



BCG
BrightHouse
e POLIMI
Graduate

School of Management indagano sul Purpose: è più diffuso ma ancora non sfruttato come risorsa

7

Scenari BCG BrightHouse e POLIMI Graduate School of Management indagano sul Purpose: è diffuso ma ancora non sfruttato come risorsa

Le evidenze dell'indagine condotta da BVA Doxa vengono illustrate oggi da Francesco Guidara, M.D. della società di consulenza, e Josip Kotlar, Associate Dean for Strategic Projects dell'Università

di Vittorio Parazzoli

L'adozione di un Purpose chiaro e definito sta diventando sempre più diffusa nelle aziende italiane, ma alcuni fattori ancora ne limitano il potenziale. Questo è quanto emerge dallo studio "Purpose & Business Transformation: the state of the art in Italy", condotto da BCG BrightHouse – che è la società di BCG specializzata nelle attività di scrittura del Purpose e della consulenza in ambito di cultura, identità e valori e POLIMI Graduate School of Management e presentato ieri in occasione dell'apertura dei "Purpose Days", iniziativa dedicata al ruolo di questo strumento manageriale che si tengono anche per tutta la giornata di oggi.

Le evidenze

La ricerca, la prima condotta in Italia specificamente sul tema del Purpose, ha interessato un campione di oltre 500 manager italiani, ed è stata curata da BVA Doxa insieme al team di ricerca della Business School del Politecnico di Milano. Il 70% dei manager ha dichiarato di lavorare per una azienda che oggi possiede un

Purpose (percentuale che sale al 76% nel mondo dei servizi). Tut-

tavia, evidenzia la ricerca, per 4 manager su 10 il Purpose – per quanto diffuso – appare non pienamente sfruttato come risorsa. I principali ostacoli sono rappresentati dalla carenza di una comunicazione efficace intorno al Purpose (sia interna che esterna) e dal mancato allineamento dei collaboratori con la leadership. La centralità del Purpose, inteso come motivo fondamentale per cui un'organizzazione esiste, ha assunto negli ultimi anni un ruolo sempre più rilevante all'interno dell'agenda dei principali decisori economici, sociali e politici.

La ricerca

<<Questa ricerca conferma un trend evidente in molti Paesi – ha osservato Francesco Guidara, Managing Director di BCG BrightHouse -: quando applicato, comunicato e condiviso internamente, il Purpose è oggi la principale leva di trasformazione delle imprese, e la sola capace di lavorare a tutti i livelli, a cominciare dalla dimensione culturale>>. La ricerca – che si è concentrata sulla correlazione con il livello di innovazione interno del contesto aziendale – sottolinea come le organizzazioni che in Italia im-

plementano il Purpose dichiarano vantaggi nell'ottenimento degli obiettivi aziendali (per il 62% degli intervistati e per il 73% dei CEO), nell'esperienza quotidiana dei dipendenti (per il 58% degli intervistati) e nel rafforzamento

della reputazione esterna dell'azienda (per il 57% dei rispondenti). Secondo Josip Kotlar, curatore della ricerca e Associate Dean for Strategic Projects di POLIMI Graduate School of Management, <<ciò che la nostra ricerca afferma con decisione è che il Purpose oggi in Italia non è più percepito solo come un grande contribuente sociale ma come un potente strumento strategico. Una indicazione che pensiamo avrà delle conseguenze importanti per le imprese italiane e per la loro leadership>>.

La giornata

La ricerca viene presentata in apertura dei "Purpose Days", presso la sede di BCG piazza Duomo e presso il Campus Navigli di POLIMI GSOM. Saranno Indra Nooyi, già Amministratore Delegato di PepsiCo e una delle voci più autorevoli su questi temi, Colin Mayer, docente a Oxford e autore di "Prosperity", Ranjay Gulati, do-

cente presso la Harvard Business School e autore di "Deep Purpose", Darren Rudkin, coach e co-founder di The Mind at Work, e Alex Edmans, docente presso la London Business School e autore di "Grow the Pie", ad inaugurare la prima edizione. Con loro CEO,



board member e top executive del mondo imprenditoriale e industriale italiano, dell'Accademia e del mondo sociale. L'evento si aprirà con i saluti di Guidara e di Vittorio Chiesa e Federico Frattini, rispettivamente Presidente e Dean di POLIMI GSoM, e di Ashley Grice, Global CEO di BCG BrightHouse, che spiegano: "Riteniamo che la responsabilità di una Business School come la nostra non si limiti al trasmettere e sviluppare solide competenze manageriali, ma si estenda anche alla formazione e preparazione di manager che siano capaci di interrogarsi sul senso profondo delle proprie azioni. Collaborare con BCG BrightHouse per portare avanti l'iniziativa Purpose Days è un passo fondamentale in questa direzione. Vogliamo preparare i nostri studenti e le future generazioni di leader a comprendere appieno l'importanza del Purpose nelle loro organizzazioni e nella società più nel complesso e ad affrontare le sfide del futuro con responsabilità e consapevolezza, per avere un impatto positivo sulla società". I "Purpose Days" si propongono di contribuire a questa conversazione aprendo una discussione su diverse prospettive: dalla relazione con i concetti di ESG e di sostenibilità, all'impatto sull'azienda, la strategia e le persone, la catena di fornitura e le performance.



Josip Kotlar e Francesco Guidara