



Sinergie SIMA
Management Conference



Tertiarization & sustainability new challenges for management in the digital era

Conference Proceedings

Short Papers

Genova (Italy)

12-13 June 2025

Sinergie-SIMA Management Conference Proceedings

Tertiarization & sustainability new challenges for management in the digital era 12-13 June 2025

University of Genova - Italy

ISBN 978-88-94-7136-7-1

The Conference Proceedings are published online on <https://www.sijmsima.it>

© 2025 FONDAZIONE CUEIM
Via Interrato dell'Acqua Morta, 26
37129 Verona - Italy



Tertiarization & sustainability. New challenges for management in the digital era

12-13 June 2025

Conference Proceedings

Short Papers

edited by

Arabella Mocciaro Li Destri, Marta Ugolini and Lara Penco

Pressioni competitive e comunicazione del rischio etico: Un'analisi preliminare del mercato della Intelligenza Artificiale Generativa

MARTINA CASTRONOVO¹ FRANCESCO CASTELLANETA² ANNA MINÀ³ TOMMASO RAMUS⁴

Abstract. *Questo lavoro si propone di indagare come le dinamiche competitive associate all'ingresso nel mercato e allo sviluppo di nuove tecnologie di Intelligenza Artificiale Generativa (GEN-AI) configurano l'inquadramento dei rischi legati ad esse nelle comunicazioni pubbliche delle imprese. Concentrandoci sulle imprese che sviluppano modelli linguistici generici di grandi dimensioni, attraverso un'analisi qualitativa longitudinale, sviluppiamo un modello processuale che traccia l'evoluzione delle narrative di rischio nel tempo e mettiamo in luce le principali differenze negli approcci di comunicazione e nelle strategie di gestione del rischio. Quest'analisi offre in definitiva una visione sull'evoluzione delle strategie competitive in un ambito tecnologico in rapida ascesa e trasformazione. Dimostriamo che le imprese adeguano dinamicamente la loro definizione del rischio in risposta alle dinamiche di mercato e alle strategie delle imprese in concorrenza, trasformando la comunicazione del rischio da un requisito di conformità passiva a un fattore proattivo per il conseguimento di un vantaggio competitivo. Questa ricerca contribuisce alla letteratura tradizionale sulle strategie non di mercato integrando aspetti etici e di comunicazione strategica*

Framing of the research. *Il rapido avvento delle tecnologie di GEN-AI non solo ha ridefinito i tradizionali panorami competitivi (Hinds and von Krogh, 2024; Ostler, 2025) ma, ancor più rilevante, ha introdotto una complessa serie di rischi profondi che le imprese devono gestire attraverso le loro comunicazioni pubbliche. La GEN-AI presenta rischi che sono sia poliedrici (dal punto di vista qualitativo) sia senza precedenti nella loro portata (dal punto di vista quantitativo). Ad esempio, i bias algoritmici sottesi alla GEN-AI possono perpetuare o esacerbare le disuguaglianze sociali esistenti (Raisch and Krakowski, 2021), mentre le violazioni della privacy rappresentano minacce che compromettono la riservatezza individuale e d'impresa in modi finora inediti (Moser et al., 2023). Inoltre, il potenziale uso improprio dei contenuti generati dall'IA per diffondere disinformazione o manipolare l'opinione pubblica è stato descritto come una sfida paradigmatica per le istituzioni democratiche (Larson et al., 2024). In aggiunta, la GEN-AI comporta rischi significativi per la sicurezza, poiché le sue capacità potrebbero essere sfruttate per attacchi informatici o altre attività pericolose, presentando minacce che si estendono ben oltre l'ambito dei pericoli tecnologici tradizionali (Lindebaum et al., 2023).*

