
Università di Brescia	Prof.ssa Federica Gasbarro	Università Sapienza	Prof. Giuseppe Sancetta
Università di Cagliari	Prof.ssa Elona Marku	Università di Verona	Prof.ssa Vania Vigolo
Università di Catania	Prof.ssa Giorgia D'Allura	Università di Bari	Prof. Pierfelice Rosato
Università di Catanzaro	Prof.ssa Angela Caridà	Università Parthenope	Prof. Ssa Cannavale
Università di Firenze	Prof.ssa Monica Faraoni	Università LUM	Prof.ssa Rosamartina Schena
Università di Genova	Prof.ssa Clara Benevolo	Università del Sannio	Mario D'Arco
Università di Macerata	Prof. Giacomo Gistri	Università di Sassari	Prof. Giacomo Del Chiappa
Università di Messina	Prof. Fabrizio Cesaroni	Università Modena e Reg.Em	Prof. Elisa Martinelli
Università di Palermo	Prof.ssa Gabriella Levanti	Università della Calabria	Prof.ssa Mariacarmela Passarelli
Università di Parma	Prof.ssa Sabrina Latusi	Univesità Milano Statale	Prof. Lamberto Zollo
Università di Pavia	Prof.ssa Antonella Zucchella		

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



4.4 Gli altri attori sociali - *Le partnership con riviste e convegni*

Numerose le collaborazioni anche con riviste del settore e convegni internazionali. Garantire la crescita del processo di pubblicazione e di internazionalizzazione dell'accademia di management e dei soci è da sempre una importante prerogativa di SIMA.

Convegni internazionali

 INOMICS



European Institute for
Advanced Studies in Management

Riviste

ECONOMIA E POLITICA INDUSTRIALE, Journal of Industrial and Business Economics

ESPERIENZE D'IMPRESA

FINANZA MARKETING E PRODUZIONE

IMPRESA PROGETTO, Electronic Journal of Management

JOURNAL OF MANAGEMENT & GOVERNANCE

MERCATI E COMPETITIVITÀ, Rivista della Società Italiana di Marketing

MICRO & MACRO MARKETING

PICCOLA IMPRESA/SMALL BUSINESS

SINERGIE, Sinergie Rivista di Studi e Ricerca

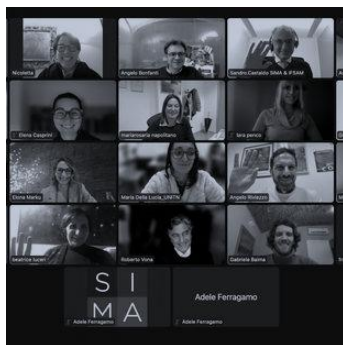


GRI: 102-2

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



Scuole



Management & Marketing Cases



Documenti



Workshops on Digital



Collana Springers



Newsletter



Mestiere del Docente



Il Festival del Management



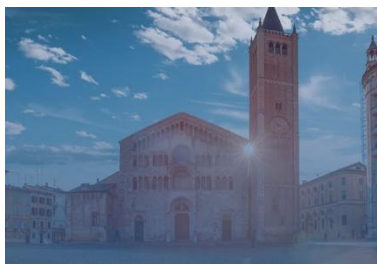
Il convegno annuale

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.



SINERGIE-SIMA 2024 - PARMA



SINERGIE-SIMA 2025 - GENOVA

Call for papers – The Trackrecord



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



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



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



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



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



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



Rediscovering local roots
and interactions in management
-2023
Bari, Italy



Scuole

I trend dominanti nell'attuale panorama scientifico nazionale e internazionale fanno sì che 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. In questo contensto 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 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.

Le scuole di SIMA



SIMA-SIM SCHOOL OF RESEARCH METHODS Psychological counselling - 2023



SIMA-SIM-BAM School of Research Method - Summer 2023



SIMA-SIM SCHOOL OF RESEARCH METHODS Winter Edition - 2023



Digital Academy: Elementi base di Informatica e Introduzione a Python-2023

<p>Digital Academy -2022</p>	<p>Corso "Introduction to Research Methods" - 2022</p>	<p>Corso "Progettare efficacemente la ricerca per ottimizzare i risultati finali" - 2022</p>	<p>"Corso di introduzione ai metodi di ricerca" - 2021</p>
<p>VIP - "CORSO DI INTRODUZIONE AI METODI DI RICERCA" - 2021</p>	<p>SCUOLA INVERNALE 2021</p>	<p>SCUOLA INVERNALE 2021 - II EDIZIONE - 2021</p>	<p>CORSO DI INTRODUZIONE AI METODI DI RICERCA 2020</p>
<p>PROGETTARE LA RICERCA 2020</p>	<p>CORSO DI INTRODUZIONE AI METODI DI RICERCA 2019</p>	<p>PROGETTARE LA RICERCA 2019</p>	<p>PROGETTARE LA RICERCA 2018</p>



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.



Make IT a Case VINCITORI EDIZIONE 21-22



Il caso Damiani Occhiali
di Leonardo Bandiera,
Claudia Butteri, Francesco
Butori, Nicolò Ciona, Flavia
Di Mauro, Marco Ferretti e

Pietro Licitra. Università
degli Studi di Pisa – Docenti:
Prof.ssa Federica Nieri,
Prof.ssa Antonella Angelini



Il caso Isola di Favignana Gin
di Andrea Fumarola, Irene
Falco, Marco Sinagra,
Alberto Ribaudo, Ilaria
Palumbo, Mirko Fragale e

Usama Tangi. Università
degli Studi di Parma –
Docente: Prof.ssa Sabrina
Latusi



Il caso SLAMP
di Matteo Antinori, Silvia
Scardini e Alessia Sciarrone.
Sapienza Università di
Roma – Docente: Prof.

