

Editorial

Daniele Dalli, Alberto Mattiacci

In this editorial, I would like to introduce the open letter that I asked the outgoing President of our Association to write in order to summarize a three years term of the Association.

It has been an intense period, dense of challenges and changes, but at the same time full of improvements, achievements, and – literally – joy. In fact, it has been amazing to see how the community of marketing scholars in Italy has evolved, how rapidly they have accepted the new style of the Journal and how they adapted to the new format. Together with them, the Editorial Board and the staff did their best to facilitate these changes and participate in the evolution of our Association.

Daniele Dalli

Università di Pisa, Maggio 2018

Lettera aperta ai soci SIM

*Care amiche, cari amici,
si conclude, nel momento in cui vanno in stampa queste pagine, un triennio intenso nella vita della nostra associazione, pienamente evoluta, proprio in questo arco di tempo, in società scientifica. Cosa e quanto ciò possa significare lo diranno chiaramente i prossimi anni, quando molte delle trasformazioni ancora in fieri saranno maturate nella forma di una concreta, nuova realtà accademica. Capiremo appieno, allora, quanta strada sia stata compiuta dal marketing in Italia e quanto rilevante sia*

Mercati & Competitività (ISSN 1826-7386, eISSN 1972-4861), 2018, 2
DOI: 10.3280/MC2018-002001

Copyright © FrancoAngeli

N.B: Copia ad uso personale. È vietata la riproduzione (totale o parziale) dell'opera con qualsiasi mezzo effettuata e la sua messa a disposizione di terzi, sia in forma gratuita sia a pagamento.

divenuta la nostra disciplina nel panorama degli studi economici – e non solo.

Si conclude, come noto, il mandato di un Consiglio di Presidenza che ho avuto il piacere e la fortuna di presiedere. Il piacere, perché ci siamo insediati come colleghi e ci siamo lasciati come amici; la fortuna, perché è solo grazie al loro consenso e collaborazione che sono riuscito a vedere concretizzarsi alcune idee che speravo di realizzare. Se pensate, leggendo queste parole, che qualcosa di buono la SIM abbia fatto in questi ultimi anni, sappiate che ciò non si deve al talento e all'impegno di uno ma all'armonia e alla forza di volontà di tutti i componenti del Consiglio, quale ne sia stato il ruolo.

Ho raccolto volentieri l'invito della direzione della nostra Rivista a scrivere una nota di saluto, perché volevo condividere con voi tutti qualche considerazione su ciò che la SIM è stata nel triennio di mia responsabilità e una riflessione sul nostro dovere futuro. Lo faccio, come vedete, nella forma della lettera aperta e, per ovvie ragioni, affido i pensieri qui contenuti alla lingua italiana – che gode di una connessione molto migliore con la mia anima di quanto non sia per quella inglese.

Non starò qui a propinarvi un elenco di tutte le cose che abbiamo portato avanti nel triennio. Non che non l'abbia fatto – a dire il vero, all'inizio, era proprio quella la direzione che aveva preso la mia penna – ma mi sono presto convinto che sarebbe stato più significativo esprimere un pensiero sul senso, sul significato che questo triennio ha assunto nella storia della SIM. È ben riassunto in una parola: consolidamento.

Ogni cosa che abbiamo fatto in questi trentasei mesi ha, nei fatti, rinforzato il progetto culturale e istituzionale originario, la base associativa e la rete relazionale della SIM. Il consolidamento, infatti, vi è stato sul piano istituzionale, culturale e associativo.

Il consolidamento istituzionale è evidente: siamo stati protagonisti attivi – e non di secondo piano – della trasformazione di AIDEA nella casa comune dell'azionalismo italiano. Abbiamo lavorato intensamente, in stretta collaborazione con SIMA per quasi due anni, al ridisegno della sua missione, al riequilibrio dei meccanismi di governance, alla perimetrazione del suo campo di azione. Il 6 dicembre 2017 abbiamo sancito questo disegno modificando il nostro Statuto e sancendo, con alcuni meccanismi, il senso di un rapporto più intenso con la società scientifica che contribuimmo in maniera decisiva a fondare per rappresentare l'intero settore, la SIMA.

