

# Il ruolo delle strategie di marketing internazionale nello sviluppo delle smart cities: analisi tematica e indicazioni per gli sviluppi futuri

FILIPPO MARCHESANI\* LEA IAIA\* FRANCESCA MASCIARELLI\* MICHAEL CHRISTOFI\*\*

**Obiettivi.** *Le Smart Cities hanno assunto negli ultimi anni un ruolo centrale nel dibattito internazionale sulla crescita economica e sullo sviluppo locale (Herrschel, 2013; Lytras and Visvizi, 2018). Sebbene sia gli studiosi che i tecnici ritengano che le Smart Cities abbiano il potenziale per plasmare il futuro urbano (Vanolo, 2014; de Falco, Angelidou and Addie, 2019; Leitheiser and Follmann, 2020), c'è ancora un'ambiguità generale sulla loro corretta concezione. Nel corso degli anni sono state proposte diverse definizioni di "Smart City" concepite come città della conoscenza, città intelligenti, città digitali, città creative, città verdi, città imprenditoriali e città della scienza (Vanolo, 2014; Goodspeed, 2015; El-Haddadeh et al., 2019). Tuttavia, nonostante le diverse prospettive nella concettualizzazione delle Smart Cities, accademici e tecnici concordano sul fatto che queste sono in grado di integrare le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) e altri vari dispositivi fisici connessi all'Internet delle cose (IoT) per ottimizzare l'efficienza della città sviluppando nuovi servizi e prodotti offerti ed aumentando i collegamenti e le interazioni con i cittadini (Albino, Berardi and Dangelico, 2015; Valdez, Cook and Potter, 2018).*

*Questo sviluppo ha portato le città ad evolversi nel corso degli anni, spostandosi sempre più dal contesto locale e nazionale ad un contesto globale. Per fare questo, le loro strategie di sviluppo internazionale si basano sull'adozione di IoT e ICT in diversi campi come economia, ambiente, mobilità, sostenibilità, partecipazione dei cittadini e governance per trasformare le infrastrutture ed i servizi della città (Hollands, 2015; Lamberton and Stephen, 2016; Gagliardi et al., 2017). In questo scenario, le strategie di sviluppo della città e l'apertura internazionale rappresentano elementi chiave per lo sviluppo delle Smart Cities che si sono evolute negli ultimi dieci anni per supportare il processo di innovazione e internazionalizzazione (Kavaratzis and Ashworth, 2007; Taylor Buck and While, 2017)*

*Professionisti ed accademici hanno analizzato vari aspetti dell'apertura internazionale della città, con un focus particolare sulle attività di promozione globale come i processi manageriali di espansione nei mercati internazionali (Wu and Zhou, 2018), la pianificazione e l'implementazione delle strategie di internazionalizzazione (Albino, Berardi and Dangelico, 2015; Chatterjee and Kar, 2015) ed il modo in cui il tessuto economico locale influenza l'adozione di strategie di sviluppo nazionale ed internazionale ed il successivo impatto sulla sua apertura internazionale (Elango and Pangarkar, 2020).*

*In questo documento, esaminiamo l'impatto delle strategie di marketing internazionale nel processo di internazionalizzazione delle Smart Cities nell'ultimo decennio (2009-2020) con l'obiettivo di fornire una comprensione olistica del ruolo svolto dalle strategie di marketing internazionale nello sviluppo urbano per la crescita delle Smart Cities per rispondere alla seguente domanda di ricerca: "Come si relazionano l'internazionalizzazione e le strategie di marketing internazionale delle città con lo sviluppo delle Smart Cities?"*

*Per rispondere a questa domanda, nel seguente elaborato andiamo a sviluppare una revisione sistematica volta a (i) rivedere la ricerca esistente; (ii) generare nuove conoscenze sullo stato dell'arte per le politiche, i professionisti e gli accademici; (iii) individuare il divario di conoscenze per la ricerca futura. In particolare, questa revisione della letteratura ha l'obiettivo di colmare le lacune presenti nella letteratura esistente e di discutere le implicazioni per la ricerca e le implicazioni teoriche e politiche con suggerimenti concreti per professionisti e ricercatori di questo campo.*

**Metodologia.** *Abbiamo scelto di utilizzare il metodo della revisione sistematica della letteratura (SLR) perché ci fornisce un metodo per identificare, selezionare, analizzare e sintetizzare la letteratura esistente in modo rigoroso, trasparente e replicabile (basato su un protocollo chiaro e ripetibile) e ci consente di fornire risultati e conclusioni basati su una profonda analisi dell'area esaminata. (Atewologun et al., 2017; Christofi et al., 2019a). Per offrire una panoramica oggettiva della letteratura esistente sulle intersezioni tra Smart Cities e strategie di marketing internazionale abbiamo stabilito dei chiari criteri concettuali per definire meglio il nostro contesto di analisi (Denyer*