Alberto Pastore

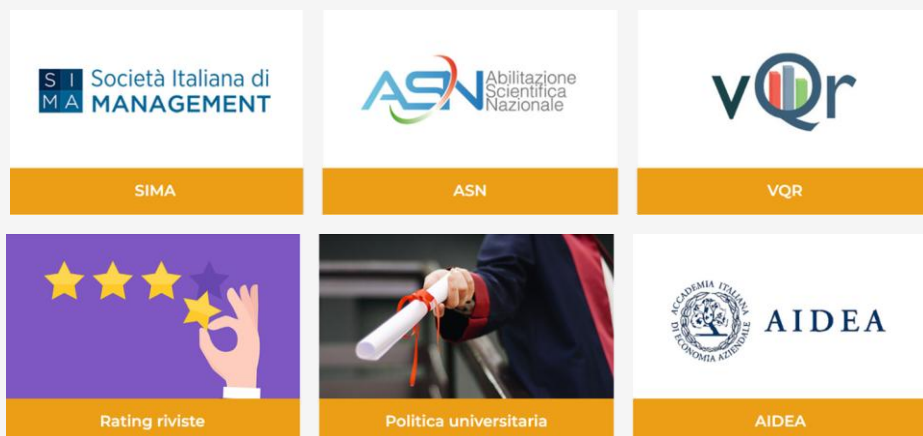


Documenti

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.

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.



Spazi digitali: aziende, piattaforme, ecosistemi e industrie - 2023



Phygital Transformation: Components, Challenges and Prospects - 2022



Competitive Renaissance through Digital Transformation - 2021



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



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.

*EDITORIAL BOARD*

Editor-in-Chief

Alberto Pastore (Sapienza University of Rome)

Series Editors

Giovanni Battista Dagnino (University of Catania)
 Marco Frey (Scuola Superiore San'anna di Pisa)
 Christian Gronroos (Hanken School of Economics of Helsinki)
 Michael Haenlein (ESCP Europe of Paris)
 Charles Hofacker (Florida State University)
 Anne Huff (Maynooth National University of Ireland)
 Morten Huse (BI Norwegian Business School, Norway)
 Gennaro Iasevoli (Lumsa University)
 Andrea Moretti (University of Udine)
 Fabio Musso (University of Urbino)
 Mustafa Ozbilgin (Brunel University of London)
 Paolo Stampacchia (Federico II University)
 Luca Zanderighi (University of Milan)

Assistant Editor

Michela Matarazzo (Marconi University)



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.

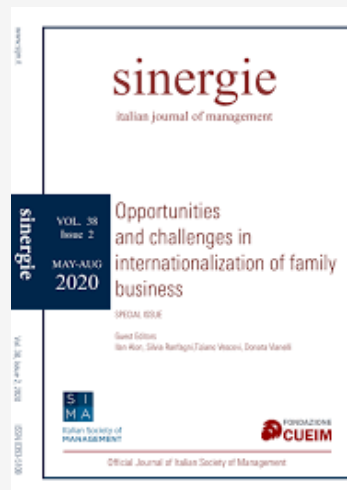
La rivista ha un ampio profilo tematico e copre varie aree nel campo degli affari e della gestione, come gestione strategica, governo societario, imprenditorialità, affari internazionali, sostenibilità, piccole imprese familiari, operation e catene di approvvigionamento, comunicazione strategica, marketing, 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.



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.

S I Società Italiana di
M A MANAGEMENT



EDITORIAL

ANNUAL
CONFERENCE

WORKSHOPS AND
CONFERENCES

CALL FOR PAPER

OPEN POSITION

SCHOOL

INTERNATIONAL
NEWS

MEDIA E SIMA
UPDATES

CONTRIBUISCI ALLA
NEWSLETTER

FESTIVAL DEL MANAGEMENT



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.

In questo contesto, le «Linee guida sul

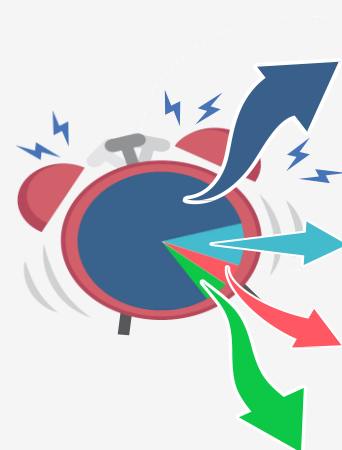
mestiere di docente di management», mette in evidenza i principi generali che caratterizzano la nostra attività di docenti (Apertura, Rigore, Rilevanza, Trasferimento, Etica) e le quattro grandi aree, tra loro strettamente integrate, nelle quali si dispiega il nostro impegno.

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.