L'espansione delle tecnologie GEN-AI ha intensificato la valutazione pubblica sulle dimensioni etiche dell'implementazione tecnologica stimolando una rinnovata attenzione sulla comunicazione etica. Questioni come la disuguaglianza sociale, i pregiudizi algoritmici e il diritto alla riservatezza non sono semplicemente sfide tecniche o operative poiché esse generano immense e profonde implicazioni sociali (Autor, 2015; Floridi, 2023; Hu et al., 2021). Di conseguenza, gli stakeholder sono sempre più interessati affinché le imprese aderiscano a rigorosi impegni etici, riconoscano le proprie responsabilità e forniscano informazioni trasparenti sui rischi. Tuttavia, in un ambiente caratterizzato da rapidi cambiamenti e alta incertezza, il modo in cui le imprese comunicano sui potenziali pericoli assume un significato strategico. Così, nel contesto della GEN-AI, l'inquadramento del rischio può evolversi da requisito di conformità passiva a comportamento strategico proattivo. Scegliendo di enfatizzare o minimizzare l'attenzione su particolari rischi, le imprese condizionano le percezioni degli stakeholder, rafforzano la fiducia degli investitori e - talvolta - persino informano gli orientamenti normativi (Hardy et al., 2020).

Le tecnologie GEN-AI stanno rimodellando i mercati e sfidando i modelli strategici consolidati generando, sia opportunità senza precedenti sia nuove incertezze (Hinds and von Krogh, 2024; Ostler, 2025). In questo contesto, gli imperativi per un rapido ingresso nel mercato e un'innovazione continua-come sottolineato da Baum e Korn (1996) e Smith et al. (1991) - sono sempre più intrecciati con la necessità di gestire rischi emergenti, come minacce alla cybersecurity e problemi di privacy dei dati (Hu et al., 2021; Krakowski, 2021). Queste duplici sfide costringono le imprese non solo a investire in tecnologie all'avanguardia, ma anche a elaborare narrative pubbliche finalizzate a comunicare i loro approcci alla gestione di questi rischi.

¹ Università di Roma LUMSA
e-mail: m.castronovo1.dottorati@lumsa.it

² SKEMA Business School
e-mail: francesco.castellaneta@skema.edu

³ Università di Roma LUMSA
e-mail: a.mina1@lumsa.it

⁴ Msc in Sustainability Transformation ESSEC Business School
e-mail: tommaso.ramus@essec.edu

Muovendoci da questa prospettiva, non sorprende che le considerazioni etiche siano parte integrante della comunicazione del rischio nell'ambiente della GEN-AI. Gli stakeholder si aspettano che le imprese affrontino questioni come l'equità, i bias e la responsabilità sociale insieme alla gestione tecnica del rischio (Autor 2015; Floridi, 2023). Incorporando questi impegni etici nelle loro comunicazioni pubbliche, le imprese non solo mitigano i rischi reputazionali, ma promuovono anche la fiducia pubblica. Pertanto, l'inquadramento del rischio nel contesto della GEN-AI svolge un duplice ruolo, da un lato, è uno strumento strategico per la differenziazione competitiva, dall'altro lato, rappresenta un meccanismo per la responsabilità etica.

Osservando il fenomeno da una prospettiva competitiva, l'inquadramento del rischio agisce come una leva competitiva. Le ricerche di Chen e al. (2007) mostrano che le comunicazioni strategiche possono influenzare significativamente le percezioni del mercato, mentre Ostler (2025) evidenzia le sfide che le imprese affrontano quando entrano in mercati volatili. Ad esempio, un nuovo entrante nel mercato della GEN-AI potrebbe enfatizzare le proprie misure proattive di gestione del rischio per segnalare la propria prontezza nell'affrontare incertezze normative e di mercato, costruendo così credibilità. Al contrario, un'impresa consolidata potrebbe mettere in primo piano i suoi consolidati protocolli di gestione del rischio per rafforzare la propria leadership e garantire la fiducia degli investitori. In entrambi i casi, emerge che la costruzione deliberata di narrative sul rischio è centrale per plasmare il vantaggio competitivo.