---

\* Ph.D. Candidate in Accounting, Management and Business Economics - University "G. d'Annunzio" of Chieti - Pescara  
e-mail: filippo.marchesani@unich.it

• Assistant Professor of Digital Marketing - University "G. d'Annunzio" of Chieti - Pescara  
e-mail: lea.iaia@unich.it

♦ Associate Professor of Management - University "G. d'Annunzio" of Chieti - Pescara  
e-mail: francesca.masciarelli@unich.it

\*\* Senior Research Fellow at School of Management and Economic - Cyprus University of Technology  
e-mail: christofi.mi@unic.ac.cy

and Tranfield, 2009; Littell, Corcoran and Pillai, 2009). Per effettuare questa analisi, ci siamo affidati al database Business Source Premier di EBSCOhost come principale fonte di ricerca per questo in quanto ci fornisce un solido livello di copertura dei principali giornali di riferimento (Dike and Rose, 2017; Pisani et al., 2017). Come da prassi nelle revisioni della letteratura, abbiamo eseguito una ricerca per parole chiave su titoli, abstract e le intestazioni dello studio (Christofi, Leonidou and Vrontis, 2017; Leonidou et al., 2018). La nostra selezione di parole chiave si basa su una analisi delle precedenti revisioni della letteratura pubblicate nei principali giornali di riferimento aventi per oggetto le "strategie di marketing internazionale" (Yang and Gabrielsson, 2018; İpek, 2020) ed il concetto di "Smart Cities" (Cocchia, 2014; Ismagilova et al., 2019). Una volta identificato i due campi di ricerca rilevanti per l'analisi: "Strategie di marketing internazionale" AND "smart city", con le rispettive e comprensive parole chiave abbiamo avviato la nostra analisi.

Da questa ricerca sono emersi 1608 studi potenzialmente rilevanti. Per avere una comprensione più precisa del ruolo delle strategie di marketing internazionale nello sviluppo delle Smart Cities, abbiamo deciso di escludere gli studi nazionali concentrandoci solo sulla dimensione internazionale. La nostra ricerca è stata così ridisegnata per includere studi che si sono concentrati sulla visione internazionale della città intelligente, ma anche sul processo di internazionalizzazione della città stessa, acquisendo una migliore comprensione delle diverse dimensioni delle strategie di sviluppo delle Smart Cities nel panorama internazionale.

Infine, abbiamo determinato i criteri di esclusione e inclusione facendo riferimento alle principali pratiche utilizzate nelle revisioni sistematiche (Pisani, 2009; Pisani et al., 2017; Vrontis and Christofi, 2019; Tan and Taeiagh, 2020). Pertanto, abbiamo escluso articoli non accademici e non sottoposti a revisione paritaria, articoli scritti in una lingua differente dall'inglese, ed articoli non inerenti al contesto economico e manageriale. Per quanto riguarda il periodo sotto esame, abbiamo basato la nostra ricerca a partire dal 2009. Sebbene l'utilizzo del termine "Smart City" sia apparso per la prima volta in uno studio di Tan (1999) solo nell'ultimo decennio (a partire dal 2009), un numero crescente di studi ha iniziato a utilizzare la terminologia delle città intelligenti nel contesto urbano non solo da un punto di vista tecnologico ma anche in una prospettiva di apertura internazionale (Paskaleva, 2019). L'applicazione di questi criteri di esclusione ha ristretto i risultati del nostro campione che si è ridotto a 630 studi selezionati.

Sulla base di questi 630 studi, abbiamo utilizzato un criterio di qualità per identificare al meglio il nostro campione (Gaur and Kumar, 2018). I manoscritti sono stati identificati dalle principali riviste internazionali al fine di catturare le componenti principali della nostra domanda di ricerca (Christofi, Leonidou and Vrontis, 2017; Vrontis and Christofi, 2019). In particolare, abbiamo preso in considerazione solo gli studi pubblicati su riviste di grado 3, 4 e 4\* in tutte le categorie dalla guida accademica 2018 dell'Association of Business Schools ([www.charteredabs.org](http://www.charteredabs.org)) per valutarne sistematicamente il rigore metodologico (Gaur and Kumar, 2018). Questo criterio di qualità è una pratica ordinaria nelle revisioni sistematiche all'avanguardia in quanto: a) la pubblicazione su queste riviste garantisce che il livello di qualità per gli studi inclusi nella revisione sia del più alto standard possibile (Baldacchino et al., 2015); b) la selezione di articoli da riviste di alto livello è un metodo frequentemente utilizzato per catturare dibattiti accademici e tendenze di ricerca in un dominio mentre si effettuano revisioni della letteratura (Atewologun et al., 2017; Christofi et al., 2019). Utilizzando il criterio di qualità, sono stati identificati 53 articoli con classificazione 3, 4 e 4\*.