«L'orologio indica che la ripartizione del tempo da dedicare ad ogni attività cambia ad ogni step di carriera»



RICERCA

DIDATTICA

ATTIVITA' ISTITUZIONALE

TERZA MISSIONE



Festival del Management

La scienza del management ha tradizionalmente favorito la convinzione che i manager debbano gestire le risorse umane, materiali e immateriali per generare un'elevata produttività e un maggiore valore. Siamo convinti che il management oggi sia molto di più, perché è in grado di offrire un contributo pratico, concreto, misurabile, migliorando la vita di tutti noi.

Questo Festival nasce quindi con il

desiderio di offrire una nuova, inedita, occasione di racconto ai valori del management: una disciplina che vuole aprirsi a tutti, con un intrinseco spirito plurale esce dai mondi dell'Accademia e dell'Impresa per arrivare ai singoli individui e arricchirli -grazie ai suoi approcci e alle sue strategie- migliorandone la qualità della vita. Il Management si arricchisce, così, della sua fondamentale funzione di servizio, alla Comunità e al Paese.



I temi della prima edizione

Questa prima edizione darà attenzione a questioni di rilevanza assoluta per lo sviluppo economico e civile del nostro Paese, come il contrasto allo sviluppo delle mafie nell'economia, l'organizzazione manageriale dei servizi per la tutela della salute pubblica, la transizione energetica, lo sviluppo sostenibile del territorio e delle comunità con attenzione alle nuove generazioni.



La relazione con gli SDG

4.6 SIMA e gli obiettivi di sviluppo sostenibile

Anche per questa edizione del Bilancio di Impatto, l'attività di stakeholder engagement ha consentito di comprendere la partecipazione di SIMA al raggiungimento dei Sustainable Development Goals (SDG).

E' emerso che SIMA, nello svolgimento delle sue attività, continua a contribuire allo sviluppo di una istruzione di qualità (SDG 4), accresce lo sviluppo economico promuovendo la prosperità (SDG 9) e l'uguaglianza di genere (SDG 5), nonché il rispettoso 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 consolida le modalità di attuazione del partenariato globale per lo sviluppo sostenibile (SDGs 17).

Rispetto allo scorso anno, si registra un impatto stabile e minore per quanto

concerne la resilienza alle calamità naturali legate all'andamento del clima (SDG 13), l'accesso alla giustizia (SDG 16) e all'energia (SDG 7) per tutti.

Diminuisce sensibilmente l'impatto rispetto alla capacità di garantire una condizione di salute e benessere per tutti (SDG 3) e nel potenziare la protezione degli ecosistemi terrestri (SDG 15),

Si conferma anche per il 2022, l'assenza di impatto se si fa riferimento alla capacità di sconfiggere la povertà (SDG 1), la fame (SDG 2) nonché di garantire l'accesso all'acqua (SDG6), e di combattere inquinamento marino (SDG 14).



La relazione con gli SDG

SDGs	Impatto 2021	Impatto 2022
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



Genova



Torino



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 Rapporto con le imprese
 - 6.2 Scuole e riviste
 - 6.3 Gruppi tematici
 - 6.4 Comunicazione
 - 6.5 Conferenza
- 7. Distribuzione del valore**
 - 7.1 Il valore aggiunto
8. Allegati

5. La materialità

GRI: 102-42

5.1 Gli stakeholder rilevanti

In continuità con il 2021, anche nel 2022 SIMA ha intrapreso un percorso di coinvolgimento e ascolto dei propri portatori d'interesse al fine di concretizzare l'approccio nei confronti della sostenibilità e dell'innovazione.

Nel rispetto degli standard internazionali sul reporting di sostenibilità, SIMA ha previsto strutturati momenti di stakeholder engagement realizzando, tra l'altro, un'indagine rivolta a tutti gli stakeholder rilevanti.

Soci, fornitori, partner e comunità

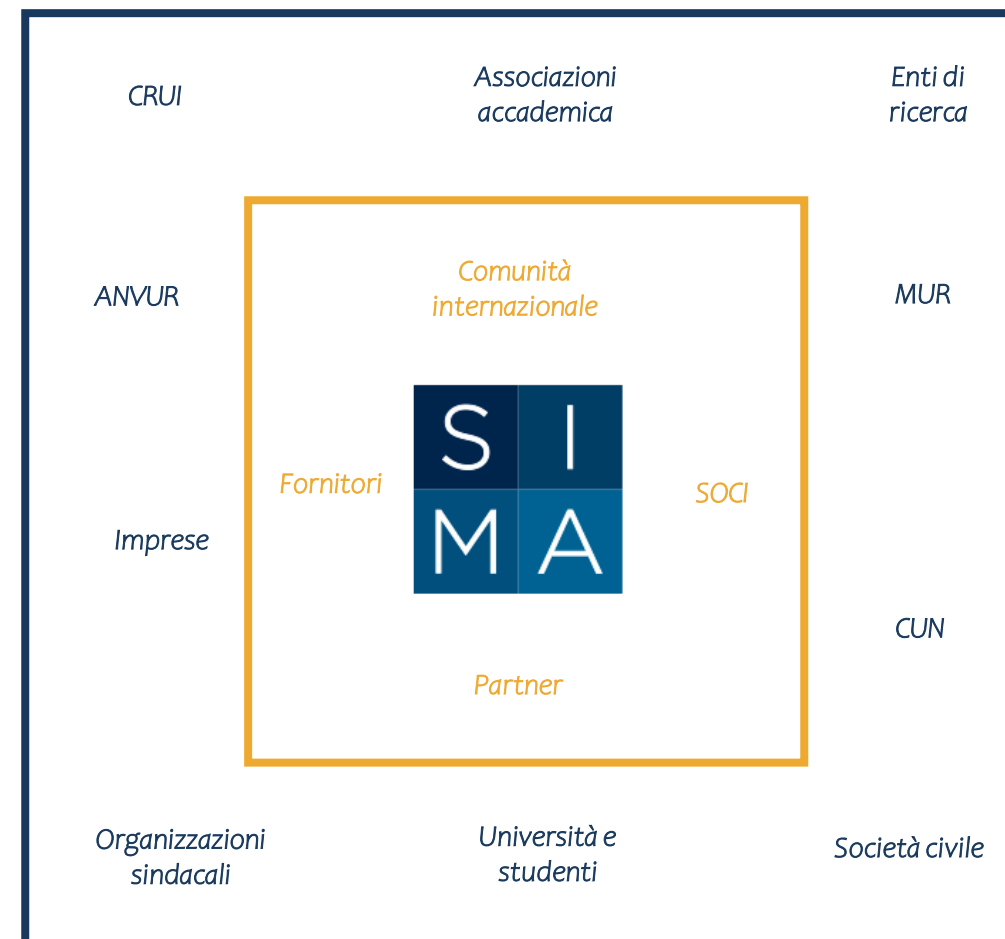
internazionale rappresentano per SIMA gli **stakeholder primari**, senza i quali verrebbe meno la natura della Società.