Più nello specifico, attingendo dalla ricerca sulle dinamiche competitive (Chen et al., 2007; Ostler, 2025), sull'inquadramento del rischio (Hardy et al., 2020) e sulla comunicazione etica (Floridi, 2023; Autor, 2015), il nostro obiettivo finale è quello di fornire un framework che spieghi come le imprese navigano i duplici imperativi dell'innovazione e della gestione del rischio sfruttando le narrative sul rischio per influenzare le percezioni degli stakeholder, garantire un vantaggio competitivo e sostenere standard etici. Questa prospettiva integrata non solo amplia la teoria della strategia competitiva incorporando azioni non di mercato, ma arricchisce anche la letteratura sull'etica d'impresa con una comprensione sfumata delle divulgazioni etiche dei rischi come asset strategici deliberati. Infine come dimostrato da Hardy et al. (2020), una comunicazione efficace del rischio è cruciale non solo per salvaguardare la reputazione d'impresa, ma anche per proteggere la sicurezza e l'incolumità pubblica. Le imprese, quindi, affrontano scelte strategiche con profonde implicazioni competitive. Nel nostro framework, infatti, l'inquadramento del rischio è concettualizzato come uno strumento dinamico che adempie sia a funzioni competitive sia etiche.

Purpose of the paper. Concentrandosi sull'inquadramento dei rischi nelle comunicazioni pubbliche delle imprese, questo studio cerca di far progredire la nostra comprensione delle dimensioni strategiche sottostanti all'inquadramento del rischio da parte delle imprese nel settore della GEN-AI. Studi recenti indicano che le imprese non divulgano i rischi come un obbligo di conformità o etico; piuttosto, costruiscono attivamente narrative sui rischi per gestire le percezioni degli stakeholder, influenzare le risposte normative e sostenere la legittimità di mercato (Hardy et al., 2020). È opportuno mettere in risalto che il modo in cui i rischi vengono comunicati-se vengono minimizzati, enfatizzati o reinterpretati contestualmente- rappresenta sia la leva competitiva sia l'impegno etico verso la trasparenza e la protezione degli stakeholder. Le imprese che entrano nel mercato della GEN-AI affrontano intense pressioni competitive per affermare la propria leadership tecnologica e, contemporaneamente, gestire questi rischi. Sebbene la letteratura sulle dinamiche competitive (Chen, 1996; Chen et al., 2007; Tsai et al., 2011) abbia documentato come le imprese rispondano alle pressioni di mercato attraverso una rapida innovazione e un riposizionamento strategico, esiste una notevole lacuna nella comprensione di come questi imperativi competitivi influenzino l'articolazione di tali rischi significativi nelle comunicazioni pubbliche. Questo lavoro mira a colmare questa lacuna rispondendo alla seguente domanda di ricerca: In che modo le dinamiche competitive associate all'ingresso nel mercato e allo sviluppo di nuove tecnologie GEN-AI influenzano l'inquadramento dei rischi correlati a queste tecnologie nelle comunicazioni pubbliche delle imprese?

Considerati gli impatti trasformativi e potenzialmente destabilizzanti della GEN-AI, la posta in gioco è straordinariamente alta: una comunicazione efficace del rischio non è solo una questione di legittimità di mercato, ma anche di sicurezza e protezione pubblica. Questa riflessione, infatti, unitamente alla rapida e sfidante evoluzione del settore della GEN-AI sottolinea l'importanza e l'urgenza di capire in che modo le dinamiche competitive associate all'ingresso nel mercato e allo sviluppo di nuove tecnologie GEN-AI influenzano l'inquadramento dei rischi correlati a queste tecnologie nelle comunicazioni pubbliche delle imprese.

Methodology. Data la limitata ricerca che indaga come le dinamiche competitive plasmino il modo in cui le imprese inquadrano e comunicano i rischi relativi alle tecnologie GEN-AI, abbiamo adottato uno studio comparativo di casi longitudinale e induttivo (Eisenhardt, 1989). Abbiamo scelto un approccio comparativo per sviluppare una teoria più generalizzabile identificando schemi comuni. Abbiamo impiegato un approccio longitudinale per investigare i fattori scatenanti e i meccanismi che spiegano le variazioni nei suddetti schemi nel corso del tempo (Langley, 1990).

In particolare, per rispondere alla nostra domanda di ricerca, ci siamo concentrati sulle dinamiche competitive a partire dal 2018, quando Google ha presentato il primo prototipo di GEN-AI, aprendo così il settore della GEN-AI. Abbiamo quindi selezionato/escluso imprese che sono entrate nel mercato GEN-AI sulla base dei seguenti criteri:

1. abbiamo selezionato imprese che hanno sviluppato modelli linguistici di grandi dimensioni (LLM) per uso generale. Rispetto a LLM domain specific, infatti, affrontano rischi maggiori a causa di complessità tecniche (Schwartz et al., 2020; Yao et al., 2023) ed etiche (Cui et al., 2024) più elevate.