Un'ulteriore analisi è stata fatta leggendo gli abstract, l'introduzione e la conclusione degli studi identificati, utilizzando un'esecuzione rigorosa della revisione stessa che comprende l'identificazione della letteratura pertinente utilizzando criteri di inclusione ed esclusione espliciti e riproducibili supportati da una valutazione della qualità degli studi esaminati (Christofi et al., 2019). In molti casi, per avere una migliore comprensione di questi articoli e per valutare se corrispondevano ai nostri criteri, li abbiamo inclusi nel passaggio successivo per la lettura e l'elaborazione del testo completo (Vrontis and Christofi, 2019). Questo processo ha prodotto un totale di 42 studi. Di questi documenti, 10 sono stati quindi esclusi sulla base della lettura del testo completo, lasciandoci con 32 articoli pertinenti. Inoltre, per assicurarci di non perdere nessun articolo, abbiamo condotto un ulteriore passaggio: abbiamo impiegato un metodo "backward and forward snowballing" utilizzato anche in altre revisioni sistematiche della letteratura (Geissdoerfer et al., 2017; Nofal et al., 2018) andando a controllare manualmente ogni singola referenza degli studi selezionati. Questa procedura aggiuntiva ha aumentato il nostro campione di 9 articoli. Gli articoli identificati sono stati esaminati e l'ammissibilità per l'inclusione è stata determinata sulla base dello stesso procedimento effettuato precedentemente. Dopo questo passaggio, tutti i 9 articoli sono stati ritenuti conformi al nostro processo di ricerca evidenziando un campione finale di 41 articoli.

**Risultati.** L'obiettivo di questo elaborato è stato quello di cogliere l'evoluzione della produzione scientifica nell'intersezione tra Smart Cities e strategie di marketing internazionale, tracciando sistematicamente le tendenze dei documenti selezionati. Dopo una crescita iniziale moderata nel periodo iniziale preso in esame (2009-2014), possiamo registrare un aumento significativo della produzione accademica con il 70% degli studi concentrati nella seconda metà del periodo preso in considerazione (2015-2020). Questa è la conseguenza di una confluenza di due aspetti: a) il crescente sviluppo e consolidamento del concetto di Smart City sia nel panorama nazionale che in quello internazionale; b) il crescente interesse della ricerca sulle strategie di sviluppo delle città oltre supportate da driver tecnologici e digitali che hanno un forte impatto sul processo di internazionalizzazione della città (Kitchin, 2015; Valdez, Cook and Potter, 2018; Hollands, 2020). Notiamo inoltre che i principali giornali di riferimento sull'argomento sono rappresentati da "Government Information Quarterly" che è la principale rivista emersa nel nostro campione con 12 articoli (29%), seguita dal "Cambridge Journal of Regions, Economy and Society" e "Urban studies" con 5 articoli ciascuno (12%). "Public Management Review", "European Urban and Regional Studies" e "California Management

*Review*” ospitano rispettivamente 3 articoli (7%), “*Technovation*” con 2 articoli (4%) mentre il resto delle riviste presenta un solo articolo.

Dal punto di vista dello sviluppo e dell’implementazione del concetto di *Smart Cities*, la ricerca è in una fase relativamente iniziale sia per quanto riguarda il suo sviluppo concettuale che per la sua comprensione empirica. Mentre il concetto di *Smart City* ha aumentato la sua popolarità tra accademici, imprese, governo e media, il concetto stesso tende ad essere più teorico che pratico e necessita di prove empiriche future nei prossimi anni (Hollands, 2020; Jindal, Kumar and Singh, 2020; Löfgren and Webster, 2020). Considerata la rapidità con cui il concetto *Smart City* ha preso piede e si è tradotto in diverse forme di urbanistica (Valdez, Cook and Potter, 2018) rimodellando l’amministrazione cittadina (Linders, 2012; Gil-Garcia, Dawes and Pardo, 2018) e lo sviluppo economico urbano (Herschel, 2013; Shelton, Zook and Wiig, 2015) è importante spingere il flusso di ricerca nello studio delle *Smart Cities* aumentando il numero di studi quantitativi. Analizziamo le principali metodologie adottate nel nostro campione, gli articoli teorici rappresentano il 30% del campione, mentre la maggior parte degli articoli sono empirici (63%). Nello specifico, la ricerca utilizza principalmente metodi qualitativi come interviste, case study e focus group (48%), seguiti da metodi misti (13%) e metodi quantitativi (7%). Sono presenti nel nostro campione anche due revisioni della letteratura pubblicate rispettivamente in “*Government Information Quarterly*” e “*Public Management Review*”. Inoltre, nel nostro studio ci focalizziamo anche su come queste metodologie sono state distribuite negli anni. I primi anni presi in considerazione comprendono solo studi qualitativi e pubblicazioni teoriche con un picco nel biennio 2014-2015 di 10 studi. A seguito del grande sviluppo del concetto di *Smart City*, negli anni successivi il numero di studi quantitativi in quest’area di ricerca è notevolmente aumentato evidenziando un picco proprio nell’ultimo quadriennio 2017-2020, dove sono presenti studi che adottano una metodologia di tipo quantitativo ( $N = 3$ ) e mista ( $N = 4$ ). Questo risultato è determinato da un numero crescente di studi empirici volti a supportare o criticare i precedenti quadri teorici sulle *Smart Cities* (Vanolo, 2014; Hollands, 2015; Berrone, Ricart and Carrasco, 2016).