Gli enti istituzionali (ANVUR, CRUI, MUR, CUN), le organizzazioni sindacali, le altre associazioni di categoria nazionali e internazionali e la società civile, in qualità di **stakeholder secondari**, 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.



La mappatura degli stakeholder

GRI: 102-40



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 interpretare **cinque aspetti materiali** per gli stakeholder di SIMA:

1. Impatto scientifico
2. capitale relazionale
3. internazionalizzazione
4. etica
5. valorizzazione economica



Gli aspetti materiali

GRI: 103-1, 103-2

IMPATTO SCIENTIFICO

Aiutare gli studiosi di management nel processo di creazione, divulgazione e pubblicazione dei risultati scientifici

CAPITALE RELAZIONALE

Contribuire alla crescita relazionale degli studiosi di management grazie ai rapporti con le imprese del territorio e le accademie italiane e straniere

INTERNAZIONALIZZAZIONE

Accrescere il profilo internazionale degli accademici nel campo del management

ETICA

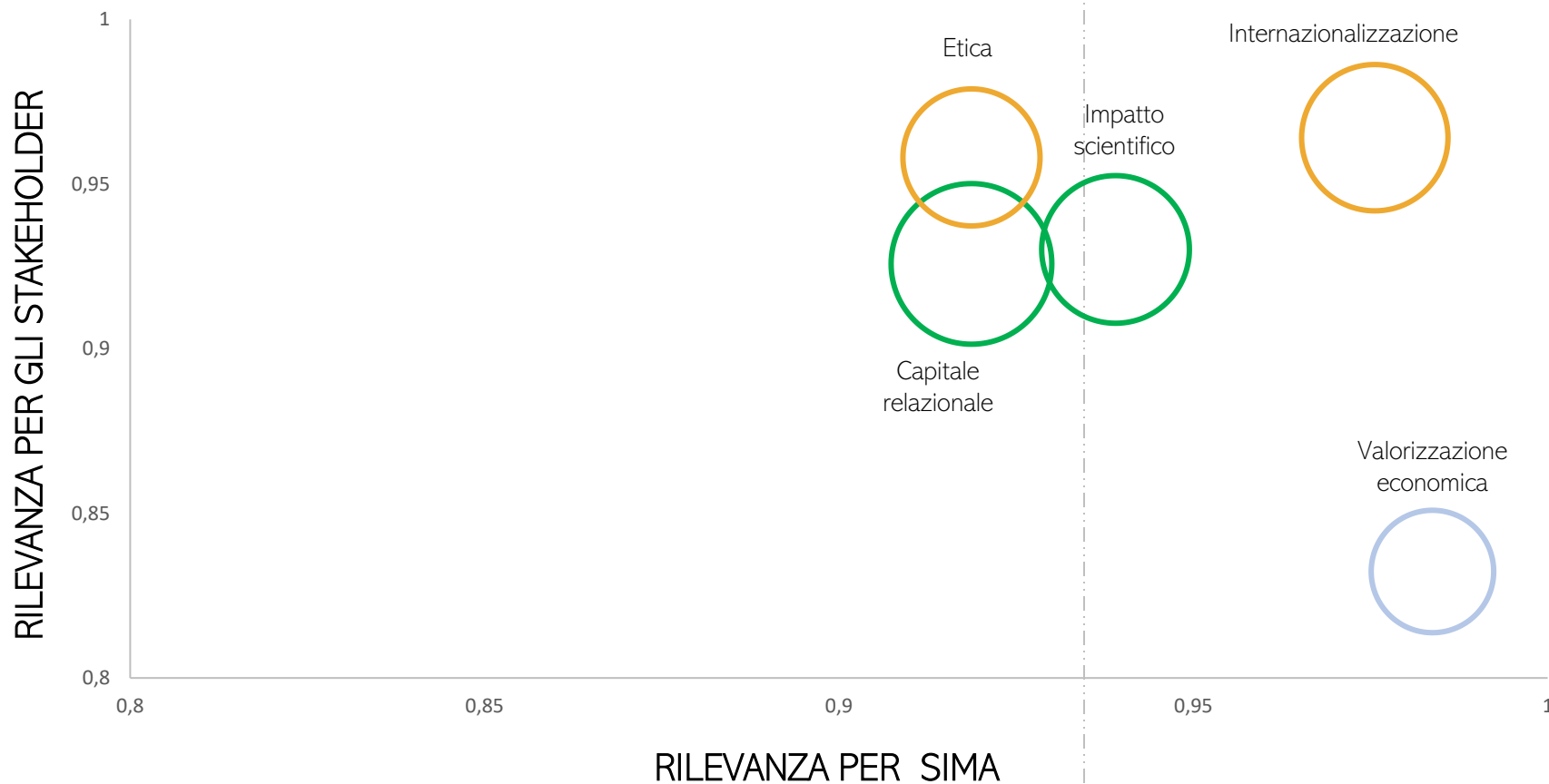
Diffondere una prassi accademica basata su coscienza e rigore deontologico-professionale