Voglio ricordare che nel 2014 le società scientifiche sono state formalmente riconosciute dall'ANVUR come interlocutori istituzionali, a condizione che queste dimostrassero di avere un'ampia rappresentatività. Di qui il senso di questo intenso lavoro. Un lavoro che poi, non si dimentichi, ha portato il Presidente SIM a sedere di diritto nel Direttivo

AIDEA. Chi, come il sottoscritto, ha ormai qualche anno di frequentazione degli ambienti accademici, coglierà il portato rivoluzionario di questo fatto.

Il consolidamento culturale è altresì evidente: lo dicono i numeri. Questo triennio ha festeggiato il trentennale del Premio Marketing. Nessuna attività formativa dedicata agli studenti universitari, al mondo, può vantare un heritage di tale magnitudine. Oltretutto proprio in una edizione di questo triennio il Premio ha toccato il record di progetti partecipanti alla competizione: oltre cinquecento team, per circa milleduecento studenti in gara.

Abbiamo poi lanciato e portato avanti il bel progetto del Doctoral & Research Colloquium, prima a Urbino, poi a Pisa e, infine, a Firenze. Un seminario residenziale iterativo, che desidera mettere a disposizione dei colleghi più giovani le competenze e l'esperienza di colleghi più maturi, italiani e non. La SIM investe volentieri delle risorse su questo progetto che ha cittadinanza nel cuore stesso della propria missione culturale: favorire la crescita degli studi di marketing in Italia.

Marketing Post ha preso il testimone di Spaghetti Marketing, la newsletter con cui cerchiamo di connettere i nostri lavori di ricerca con l'attenzione, l'interesse e le azioni dei manager. Abbiamo operato significativi cambiamenti ma ancora non raggiunto appieno l'obiettivo. Mi sento di esprimere, unitamente al ringraziamento per quanto fatto dai nostri colleghi responsabili, l'auspicio che in molti possano lavorare a questo progetto, nella consapevolezza che la SIM nacque anche per questo scopo.

Ultima, non per importanza, la nostra Rivista. Dopo anni di discussioni e tentennamenti, in questo triennio abbiamo preso coraggio e deliberato la trasformazione della sua produzione scientifica nella direzione dell'internazionalizzazione, accettando solo lavori redatti in lingua inglese. Ora resta da completare l'opera e definire la più efficace forma distributiva di questi contenuti.

Infine il consolidamento associativo. Il 2018 si presenta come l'anno più felice di sempre per quanto attiene la dimensione della nostra base associativa: non siamo mai stati tanto numerosi. Mi piace leggere in questo dato il segno di una fiducia diffusa che abbiamo saputo meritarcì in questi anni e della quale ringrazio, di cuore, tutti voi.

La SIM ha sempre avuto uno spirito inclusivo e una filosofia di relazione fra soci improntata al rapporto fra pari e non alle gerarchie di ruolo. Credo che la SIM Conference sia divenuta la manifestazione più chiara ed evidente del progressivo realizzarsi di tutto ciò: il nostro convegno è realmente un appuntamento al quale si partecipa volentieri, con il piacere di incontrarsi e confrontarsi, con spirito costruttivo e collaborativo. Non ho remore a sottolineare che il clima che si respira nei

corridoi del nostro convegno annuale non ha pari altrove. Di tutto ciò ciascuno di noi, nessuno escluso, porta il merito.

Infine, e ho volutamente serbato il tema alla fine, lo Steering Committee: i nostri padri fondatori vollero sancire la rilevanza del legame università-impresa nello Statuto, riconoscendo a un manager o imprenditore ruoli di vertice nella SIM. Ebbene questo disegno ha prodotto, in questo triennio, straordinari risultati: sono cresciute le imprese partner, la loro partecipazione e azione di stimolo. Molta strada ancora dobbiamo compiere ma certo il triennio ha dato un nuovo impulso a questa attività associativa. Dobbiamo, mi piace ricordarlo, all'azione del Presidente dello Steering e ai colleghi partner, l'istituzione dei Grant Ricerca SIM – ne sono stati già finanziati tre e altrettanti saranno lanciati a breve – e del Premio SIM Marketer of The Year il cui primo assegnatario è Brunello Cucinelli, l'originale e prezioso imprenditore umbro a tutti noto.

Il consolidamento di cui ho scritto non sarebbe stato possibile senza il sostegno di tutti, il lavoro di molti, la partecipazione di ciascuno.