Analizzando i risultati dal punto di vista accademico, sono stati identificati 119 autori affiliati ad università e istituzioni di 15 paesi. Analizzando l’origine del primo autore, il nostro campione ha evidenziato una prevalenza di autori dal Regno Unito (19%,  $N = 8$  autori), Spagna (17%,  $N = 7$  autori), Stati Uniti (17%,  $N = 7$  autori) e Italia (12%,  $N = 5$  autori). Altri contributi provengono da Cina, Irlanda e Paesi Bassi che forniscono 2 contributi ciascuno (5%). Mentre i restanti paesi come Australia, Cile, Danimarca, Kuwait, Korea, India, e Qatar e Svizzera forniscono un unico contributo ciascuno (2,5%). Inoltre, nonostante l’eterogeneità dei paesi rispetto al numero di studi nel nostro campione, il 63% degli studi selezionati è scritto da un ricercatore o da un gruppo di ricerca con sede in un singolo paese. Il restante 21% è scritto da ricercatori che lavorano in due paesi e il 14% in tre o più paesi. È sorprendente che solo una piccola parte della ricerca esistente sia stata condotta da team di ricerca globali vista la natura internazionale del fenomeno e le tecnologie disponibili per stimolare la collaborazione tra città e paesi diversi.

Completando l’analisi geografica del nostro campione, abbiamo analizzato gli studi selezionati sviluppando la ricerca su due livelli: un livello nazionale ed un livello locale analizzando le città prese in considerazione. Per fare questo abbiamo codificato ogni nazione ed ogni città trattata all’interno degli studi presenti nel nostro campione utilizzando una classificazione a tre gruppi che distingue tra paesi in via di sviluppo, paesi emergenti e paesi sviluppati in base alla classificazione della Banca mondiale ([www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)). Questo ci dà una profonda consapevolezza delle caratteristiche economiche del setting empirico del nostro campione (Dreher, Sturm and Vreeland, 2009; Pisani et al., 2017). A livello geografico, la maggior parte degli studi analizzati si focalizza sull’Europa e l’Asia centrale (64%,  $N = 20$ ) seguite dal Nord America (19%,  $N = 6$ ). La restante parte è distribuita equamente tra l’Asia occidentale ed il Sud America. A seguito di questa analisi, i nostri risultati confermano la prevalenza delle città intelligenti nei paesi sviluppati (86%,  $N = 27$ ) rispetto ai paesi in via di sviluppo (7%,  $N = 2$ ) ed i paesi emergenti (7%,  $N = 2$ ). Questi risultati rappresentano la crescita delle *Smart Cities* in termini di attrattività, cambiamento tecnologico e impatto sociale negli ultimi anni (Bakici, Almirall and Wareham, 2013; Carvalho, 2015) ma mostrano anche che la crescita non è equamente distribuita tra i paesi in via di sviluppo, emergenti e sviluppati. È interessante evidenziare che negli studi analizzati emerge una crescita degli investimenti diretti, sia esteri che locali, avviati da multinazionali dei mercati emergenti nelle economie sviluppate che hanno un impatto sullo sviluppo delle *Smart Cities* sia nel contesto locale che in quello internazionale (Gibbs, Krueger e MacLeod, 2013; Chatterjee e Kar, 2015). Concludendo l’analisi a livello geografico, gli studi presenti nel nostro campione hanno preso in considerazione 18 città, coprendo diverse nazioni e focalizzandosi principalmente sulle città europee più sviluppate in termini di *Smart Cities* quali Barcellona, Milano e Londra. Queste città, insieme ad altre importanti città europee, hanno introdotto politiche e progetti di sviluppo delle *Smart Cities* promuovendo progetti come il Living Lab di Europe Union o la British Smart Bay (Almirall et al., 2016; Zhang, Zhao and He, 2020).