VALORIZZAZIONE ECONOMICA

Incrementare la crescita economica della Società

5. La materialità

La matrice di materialità di SIMA



○ Impatto economico ○ Impatto sociale ○ Impatto di governance

○ La dimensione indica il livello di rilevanza

5.3 La matrice di materialità

La **matrice di materialità** di SIMA è stata realizzata a seguito della mappatura degli stakeholder rilevanti per SIMA e dell'identificazione degli *aspetti materiali* della Società.

A ciascuno degli aspetti è stato poi associato l'impatto che SIMA è in grado di 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* degli associati sono di assoluta importanza.

Anche l'*impatto scientifico* dovuto alla attività di ricerca assume rilevanza, insieme alla promozione di comportamenti *etici* all'interno dell'Accademia.

In questo contesto e in modo trasversale si inserisce la creazione di *capitale relazionale* tra gli studiosi di Management.

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



Lecce



Pescara



Matera



Bergamo



Pisa

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 Rapporto con le imprese
 - 6.2 Scuole e riviste
 - 6.3 Gruppi tematici
 - 6.4 Comunicazione
 - 6.5 Conferenza
7. Distribuzione del valore
 - 7.1 Il valore aggiunto
8. Allegati

6.1 Rapporto con le imprese

I sei indicatori mostrano che nel triennio 2020-2021 l'impegno di SIMA nel creare valore con le imprese ha subito un rallentamento.

L'unico indicatore potenziato è quello relativo alla pubblicazione di post su LinkedIn con 135 post pubblicati nel 2022.

L'impatto del rapporto con le imprese

	2020	2021	2022	AVG
1 Numero di imprese aderenti	1	0		1
2 Numero Casi aziendali pubblicati in Collana	0	7		4
3 Numero di articoli mensili pubblicati su Managementnotes.it	30	27	2	20
4 Numero di Articoli mensili pubblicati su altre testate giornalistiche	3	31	2	12
5 Numero di Post pubblicati su LinkedIn	120	102	135	119
6 Attivazione pagina YouTube e numero di video postati	3	4	0	2

6.2 Scuole e riviste

Gli undici indicatori mostrano che nel triennio 2020-2022 SIMA ha attivato ogni anno 2 scuole. Discontinui invece gli indicatori relativi agli strumenti utili per l'indirizzo e la valutazione della attività scientifica svolta degli studiosi di management.

L'impatto delle scuole e delle riviste

	2020	2021	2022	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		3	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	2		1
8 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			
9 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			

6.3 Gruppi tematici

Nel triennio 2020-2022 SIMA ha mantenuto costanti gli 11 gruppi tematici. Per valutare il loro impatto sono stati individuati **tre indicatori** di performance, due dei quali sono stati replicati per ogni gruppo tematico.

Particolarmente partecipati sono i gruppi tematici dedicati al «Tourism and cultural management», al «Retail and service management» e alla «Sustainability», gruppo questo che ha anche prodotto più report.

L'impatto dei gruppi tematici

	2020	2021	2022	AVG
1 Numero di gruppi tematici realizzati	11	11	11	11
1° Numero di partecipanti STRATEGIC MANAGEMENT AND CORPORATE GOVERNANCE	23	23	24	23
2 Numero di riunioni	1	1	6	3
3 Numero di report prodotti			1	0
2° Numero di partecipanti INNOVATION AND TECHNOLOGY MANAGEMENT	47	48	49	48
2 Numero di riunioni	2	5	11	6
3 Numero di report prodotti	2	5	2	3
3° Numero di partecipanti ENTREPRENEURSHIP	41	41	41	41
2 Numero di riunioni	1	1	0	1
3 Numero di report prodotti	2	2	0	1
4° Numero di partecipanti INTERNATIONAL BUSINESS	42	42	42	42
2 Numero di riunioni			2	2
3 Numero di report prodotti			1	1