2. tra le imprese che sviluppano LLM per uso generale, abbiamo selezionato esclusivamente quelle che hanno prodotto la loro tecnologia internamente. Questo criterio è essenziale perché solo le imprese che controllano direttamente lo sviluppo dei loro modelli possono affrontare, e sono quindi responsabili, delle sfide e dei rischi associati attraverso efficaci strategie di mitigazione.
3. abbiamo incluso solo quelle imprese che possedevano almeno due documenti accessibili pubblicamente contenenti comunicazioni esplicite riguardanti i rischi.
4. abbiamo escluso le imprese che hanno sviluppato solo versioni beta dei loro modelli. Le versioni beta sono, infatti, soggette ad aggiornamenti continui e, pertanto, non forniscono dati stabili e comparabili.

Questi criteri di selezione hanno portato a includere nel nostro studio le seguenti imprese: Aleph Alpha, Anthropic, Baidu, Cohere, DeepSeek, Google, Meta, Mistral, OpenAI e Zhipu AI. Per ciascuna delle imprese abbiamo raccolto dati utili a esaminare come esse hanno comunicato e inquadrato i rischi legati all'IA. In particolare, abbiamo raccolto informazioni da documenti pubblicati sui siti web ufficiali delle imprese selezionate e da articoli di giornale provenienti da fonti affidabili (ad esempio, The New York Times e Bloomberg). L'integrazione degli annunci delle imprese con la copertura mediatica esterna ha supportato una valutazione completa dell'ambiente competitivo in cui queste imprese operano, facendo luce sulle loro scelte strategiche, investimenti e risposte alle pressioni normative.

Inoltre, abbiamo raccolto dati dai siti web ufficiali delle imprese campionate e dai repository GitHub. Nella nostra analisi, queste comunicazioni rappresentano segnali strategici e riflessioni sul posizionamento etico delle imprese. Abbiamo analizzato, quindi, questi materiali per cogliere come le imprese inquadrano i rischi legati all'IA nelle loro comunicazioni pubbliche in risposta alle dinamiche competitive associate all'ingresso nel mercato e allo sviluppo di nuove tecnologie GEN-AI. Come fase preliminare della ricerca per identificare un insieme rilevante di parole chiave utili alla raccolta dei dati, abbiamo inizialmente esplorato le comunicazioni di due imprese: OpenAI e Anthropic. Abbiamo selezionato queste imprese per il volume esteso, l'accessibilità e la ricchezza della loro documentazione pubblicamente disponibile, che ha fornito una solida base empirica per rilevare modelli linguistici ricorrenti nella comunicazione del rischio dell'IA.

Nella fase iniziale, abbiamo utilizzato ChatGPT per analizzare i dati ed estrarre le parole chiave più rilevanti relative ai rischi dell'IA. Questo approccio si è allineato con la metodologia adottata da Bijker et al. (2024), che hanno utilizzato ChatGPT per identificare unità di significato condensate nei dati testuali prima di condurre una codifica qualitativa manuale. L'insieme preliminare di parole chiave risultante (ad esempio, "safety", "responsible", "policy", "misuse", "debug", "risk", "regulation", "transparency", "bias", "alignment") è servito come punto di riferimento iniziale per strutturare la raccolta di dati tra tutte le imprese analizzate. Complessivamente, abbiamo selezionato 296 documenti.

Per l'analisi dei dati abbiamo utilizzato un approccio induttivo ispirato ad una prospettiva processuale. La procedura analitica è stata strutturata in fasi iterative tipiche della ricerca qualitativa, progettate per rivelare processi evolutivi complessi: Fase 1: Ricostruzione Cronologica di Eventi e Comunicazioni; Fase 2: Analisi Preliminare dell'Inquadramento del Rischio; Fase 3: Identificazione di Strategie Comunicative e Risposte Competitive; Fase 4: Determinazione delle Dinamiche Competitive e dei Cambiamenti nell'Inquadramento; Fase 5: Sviluppo di un Modello Processuale.