Infine, per cogliere la relazione tra le strategie di marketing internazionale e le *Smart Cities* ci siamo basati sulla nozione di gestione internazionale (Boddewyn, Toyne and Martinez, 2004), adottando una prospettiva transnazionale considerando le minacce e le opportunità globali e locali. Di conseguenza, abbiamo considerato una categorizzazione proposta da Pisani (Pisani, 2009; Pisani and Ricart, 2016; Pisani et al., 2017), ampiamente accettata della ricerca, sulla gestione internazionale. Questa categorizzazione rappresenta un framework ben organizzato per categorizzare articoli nel campo della ricerca manageriale internazionale ed è utilizzata in numerose ricerche sulle principali riviste internazionali (Werner, 2002; Pisani et al., 2017). Va a considerare diversi elementi della gestione internazionale per un totale di dieci categorie che considerano diversi livelli come ad esempio l’ambiente aziendale globale, il trasferimento della conoscenza, l’internazionalizzazione, le modalità di ingresso, le reti strategiche e gli investimenti diretti esteri.

La principale categoria di gestione internazionale osservata è “l’ambiente economico globale” (51% N = 21) che valuta l’economia globale, i mercati globali, l’ambiente politico e normativo ed il rischio internazionale (Pisani et al., 2017) e quindi rappresenta una delle aree più importanti per collegare la gestione internazionale e la governance della Smart City in un’ottica di sviluppo globale (March and Ribera-Fumaz, 2016; Sancino and Hudson, 2020). Le altre categorie esplorate sono “trasferimento della conoscenza” e “internazionalizzazione” che coprono rispettivamente il 22% (N = 9) e il 19% (N = 8) del nostro campione. In particolare, Stock (2011) analizza il ruolo della conoscenza informativa nell’era digitale, mentre Nicholds (2017) afferma che ci stiamo spostando verso economie orientate alla conoscenza dando la priorità a modalità di produzione e fornitura di servizi maggiormente abilitate digitalmente. Inoltre, l’internazionalizzazione rappresenta un elemento chiave della crescita e dello sviluppo del concetto di Smart City in un’ottica di competitività internazionale. Le città hanno iniziato a competere con altre nell’attrazione di capitali globali, utilizzando strategie di marketing internazionale per elevarsi a città dal forte impatto culturale, creativo o tecnologico imponendo la propria leadership a livello mondiale (Hollands, 2015). Il resto degli studi si basa sulle “decisione e modalità di ingresso” (5%) e su “alleanze e reti strategiche” (3%). Nessun articolo è stato raggruppato nelle altre categorie, sebbene queste prospettive possano essere rilevanti anche per la ricerca sulle città intelligenti. Ad esempio, lo scambio internazionale potrebbe essere un interessante campo di ricerca nella connessione tra le città e le strategie di promozione internazionale per le Smart Cities (Nicholds et al., 2017).

A conclusione di questo lavoro, il prossimo step sarà quello di identificare e sintetizzare gli articoli campionati al fine di mappare la connessione tra Smart Cities e la loro promozione a livello internazionale. Per fare questo, intendiamo adottare una logica “Antecedente-Fenomeno-Conseguenze” utilizzata anche in altre revisioni della letteratura (Dike and Rose, 2017; Pisani et al., 2017). L’utilizzo di questo metodo ci permetterà di analizzare sistematicamente gli studi campionati e mapparli metodicamente in modo da avere un quadro teorico completo sull’evoluzione e sullo sviluppo di questa relazione (Pisani et al., 2017).

**Limiti della ricerca.** Questa ricerca, come qualsiasi altra revisione sistematica, soffre di alcuni limiti strutturali. In primo luogo, a causa della diversità e della natura multidisciplinare dell’argomento esaminato, in questo studio abbiamo privilegiato la lettura in chiave internazionale escludendo alcuni articoli validi ma che non rientravano nel concetto di sviluppo internazionale. In secondo luogo, l’utilizzo delle parole chiave nella formula di ricerca e l’uso di database specifici potrebbero aver comportato la mancanza di letteratura potenzialmente rilevante. Tuttavia, crediamo fermamente che le pubblicazioni identificate siano rappresentative dell’attuale corpus di letteratura esistente sull’argomento.