Lasciatemi salutare gli amici che per Statuto lasciano il Consiglio: Tiziano Bursi, Giuseppe Bertoli, Antonella Carù, Francesco Casarin, Chiara Orsingher, Tonino Pencarelli, il dottor Piero Mastrapasqua e la dottoressa LoPresti – professionisti eccellenti che hanno servito con competenza e simpatia la SIM. Lascio ultimi Gaetano Aiello e Claudio Sambri per due ragioni differenti: il primo per fargli gli auguri come Presidente AIDEA; il secondo per tributargli il ringraziamento che merita: Claudio è stato in SIM fin dalla fondazione e, lavorando intensamente senza protagonismi, è fra quelli che più hanno dato alla nostra associazione, in particolare aprendola alle imprese.

Un grazie, per il lavoro fin qui compiuto, a tutti gli altri amici che proseguiranno, auspicabilmente, un altro mandato: Riccardo Resciniti e Giuseppe Bertoli, Enrico Bonetti, Chiara Mauri, Angelo Di Gregorio, Gianluca Gregori, Vittoria Marino, Annalisa Tunisini, senza dimenticare Daniele Dalli e Roberta Sebastiani, per la rivista, Carlo Alberto Pratesi e Gennaro Iasevoli per il Premio, Costanza Nosi per Marketing Post, i referenti di sede, i tutor del Premio e i Coordinatori di Sezione Tematica. Un ultimo grazie, consentitemi sia speciale, a Barbara Amici, che ha sempre portato allegria e passione in ogni cosa che fa – e, credetemi, sono moltissime le cose che ogni giorno, senza darsi limiti di orario, porta avanti per noi. Come vedete siamo una grande e numerosa squadra che lavora davvero. Credo sia chiaro ed evidente a tutti, allora, che il bel risultato di questo triennio è dovuto all'impegno volontario di molti.

Mi piace concludere questo saluto ricordando la conversazione che ho avuto, lo scorso ottobre, con Philip Kotler quando, in occasione del

Marketing Forum a lui intitolato, ho avuto l'onore e il piacere di consegnargli una targa, a nome della nostra società scientifica.

Philip Kotler mi ha ricordato il valore profondo della nostra disciplina: il suo essere interprete autentico dell'economia reale; la sua attitudine – unica, fra le discipline aziendali – a procurare il benessere delle persone assieme a quello delle imprese; il suo spirito, naturalmente proteso all'innovazione e a fare di essa il senso profondo dell'attività umana.

Traggo proprio da questi pensieri la speranza che ripongo nel lavoro della SIM nei prossimi anni: riportare al centro dei progetti educativi delle nostre università l'economia reale, facendoci portatori di una visione dell'economia più equilibrata, sostenibile e sana di quella che ha dominato gli ultimi, scellerati, trent'anni di finanziarizzazione estrema; far uscire il marketing da quel pantano ideologico-moralistico che impedisce alla vita sociale ed economica di questo sgangherato Paese di avvalersi del suo potenziale creativo; far crescere in tutti – docenti, manager e studenti – il piacere dell'innovazione, perché sono convinto che solo questa tensione positiva alla non-conservazione consentirà, nel cambiamento d'epoca che stiamo vivendo, il rinnovamento delle fonti di benessere della nostra società.

Spesso ci viene detto, ad arte e in malafede, che ci occupiamo di una disciplina periferica rispetto a quelle che oggi sembrano costruire il futuro, rispetto a quelle “serie”, a quelle “che contano per davvero”.

Non è vero, noi lo sappiamo.

Credo fermamente che noi ci si occupi di una disciplina che incarna uno dei tratti più formidabilmente caratterizzanti lo spirito del capitalismo: la positività. Il marketing è una disciplina che invita al pensiero positivo, all'ottimismo. L'innovazione è positiva, crede al domani, è ottimista. E l'innovazione è anima del marketing. Ci avevate mai pensato? Fatelo.

Forse è per questo che molti di noi sono così inclini al sorriso: se sei triste, probabilmente hai sbagliato campo d'azione e mestiere.

Credo che noi tutti si abbia il dovere dell'ottimismo. In fondo, ogni giorno, noi lavoriamo per i giovani e con i giovani: come facciamo a non pensare positivo? La disciplina cui abbiamo scelto di dedicare le nostre attenzioni e passioni è lì, pronta ad aiutarci. Basterà esserne consapevoli e determinati.

Buona fortuna

Alberto Mattiacci

Sapienza, Università di Roma, maggio 2018