Results. La ricerca - ancora in fieri - è attualmente ad uno stage embrionale di riflessione sugli aspetti teorici e metodologici. Attraverso un'analisi qualitativa longitudinale, miriamo a sviluppare un modello processuale che esplorerà l'evoluzione delle narrative sul rischio nel tempo.

In nuce, come risultati attesi del nostro studio, prevediamo innanzitutto di documentare come le imprese che sviluppano LLM per uso generale utilizzino l'inquadramento del rischio non solo per adempiere a requisiti normativi, ma come vero e proprio asset strategico per costruire fiducia, differenziarsi nel mercato e influenzare le percezioni degli stakeholder. Ci aspettiamo di osservare un diverso framing dei rischi da parte delle imprese oggetto di studio che illustri l'evoluzione di questa comunicazione nel tempo in relazione alla concorrenza e ai progressi tecnologici.

La ricerca dovrebbe mostrare come un'impresa che comunica proattivamente le proprie strategie di gestione dei rischi possa essere percepita come più affidabile e innovativa, posizionandosi favorevolmente nel panorama competitivo a seconda di una diversa gestione delle narrative sui rischi e le sfide etiche.

Prevediamo, inoltre, di rivelare come le considerazioni etiche e competitive si intreccino nella comunicazione del rischio, dimostrando che le imprese che integrano efficacemente divulgazioni etiche nelle loro strategie comunicative possano costruire fiducia a lungo termine e consolidare la propria posizione di mercato.

Dallo stato attuale del lavoro di ricerca prevediamo di dimostrare che la gestione e comunicazione del rischio operi in maniera idiosincratICA rispetto al posizionamento strategico dell'impresa, con l'emergere di pattern simili nell'approccio al rischio tra imprese con posizionamento strategico comparabile. Questa osservazione potrebbe confermare come le dinamiche di rischio e le implicazioni etiche, intese come strategie non di mercato, svolgano un ruolo determinante nella competizione in ambienti altamente dinamici come quello delle tecnologie generative.

Infine, ci aspettiamo che i risultati estendano i tradizionali paradigmi di strategia non di mercato, integrando aspetti di comunicazione etica e strategica, e arricchiscano la letteratura attuale sulle dinamiche competitive (Chen et al., 2007) e sulla comunicazione del rischio nel settore della GEN-AI.

Research limitations. *Il presente studio non è scevro da limitazioni che potrebbero essere affrontate in ricerche future. La nostra analisi si concentra principalmente sulle imprese che sviluppano LLM per uso generale, lasciando spazio per estendere l'indagine ad altri attori dell'ecosistema GEN-AI. In particolare, un'espansione rilevante consisterebbe nell'includere le imprese domain-specific, le startup e le piattaforme che si occupano esclusivamente dell'integrazione e distribuzione delle tecnologie generative. Tale ampliamento consentirebbe di esaminare come il framing del rischio possa variare in questi contesti differenti e di identificare nuove leve strategiche finora non emerse. Un approccio comparativo più inclusivo permetterebbe di completare la panoramica sul tema, offrendo una comprensione più articolata di come le diverse tipologie di attori nel settore GEN-AI gestiscano strategicamente la comunicazione del rischio in relazione al loro posizionamento competitivo e come esigenze specifiche di mercato e non di settore possano alterare in modo diverso tali dinamiche.*

Managerial implications. *Da una prospettiva manageriale, la nostra ricerca aiuta a dimostrare che la comunicazione del rischio va oltre gli obblighi etici o normativi, rappresentando un asset strategico attraverso il quale le imprese possono posizionarsi e differenziarsi sul mercato. I manager devono bilanciare la spinta all'innovazione con la necessità di costruire la fiducia degli stakeholder. Adottando il nostro quadro, i manager possono valutare sistematicamente quando enfatizzare o minimizzare le narrative sul rischio per allinearsi con i loro obiettivi strategici. Ad esempio, i nuovi entranti potrebbero inquadrare i rischi dell'IA come sfide complesse che richiedono collaborazione normativa per costruire credibilità, mentre gli incumbent potrebbero evidenziare la loro competenza consolidata nella mitigazione del rischio per rafforzare la loro leadership di mercato. Questo approccio strutturato consente alle imprese di anticipare le preoccupazioni degli stakeholder, gestire proattivamente i rischi reputazionali e normativi, e differenziarsi in un ambiente sempre più competitivo e scrutinato. Inoltre, il nostro quadro fornisce ai manager strumenti per adeguare dinamicamente il loro inquadramento del rischio in risposta alle condizioni di mercato in evoluzione e alle strategie dei concorrenti, trasformando la comunicazione del rischio da un requisito di conformità passiva a un vantaggio competitivo proattivo.*