**Implicazioni pratiche.** Il presente studio costituisce una panoramica utile nello sviluppo e nell’implementazione di strategie di promozione internazionale delle Smart Cities. Strategie che possono essere un motore di questa nuova ondata di cambiamento e nella ridefinizione del rapporto tra la città ed i suoi stakeholder sia a livello nazionale che internazionale (Lee and Lee, 2014; Kitchin, 2015). Per aumentare questa sinergia e spingere verso uno sviluppo sempre più rivolto all’apertura internazionale, i responsabili delle politiche ed i professionisti del settore devono migliorare il coordinamento tra i decisori politici ed i vari attori coinvolti utilizzando strumenti tecnologici ed innovativi sempre più presenti nelle Smart Cities (Gagliardi et al., 2017; Fortino et al., 2018; Alruwaie, El-Haddadeh and Weerakkody, 2020). Il quadro che emerge mostra sempre più una visione aziendalistica della città e come tale ha bisogno di essere sviluppata, supportata e promossa sia a livello locale che nel panorama internazionale (Chatterjee and Kar, 2015)

**Originalità del lavoro.** Negli ultimi decenni, abbiamo assistito ad una grande quantità di studi che hanno contribuito a una migliore comprensione del ruolo delle strategie di promozione delle Smart Cities su scala nazionale e internazionale. Tuttavia, questa evoluzione è ancora in una fase preliminare ed abbiamo bisogno di una comprensione più completa per migliorare sia la funzionalità che lo sviluppo di questo concetto. Questa revisione sistematica della letteratura mostra che, nonostante la grande attenzione di tecnici ed accademici verso le strategie di sviluppo ed il processo di promozione internazionale, c’è un notevole spazio per ulteriori ricerche su questo fenomeno. In particolare, con questa revisione della letteratura offriamo numerosi contributi teorici e pratici fornendo sia approfondimenti su ciò che è già stato studiato rispetto alle strategie di marketing internazionale delle Smart Cities sia fornendo una guida ed una mappa per la ricerca futura.

**Parole chiave:** Smart Cities, Smart City, Internazionalizzazione, Revisione sistematica della letteratura, Marketing, Città Intelligenti

## Bibliografia

- ALBINO V., BERARDI U., DANGELICO R.M. (2015), “Smart cities: Definitions, dimensions, performance, and initiatives”, *Journal of urban technology*, vol. 22, n. 1, pp. 3-21.
- ALMIRALL E., WAREHAM J., RATTI C., CONESA P., BRIA F., GAVIRIA A., EDMONDSON A. (2016), “Smart Cities at the crossroads: New tensions in city transformation”, *California Management Review*, vol. 59, n. 1, pp. 141-152.
- ALRUWAIE M., EL-HADDADEH R., WEERAKKODY V. (2020), “Citizens’ continuous use of eGovernment services: The role of self-efficacy, outcome expectations and satisfaction”, *Government Information Quarterly*, vol. 37, n. 3, p. 101485
- ATEWOLOGUN D., KUTZER R., DOLDOR E., ANDERSON D., SEALY R. (2017), “Individual-level foci of identification at work: a systematic review of the literature”, *International Journal of Management Reviews*, vol. 19, n. 3, pp. 273-295.