	2020	2021	2022	AVG
5° Numero di partecipanti TOURISM AND CULTURE MANAGEMENT	60	60	58	59
2 Numero di riunioni	1	1	7	3
3 Numero di report prodotti	1	1	0	1
6° Numero di partecipanti SUSTAINABILITY	36	36	50	41
2 Numero di riunioni		3	4	2
3 Numero di report prodotti		2	5	2
7° Numero di partecipanti SMALL AND FAMILY BUSINESS	23	23	40	29
2 Numero di riunioni			2	2
3 Numero di report prodotti			2	2
8° Numero di partecipanti RETAILING AND SERVICE MANAGEMENT	57	57	54	56
2 Numero di riunioni	8	2	2	4
3 Numero di report prodotti		1	2	1
9° Numero di partecipanti OPERATIONS AND SUPPLY CHAIN	17	17	17	17
10° Numero di partecipanti STRATEGIC COMMUNICATION	20	20	43	28
2 Numero di riunioni			2	2
3 Numero di report prodotti			2	2
11° Numero di partecipanti MARKETING	53	53	53	53
2 Numero di riunioni			1	1
3 Numero di report prodotti			0	0

6.4 Comunicazione

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

Nel triennio 2020-2022 il numero medio di utenti raggiunti è di circa 9 mila, dato in notevole crescita rispetto alla stabilità degli altri.

L'impatto della comunicazione

	2020	2021	2022	AVG
1 Numero di utenti (visitatori) unici (reach)	6608	9512	11469	9196
2 Numero di impression		52522	259151	155837
3 Tasso di abbandono (bounce rate)	59,56%	59,24%	52%	57%
4 Tempo medio di permanenza (time on page)	1,58	1,32	1,35	1,42
5 Fonti di traffico ricerca organica	57,90%	55,90%	70,32%	61%
6 Fonti di traffico ricerca diretta	19,50%	30,70%	35,47%	29%
7 Fonti di traffico referral	7%	6%	6,50%	7%
8 Fonti di traffico social	7,00%	3,70%	3,50%	5%
9 Fonti di traffico other	7%	3,70%	1,50%	4%
10 Numero di destinatari della newsletter	870	932	1021	941
11 Numero followers Facebook		1741	1846	1196
12 Numero followers LinkedIn		1493	3023	1505
13 Numero post	120	102	135	111
14 Numero di articoli pubblicati su managementnotes.it	30	27	21	26
15 Numero di articoli pubblicati su altri media	3	31	1	12

6.5 Conferenza

La valutazione dell'impatto generato da SIMA deriva dalla valutazione di **tredici indicatori** di performance. Il triennio 2020-2022 ha registrato una media di 327 partecipanti, 300 autori e 101 reviewer. I paper sottomessi sono stati in media 156, mentre in media sono stati presentati 35 paper e 105 abstract.

L'impatto della conferenza

	2020	2021	2022	AVG
1 Numero di submission	148	166	154	156
2 Numero di Partecipanti	281	296	417	331
3 Numero di Paper presentati	23	42	35	33
4 Numero di Abstract presentati	111	107	108	109
5 Numero di autori	133	297	469	300
6 Social event organizzati	1	1	6	3
7 Parallel Session organizzate	23	29	32	28
8 Numero di Award		3 BEST 5 SELECTED		
9 Numero di Reviewr	52	102	149	101
10 Partecipanti al Comitato scientifico	32	58		45
11 Editorial Staff	6	6	6	6
12 Staff complessivo impiegato	6	6	17	10



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 Rapporto con le imprese
 - 6.2 Scuole e riviste
 - 6.3 Gruppi tematici
 - 6.4 Comunicazione
 - 6.5 Conferenza
7. Distribuzione del valore
 - 7.1 Il valore aggiunto
8. Allegati

7. Distribuzione del valore

GRI: 201-1

7.1 Il Valore aggiunto

Nota metodologica

In questa edizione del Bilancio di Impatto, il valore aggiunto di SIMA è stato rendicontato considerando il triennio 2020-2022, coerentemente con le altre analisi.

Ricavi e Costi Operativi

Nel triennio 2020-2022 i ricavi e proventi medi annui si attestano a 141 mila euro. Significativo l'incremento nell'anno 2022 (post pandemia).

I costi medi, nello stesso periodo, sono di 102 mila euro. Si evidenzia che nel 2022 i costi sono cresciuti meno che proporzionalmente rispetto alla variazione dei ricavi.

Il margine operativo medio per il periodo 2020-2022 è di 39 mila euro in linea con il risultato dell'ultimo anno particolarmente positivo.