Da una prospettiva normativa, questo studio potrebbe fornire approfondimenti sul ruolo della comunicazione strategica nel plasmare le dinamiche di mercato. Piuttosto che prescrivere politiche specifiche, la nostra ricerca potrebbe aiutare gli organismi regolatori e i responsabili politici a valutare le implicazioni competitive dell'inquadramento del rischio e la sua influenza sulle pratiche del settore. Comprendere come le imprese impieghino strategicamente le narrative sul rischio permette ai regolatori di valutare se la comunicazione del rischio viene utilizzata per migliorare genuinamente la trasparenza o come mezzo di posizionamento sul mercato. Questa conoscenza è cruciale per identificare potenziali distorsioni nella public disclosure, garantire che le strategie competitive non fuorviino gli stakeholder e promuovere un ambiente normativo che bilanci gli incentivi all'innovazione con la responsabilità pubblica.

Originality of the paper. *Questo studio ridefinisce l'inquadramento del rischio nel contesto della GEN-AI, trascendendo l'approccio convenzionale della divulgazione come semplice mezzo per ridurre l'asimmetria informativa (Linsley and Shrives, 2006). La nostra ricerca concettualizza, invece, la comunicazione del rischio come un comportamento strategico dinamico in cui le imprese modellano attivamente le loro narrative per rispondere alle pressioni competitive e soddisfare le esigenze etiche (Hardy et al., 2020; Merkl-Davies and Koller, 2012).*

Proprio nell'ambito della GEN-AI, più che in altri ambiti tecnologici, la comunicazione del rischio assume un valore strategico distintivo. Esplorando come le pressioni competitive associate all'ingresso nel mercato e al rapido sviluppo tecnologico modellino questo inquadramento, la nostra ricerca contribuisce alla più ampia letteratura sulla gestione strategica e sull'etica d'impresa. Offriamo nuove prospettive su come le imprese concilino i duplici imperativi dell'innovazione e della mitigazione del rischio in un panorama tecnologico dove la posta in gioco è particolarmente elevata e dove la GEN-AI rappresenta simultaneamente un'opportunità trasformativa e una sfida senza precedenti per le norme sociali e i framework di sicurezza esistenti.

Con l'intensificarsi della regolamentazione e la crescente attenzione sociale all'IA, la nostra ricerca fornisce un contributo essenziale alla comprensione di come le imprese possano navigare le tensioni tra innovazione, competizione e responsabilità etica, trasformando la comunicazione del rischio da mero adempimento normativo a componente centrale della loro strategia competitiva.

Key words: *GEN-AI; business ethics, competitive advantage; risk framing; industry analysis, competitive dynamics*

References

- AUTOR D.H. (2015), "Paradox of abundance: Automation anxiety returns", in Rangan S. (Ed.), *Performance and progress: Essays on Capitalism, Business, and Society*, Oxford University Press, Oxford, pp. 237-260.
- BAUM J.A., KORN H.J. (1996), "Competitive dynamics of interfirm rivalry", *Academy of Management Journal*, vol. 39, n. 2, pp. 255-291.
- BIJKER R., MERKOURIS S.S., DOWLING N.A., RODDA S.N. (2024), "ChatGPT for Automated qualitative research: content analysis", *Journal of Medical Internet research*, vol. 26, e59050.