- BAKICI T., ALMIRALL E., WAREHAM J. (2013), "A Smart City Initiative: The Case of Barcelona", *Journal of the Knowledge Economy*, vol. 4, n. 2, pp. 135-148.
- BALDACCHINO L., UCASARAN D., CABANTOUS L., LOCKETT A. (2015), "Entrepreneurship research on intuition: A critical analysis and research agenda", *International Journal of Management Reviews*, vol. 17, n. 2, pp. 212-231.
- BERRONE P., RICART J.E., CARRASCO C. (2016), "The open kimono: Toward a general framework for open data initiatives in cities", *California Management Review*, vol. 59, n. 1, pp. 39-70.
- BODDEWYN J.J., TOYNE B., MARTINEZ Z.L. (2004), "The meanings of" international management", *Management International Review*, pp. 195-212.
- CARVALHO L. (2015), "Smart cities from scratch? A socio-technical perspective", *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, vol. 8, n. 1, pp. 43-60.
- CHATTERJEE S., KAR A.K. (2015), "Smart Cities in developing economies: A literature review and policy insights", *International conference on advances in computing, communications and informatics (ICACCI)*, pp. 2335-2340.
- CHRISTOFI M., CHRISTOFI M., VRONTIS D., THRASSOU, A., & SHAMS, S. R. (2019), "Triggering technological innovation through cross-border mergers and acquisitions: A micro-foundational perspective", *Technological Forecasting and Social Change*, vol. 146, pp. 148-166.
- CHRISTOFI M., LEONIDOU E., VRONTIS D. (2017), "Marketing research on mergers and acquisitions: a systematic review and future directions", *International Marketing Review*, vol. 25, n. 5, pp. 629-651
- COCCHIA A. (2014), "Smart and digital city: A systematic literature review", *Smart city*, pp. 13-43.
- DENYER D., TRANFIELD D. (2009), "Producing a systematic review", in *The Sage handbook of organizational research methods*, pp. 671-689.
- DIKE M.C., ROSE E.L. (2017), "Internationalization of mobile telecommunications: a systematic literature review", *Review of International Business and Strategy*, vol. 27, n. 3, pp. 308-321
- DREHER A., STURM J.E., VREELAND J.R. (2009), "Development aid and international politics: Does membership on the UN Security Council influence World Bank decisions?", *Journal of Development Economics*, vol. 88, n. 1, pp. 1-18.
- EL-HADDADEH R., WEERAKKODY V., OSMANI M., THAKKER D., KAPOOR K.K. (2019), "Examining citizens' perceived value of internet of things technologies in facilitating public sector services engagement", *Government Information Quarterly*, vol. 36, n. 2, pp. 310-320.
- ELANGO B., PANGARKAR N. (2020), "Home country institutional impact on the choice of direct vs indirect exports: an emerging markets perspective", *International Marketing Review* (In press).
- DE FALCO S., ANGELIDOU M., ADDIE J.P.D. (2019), "From the "smart city" to the "smart metropolis"? Building resilience in the urban periphery", *European Urban and Regional Studies*, vol. 26, n. 2, pp. 205-223.
- FORTINO G., RUSSO W., SAVAGLIO C., SHEN W., ZHOU M. (2018), "Agent-oriented cooperative smart objects: From IoT system design to implementation", *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics Systems*, vol. 48, n. 11, pp. 1949-1956.
- GAGLIARDI D., GAGLIARDI D., SCHINA L., SARCINELLA M.L., MANGIALARDI G., NIGLIA F., CORALLO (2017), "Information and communication technologies and public participation: interactive maps and value added for citizens", *Government Information Quarterly*, vol. 34, n. 1, pp. 153-166.
- GAUR A., KUMAR M. (2018), "A systematic approach to conducting review studies: An assessment of content analysis in 25 years of IB research", *Journal of World Business*, vol. 53, n. 2, pp. 280-289.
- GEISSDOERFER M., SAVAGET P., BOCKEN N.M., HULTINK E.J. (2017), "The Circular Economy-A new sustainability paradigm?", *Journal of cleaner production*, vol. 143, pp. 757-768.
- GIL-GARCIA J.R., DAWES S.S., PARDO T.A. (2018), "Digital government and public management research: finding the crossroads", *Public Management Review*, vol. 20, n. 5, pp. 633-646.
- GOODSPEED R. (2015), "Smart cities: Moving beyond urban cybernetics to tackle wicked problems", *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, vol. 8, n. 1, pp. 79-92.
- HERRSCHEL T. (2013), "Competitiveness AND Sustainability: Can "Smart City Regionalism" Square the Circle?", *Urban Studies*, vol. 50, n. 11, pp. 2332-2348.
- HOLLANDS R.G. (2015), "Critical interventions into the corporate smart city", *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, vol. 8, n. 1, pp. 61-77.
- HOLLANDS R.G. (2008), "Will the real smart city please stand up? Intelligent, progressive or entrepreneurial?", *City*, vol. 12, n. 3, pp. 303-320.
- İPEK İ. (2020), "The relevance of international marketing strategy to emerging-market exporting firms: from a systematic review towards a conceptual framework", *International Marketing Review* (In press).
- ISMAGILOVA E., HUGHES L., DWIVEDI Y.K., RAMAN K.R. (2019), "Smart cities: Advances in research-An information systems perspective", *International Journal of Information Management*, vol. 47, pp. 88-100.
- JINDAL A., KUMAR N., SINGH M. (2020), "A unified framework for big data acquisition, storage, and analytics for demand response management in smart cities", *Future Generation Computer Systems*, vol. 108, pp. 921-934.
- KAVARATZIS M., ASHWORTH G.J. (2007), "Partners in coffeeshops, canals and commerce: Marketing the city of Amsterdam", *Cities*, vol. 24, n. 1, pp. 16-25.
- KITCHIN R. (2015), "Making sense of smart cities: Addressing present shortcomings", *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, vol. 8, n. 1, pp. 131-136.
- LAMBERTON C., STEPHEN A.T. (2016), "A thematic exploration of digital, social media, and mobile marketing: Research evolution from 2000 to 2015 and an agenda for future inquiry", *Journal of Marketing*, vol. 80, n. 6, pp. 146-172.
- LEE J., LEE H. (2014), "Developing and validating a citizen-centric typology for smart city services", *Government Information Quarterly*, vol. 31, pp. S93-S105.
- LEITHEISER S., FOLLMANN A. (2020), "The social innovation-(re)politicisation nexus: Unlocking the political in actually existing smart city campaigns? The case of SmartCity Cologne, Germany", *Urban Studies*, vol. 57, n. 4, pp. 894-915.
- LEONIDOU E., CHRISTOFI M., VRONTIS D., THRASSOU A. (2018), "An integrative framework of stakeholder engagement for innovation management and entrepreneurship development", *Journal of Business Research*.