SIMA - CONTO ECONOMICO (Euro)						
Euro			2020	2021	2022	AVG
(A) Top-line 'Ricavi e proventi'			101,126	122,628	201,093	141.616
Quote associative da soci ordinari		<i>Soci</i>	33,138	23,818	40,404	32,453
	<i>% on ta</i>		32.8%	19.4%	20.1%	24.1%
Quote associative da soci sostenitori		<i>Soci</i>	25,000	29,500	59,800	38,100
	<i>% on ta</i>		24.7%	24.1%	29.7%	26.2%
Rimborsi quote associative		<i>Soci</i>	0	(1,020)	(1,100)	(707)
	<i>% on ta</i>		0.0%	-0.8%	-0.5%	-0.5%
Proventi da attività formative		<i>Partecipanti</i>	17,100	9,361	12,590	13,017
	<i>% on ta</i>		16.9%	7.6%	6.3%	10.3%
Proventi da attività promozionale		<i>Partecipanti</i>	0	0	0	0
	<i>% on ta</i>		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Proventi eventi e convegni istituzionali		<i>Partecipanti</i>	(100)	6,443	3,468	3,270
	<i>% on ta</i>		-0.1%	5.3%	1.7%	2.3%
Ricavi convegno non integrato		<i>Partecipanti</i>	25,988	54,525	85,931	55,482
	<i>% on ta</i>		25.7%	44.5%	42.7%	37.6%
(B) Operative Expenses 'Costi operativi'			38,383	102,718	166,008	102,370
Oneri per attività formative		<i>Fornitori</i>	5,173	11,685	13,253	10,037
	<i>% on tot Ricavi e prov.</i>		5.1%	9.5%	6.6%	7.1%
	<i>% on tot Costi</i>		13.5%	11.4%	8.0%	10.9%
Oneri per attività promozionali		<i>Fornitori</i>	6,626	11,188	13,287	10,367
	<i>% on tot Ricavi e prov.</i>		6.6%	9.1%	6.6%	7.4%
	<i>% on tot Costi</i>		17.3%	10.9%	8.0%	12.1%
Oneri convegno non integrato		<i>Fornitori</i>	10,988	39,525	70,931	40,482
	<i>% on tot Ricavi e prov.</i>		10.9%	32.2%	35.3%	26.1%
	<i>% on tot Costi</i>		28.6%	38.5%	42.7%	36.6%
Sinergie - Contributo alla rivista		<i>Partner</i>	15,000	15,000	15,000	15,000
	<i>% on tot Ricavi e prov.</i>		14.8%	12.2%	7.5%	11.5%
	<i>% on tot Costi</i>		39.1%	14.6%	9.0%	20.9%
Oneri eventi e convegni istituzionali		<i>Fornitori</i>	596	25,320	53,537	26,484
	<i>% on tot Ricavi e prov.</i>		0.6%	20.6%	26.6%	16.0%
	<i>% on tot Costi</i>		1.6%	24.6%	32.2%	19.5%
(C=A-B) Margine Operativo			62,743	19,909	35,085	39,246
	<i>% on ta</i>		62%	16%	17%	28%

SIMA - CONTO ECONOMICO (Euro)						
Euro			2020	2021	2022	AVG
(A) Top-line: 'Ricavi e proventi'			101,126	122,628	201,093	141.616
(B) Operative Expenses 'Costi operativi'			38,383	102,718	166,008	102.370
(C=A-B) Margine Operativo			62,743	19,909	35,085	39.246
	<i>% an ta</i>		62%	16%	17%	28%
(D) GSA			21,305	18,385	30,011	23.234
Consulenze legali e notarili		<i>Famitari</i>	3,634	0	5,022	2.885
	<i>% an tot Ricavi e prov.</i>		3.6%	0.0%	2.5%	2.0%
Postali		<i>Famitari</i>	83	277	407	256
	<i>% an tot Ricavi e prov.</i>		0.1%	0.2%	0.2%	0.2%
Cancelleria/Telefoni		<i>Famitari</i>	48	88	96	77
	<i>% an tot Ricavi e prov.</i>		0.0%	0.1%	0.0%	0.1%
Compensi responsabile segreteria		<i>Collaboratori</i>	14,077	9,895	13,551	12.508
	<i>% an tot Ricavi e prov.</i>		13.9%	8.1%	6.7%	9.6%
Attività recupero crediti		<i>Soci</i>	0	2,200	2,200	1.467
	<i>% an tot Ricavi e prov.</i>		0.0%	1.8%	1.1%	1.0%
Oneri previdenziali e assicurativi		<i>Enti previdenziali</i>	164	5,826	5,174	3.721
	<i>% an tot Ricavi e prov.</i>		0.2%	4.8%	2.6%	2.5%
Imposte tasse e ritenute		<i>Stato</i>	3,299	100	3,561	2.320
	<i>% an tot Ricavi e prov.</i>		3.3%	0.1%	1.8%	1.7%
(E) Financial expenses			132	148	197	159
Interessi attivi		<i>Banca</i>	0	0	0	0
	<i>% an tot Ricavi e prov.</i>		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Interessi passivi		<i>Banca</i>	0	0	0	0
	<i>% an tot Ricavi e prov.</i>		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Commissioni e spese bancarie		<i>Banca</i>	132	148	197	159
	<i>% an tot Ricavi e prov.</i>		0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
(F=C-D-E) Bilancio finale			41,307	1,375	4,877	15.853
	<i>% an ta</i>		41%	1%	2%	11%

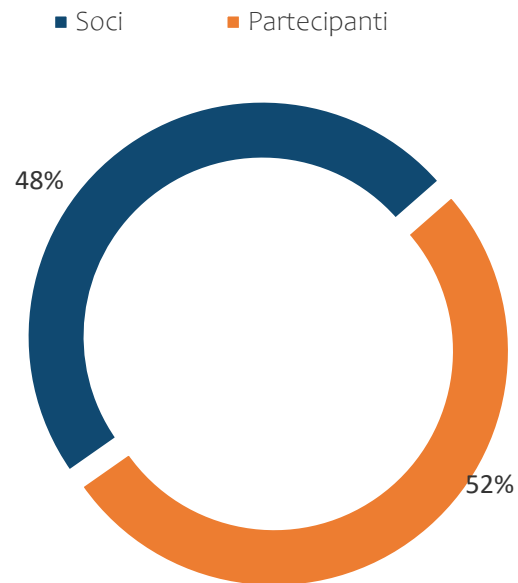
Margine Operativo e Bilancio Finale

Le spese generali per consulenze legali, attività di cancelleria e postali, si attestano mediamente a 23 mila euro nel triennio 2020-2022.