- CHEN M.J. (1996), "Competition and collaboration: The dilemma of the multinational enterprise", *Strategic Management Journal*, vol. 17, n. 4, pp. 307-317.
- CHEN M.J., SU K.H., TSAI W.P. (2007), "Competitive tension: The awareness-motivation-capability perspective", *Academy of Management Journal*, vol. 50, n. 1, pp. 101-118.
- CUI T., WANG Y., FU C., XIAO Y., LI S., DENG X., LI Q. (2024), "Risk taxonomy, mitigation, and assessment benchmarks of large language model systems", *arXiv preprint arXiv:2401.05778*.
- EISENHARDT K.M. (1989), "Building theories from case study research", *Academy of Management Review*, vol. 14, n. 4, pp. 532-550.
- FLORIDI L. (2023), *The ethics of artificial intelligence: principles, challenges, and opportunities*, Oxford University Press, Oxford.
- HARDY C., MAGUIRE S., POWER M., TSOUKAS H. (2020), "Organizing risk: Organization and management theory for the risk society", *Academy of Management Annals*, vol. 14, n. 2, pp. 1032-1066.
- HINDS P., VON KROGH G. (2024), "Generative AI, Emerging Technology, and Organizing: Towards a theory of progressive encapsulation", *Organization Theory*, vol. 5, n. 4, 26317877241293478.
- HU Y., KUANG W., QIN Z., LI K., ZHANG J., GAO Y., LI K. (2021), "Artificial intelligence security: Threats and countermeasures", *ACM Computing Surveys (CSUR)*, vol. 55, n. 1, pp. 1-36.
- KRAKOWSKI S. (2021), "Artificial Intelligence and Business Ethics: Goal Setting and Value Alignment as Management Concerns", *Academy of Management Proceedings*, Vol. 2021.
- LANGLEY A. (1990), "Patterns in the use of formal analysis in strategic decisions", *Organization Studies*, vol. 11, n. 1, pp. 17-45.
- LARSON B.Z., MOSER C., CAZA A., MUEHLFELD K., COLOMBO L.A. (2024), "Critical Thinking in the Age of Generative AI", *Academy of Management Learning and Education*, vol. 23, pp. 373-378.
- LINDEBAUM D., MOSER C., ASHRAF M., GLASER V.L. (2023), "Reading the technological society to understand the mechanization of values and its ontological consequences", *Academy of Management Review*, vol. 48, n. 3, pp. 575-592.
- LINSLEY P.M., SHRIVES P.J. (2006), "Risk reporting: A study of risk disclosures in the annual reports of UK companies", *The British Accounting Review*, vol. 38, n. 4, pp. 387-404.
- MERKL-DAVIES D.M., KOLLER V. (2012), "'Metaphoring' people out of this world: A Critical Discourse Analysis of a chairman's statement of a UK defence firm", *Accounting Forum*, vol. 36, n. 3, pp. 178-193.
- MOSER C., GLASER F., LINDENBAUM S. (2023), "The ethical pitfalls of generative AI: Navigating innovation and risk", *MIT Sloan Management Review*, vol. 63, pp. 12-14.
- OSTLER J. (2025), "The competitive dynamics of strategic risk-taking, unethical behavior, and entry", *Strategic Management Journal*, vol. 46, n. 1, pp. 114-147.
- RAISCH S., KRAKOWSKI S. (2021), "Artificial intelligence and management: The automation-augmentation paradox", *Academy of Management Review*, vol. 46, n. 1, pp. 192-210.
- SCHWARTZ R., DODGE J., SMITH N.A., ETZIONI O. (2020), "Green AI", *Communications of the ACM*, vol. 63, n. 12, pp. 54-63.
- SMITH K.G., GRIMM C.M., GANNON M.J., CHEN M.J. (1991), "Organizational information processing, competitive responses, and performance in the US domestic airline industry", *Academy of Management Journal*, vol. 34, n. 1, pp. 60-85.
- TSAI W., SU K.H., CHEN M.J. (2011), "Seeing through the eyes of a rival: Competitor acumen based on rival-centric perceptions", *Academy of Management Journal*, vol. 54, n. 4, pp. 761-778.
- YAO J., XU W., LIAN J., WANG X., YI X., XIE X. (2023), "Knowledge plugins: Enhancing large language models for domain-specific recommendations", *arXiv preprint arXiv:2311.10779*.