- LINDERS D. (2012), "From e-government to we-government: Defining a typology for citizen coproduction in the age of social media", *Government Information Quarterly*, vol. 29, n. 4, pp. 446-454.
- LITTELL J.H., CORCORAN J., PILLAI V. (2008), *Systematic reviews and meta-analysis*, Oxford University Press.
- LÖFGREN K., WEBSTER C.W.R. (2020), "The value of Big Data in government: The case of "smart cities", *Big Data and Society*, vol. 7, n. 1.
- LYTRAS M.D., VISVIZI A. (2018), "Who uses smart city services and what to make of it: Toward interdisciplinary smart cities research", *Sustainability*, vol. 10, n. 6.
- MARCH H., RIBERA-FUMAZ R. (2016), "Smart contradictions: The politics of making Barcelona a Self-sufficient city", *European Urban and Regional Studies*, vol. 23, n. 4, pp. 816-830.
- NICHOLDS A., GIBNEY J., MABEY C., HART D. (2017), "Making sense of variety in place leadership: the case of England's smart cities", *Regional Studies*, vol. 51, n. 2, pp. 249-259.
- NOFAL A.M., NICOLAOU N., SYMEONIDOU N., SHANE S. (2018), "Biology and management: A review, critique, and research agenda", *Journal of Management*, vol. 44, n. 1, pp. 7-31.
- PASKALEVA K.A. (2009), "Enabling the smart city: The progress of city e-governance in Europe", *International Journal of Innovation and regional development*, vol. 1, n. 4, pp. 405-422.
- PISANI N. (2009), "International management research: Investigating its recent diffusion in top management journals", *Journal of Management*, vol. 35, n. 2, pp. 199-218.
- PISANI N., KOURULA A., KOLK A., MEIJER R. (2017), "How global is international CSR research? Insights and recommendations from a systematic review", *Journal of World Business*, vol. 52, n. 5, pp. 591-614.
- PISANI N., RICART J.E. (2016), "Offshoring of Services: A Review of the Literature and Organizing Framework", *Management International Review*, vol. 56, n. 3, pp. 385-424.
- SANCINO A., HUDSON L. (2020), "Leadership in, of, and for smart cities-case studies from Europe, America, and Australia", *Public Management Review*, vol. 22, n. 5, pp. 701-725.
- SHELTON T., ZOOK M., WIIG A. (2015), "The "actually existing smart city", *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, vol. 8, n. 1, pp. 13-25.
- STOCK W.G. (2011), "Informational cities: Analysis and construction of cities in the knowledge society", *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, vol. 62, n. 5, pp. 963-986.
- TAN M. (1999), "Creating the digital economy: Strategies and perspectives from Singapore", *International Journal of Electronic Commerce*, vol. 3, n. 3, pp. 105-122.
- TAN S.Y., TAEIHAGH A. (2020), "Smart city governance in developing countries: A systematic literature review", *Sustainability*, vol. 12, n. 3.
- TAYLOR BUCK N., WHILE A. (2017), "Competitive urbanism and the limits to smart city innovation: The UK Future Cities initiative", *Urban Studies*, vol. 54, n. 2, pp. 501-519.
- VALDEZ A.M., COOK M., POTTER S. (2018), "Roadmaps to utopia: Tales of the smart city", *Urban Studies*, vol. 55, n. 15, pp. 3385-3403.
- VANOLO A. (2014), "Smartmentality: The Smart City as Disciplinary Strategy", *Urban Studies*, vol. 51, n. 5, pp. 883-898.
- VRONTIS D., CHRISTOFI M. (2019), "R&D internationalization and innovation: A systematic review, integrative framework and future research directions", *Journal of Business Research* (In press).
- WERNER S. (2002), "Recent developments in international management research: A review of 20 top management journals", *Journal of management*, vol. 28, n. 3, pp. 277-305.
- WU A., ZHOU L. (2018), "Understanding earliness of internationalization and its impact on postentry geographic diversity of international young ventures", *Journal of International Marketing*, vol. 26, n. 2, pp. 62-79.
- YANG M., GABRIELSSON P. (2018), "The Interface of International Marketing and Entrepreneurship Research: Review, Synthesis, and Future Directions", *Journal of International Marketing*, vol. 26, n. 4, pp. 18-37.
- ZHANG N., ZHAO X., HE X. (2020), "Understanding the relationships between information architectures and business models: An empirical study on the success configurations of smart communities", *Government Information Quarterly*, vol. 37, n. 2.

#### Siti internet

[www.charteredabs.org](http://www.charteredabs.org)  
[www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)