Gli oneri e proventi finanziari sono influenzati esclusivamente dalle commissioni e le spese bancarie, voce di costo ricorrente e pari a 159 euro se si considera la media del periodo in esame.

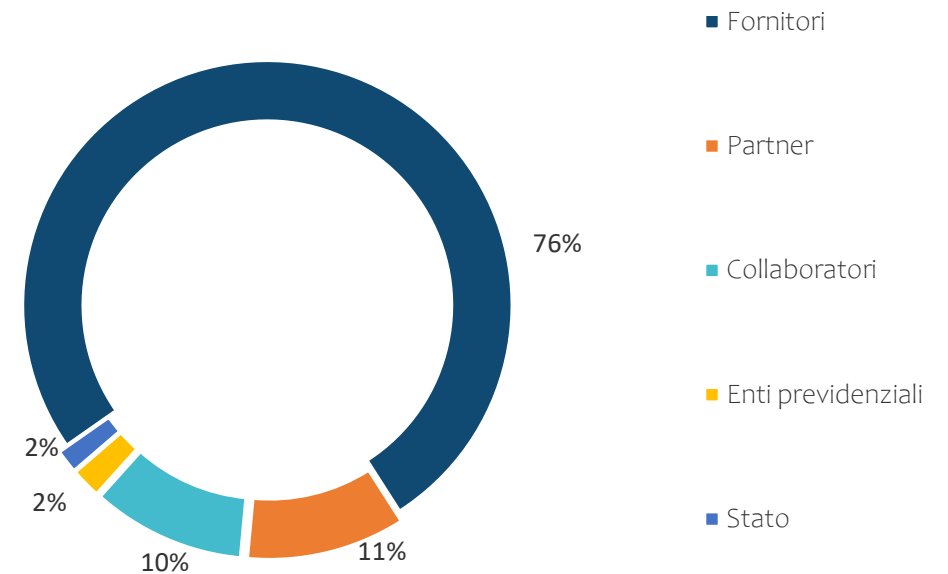
Il bilancio finale di SIMA per il triennio 2020-2022 è positivo per un valore medio pari a 16 mila euro circa.

Distribuzione media dei ricavi per Stakeholder



Gli stakeholder che concorrono alla realizzazione dei ricavi medi nel triennio 2020-2022 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.

Distribuzione media dei costi per Stakeholder



La distribuzione del valore generato da SIMA nel triennio 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.

I numeri del Convegno SIMA-SINERGIE

Nel triennio 2020-2022 SIMA ha registrato ricavi medi annui per euro 55 mila euro circa.

La realizzazione del Convegno *in presenza* nel 2022 ha causato una forte crescita degli oneri medi annui del periodo, che si attestano a 40 mila euro circa.

E' da evidenziare che mediamente i costi variabili dell'attività convegnistica rappresentano il 73% dei ricavi, attestandosi la quota di costo di maggior impatto, seguita dalla quota contributiva fissa alla rivista SINERGIE per il restante 27%.

SIMA - ATTIVITA' CONVEGNO (Euro)					
Euro	Stakeholder	2020	2021	2022	AVG
	<i>Partecipanti</i>				
A) Ricavi convegno non integrato		25,988	54,525	85,931	55.482
B) Oneri convegno non integrato		10,988	39,525	70,931	40.482
	<i>% an Rev</i>	<i>42.3%</i>	<i>72.5%</i>	<i>82.5%</i>	<i>73.0%</i>
C) Sinergie - Contributo alla rivista		15,000	15,000	15,000	15.000
	<i>% an Rev</i>	<i>57.7%</i>	<i>27.5%</i>	<i>17.5%</i>	<i>27.0%</i>
A-B-C= Margine Evento		0	0	0	0
	<i>% an Rev</i>	<i>0.0%</i>	<i>0.0%</i>	<i>0.0%</i>	<i>0.0%</i>

Milano



Firenze



Roma



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 Rapporto con le imprese
 - 6.2 Scuole e riviste
 - 6.3 Gruppi tematici
 - 6.4 Comunicazione
 - 6.5 Conferenza
7. Distribuzione del valore
 - 7.1 Il valore aggiunto
8. Allegati

BOX 3: 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 lettera del Collegio dei Revisori

Il collegio dei revisori, esaminato il bilancio di impatto 2022, attesta che i valori ivi elaborati, relativamente al quadriennio 2020-2022, 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 2022 della SIMA, predisposto nella prospettiva della continuità dell'associazione.

Prof. Savino Santovito Prof. Angeloantonio Russo Prof.ssa Giovanna Magnani



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.	32
102-3	a. Ubicazione della sede centrale dell'organizzazione.	12,26
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.	16
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.	19
102-23	a. Se il presidente del più alto organo di governo è anche un funzionario esecutivo nell'organizzazione.	19
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.	54
102-42	a. La base per identificare e selezionare le parti interessate con cui impegnarsi.	55
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.	56
102-50	a. periodo di rendicontazione per le informazioni fornite	8
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.	57
103-2	a. Una spiegazione di come l'organizzazione gestisce l'argomento.	57
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.	70

B I L A N C I O

D I

I M P A T T O

2 0 2 2

S I
M A

Società Italiana di
MANAGEMENT