

HUMAN CENTRIC ORGANIZATION E MANAGEMENT INNOVATION: I RISULTATI DELLA RICERCA DELL'OSSERVATORIO SULL'INNOVAZIONE MANAGERIALE DEL TERZIARIO

Quali sono le aziende che possiamo definire competitive? Nel 2024 quale innovazione permette di avere un vero vantaggio competitivo e quale permette di attraversare le turbolenze del mercato, i cambiamenti tecnologici e gli assestamenti organizzativi? OMIT, l'Osservatorio sull'Innovazione Manageriale del Terziario presenta la nuova survey elaborata insieme ad AKRON, Centro per lo sviluppo e l'innovazione manageriale, e AIADS, l'Associazione Italiana di Analisi Dinamica dei Sistemi. Obiettivo principale: aiutare le aziende del Terziario a costruire organizzazioni human centric in grado di conseguire un vantaggio competitivo sostenibile nel tempo attraverso l'innovazione manageriale.

“La maggior parte dei manager adotta ancora metodi, pratiche e strutture organizzative vecchie di almeno 50 anni. Non vi è dubbio che se paragoniamo le innovazioni attuate sui metodi, pratiche e processi di management con quello che è avvenuto nel mondo della IT, del marketing, della finanza e della supply chain emerge in modo lampante come non si possa più fare a meno di innovare il management. Per ottenere dei vantaggi competitivi il management, come il resto, deve necessariamente innovarsi”. È quanto dichiarano il Prof. Vittorio D'Amato, Direttore Scientifico OMIT e la Prof.ssa Elena Tosca, partner di Akron.

La **Survey Management Innovation Index** – che si è conclusa a fine febbraio 2024 e verrà presentata il 2 luglio - vuole identificare il livello di innovazione manageriale delle aziende del Terziario per il passaggio ad organizzazioni human centric in grado di conseguire un vantaggio competitivo sostenibile attraverso l'engagement e wellbeing delle persone. Solo modificando significativamente i compiti che il management deve svolgere, le strutture organizzative e i processi di management si può ottenere vera innovazione.

Come dichiara **Nicola Spagnuolo, Direttore CFMT**, *“L'innovazione manageriale possiede la particolare capacità di creare un vantaggio competitivo difficilmente replicabile e si ottiene modificando significativamente i compiti che il management deve svolgere, le strutture organizzative e i processi di management. Come CFMT abbiamo il compito di accompagnare i manager in questo processo di cambiamento fornendo loro non solo le occasioni per allenare le loro competenze e adattare alle esigenze del mercato ma dare loro esempi virtuosi che il nostro Osservatorio presenta in maniera puntuale e continua”.*

Il tema di innovare il management dovrebbe essere al primo posto nelle agende di tutti i manager. Da decenni si sente ripetere: le persone al primo posto, le persone sono la cosa più importante, le persone fanno realmente la differenza, ma è vero? Veramente le aziende sono fatte per permettere alle persone di lavorare al meglio ed utilizzare il loro pieno potenziale? Come è il rapporto capo-collaboratore? **I risultati delle principali ricerche internazionali, ci dicono che alle parole non sono seguiti i fatti. Analizzando lo State of the Global Workplace 2022 Report, stilato da Gallup, emerge che, da oltre 10 anni, mediamente solo il 20% dei lavoratori al mondo è engaged, e che solo il 33% ritiene di svolgere un lavoro significativo ed è fiducioso circa il futuro. In Italia c'è il tasso di engagement dei dipendenti più basso del mondo. Solo 4 lavoratori su 100 si sentono coinvolti nel proprio lavoro. Il management sembra così essere imprigionato in una capsula del tempo.**

È giunto il momento di cavalcare una nuova onda del management. I manager oltre ad occuparsi dell'innovazione di prodotto, di processo o tecnologica dovrebbero occuparsi dell'innovazione manageriale, perché l'innovazione manageriale è l'unico vero vantaggio competitivo sostenibile nel tempo. Esistono

differenti tipi di innovazione - operativa, di prodotto/servizio, strategica e manageriale - e ogni tipologia fornisce un suo contributo nel generare un vantaggio competitivo, tuttavia, come afferma Gary Hamel (2007) nel suo libro "Il futuro del management", se dovessimo organizzare queste forme di innovazione in una gerarchia piramidale, l'innovazione di management si posizionerebbe al livello più alto per creazione di valore e difendibilità competitiva.

L'Osservatorio di CFMT, oltre a monitorare il livello di innovazione manageriale delle imprese del Terziario in Italia, ha sviluppato il primo indicatore in grado di misurare il livello di innovazione manageriale delle imprese del terziario: MINDEX. Tale indicatore è stato utilizzato per la prima ricerca scientifica in grado di misurare il livello di innovazione manageriale delle imprese del terziario alla quale hanno risposto 423 dirigenti. I risultati tracciano un quadro preoccupante con valori di innovazione che si attestano intorno alla soglia del 55% con una maggiore propensione all'innovazione manageriale per la media impresa. Anche se l' 87% dei rispondenti dichiara di aver sentito parlare di innovazione manageriale, solo il 66% ha dichiarato di aver attuato delle innovazioni manageriali.

I dati della ricerca saranno presentati il 2 luglio a Milano in CFMT, in un incontro sulla necessità della Management Innovation con il contributo del Prof. Julian Birkinshaw, Professor of Strategy and Entrepreneurship e Vice-Dean London Business School, uno dei massimi esperti a livello mondiale, che proporrà un benchmark internazionale.

EVENTO: [2 LUGLIO Management Innovation Index](#)

Vittorio D'Amato è Presidente di AKRON. Professore Associato di Organizational Behavior presso l'Università LUM. Direttore dell'Executive MBA della LUM – School of Management. Presidente di AIADS-Associazione Italiana di Analisi Dinamica dei Sistemi. Direttore Scientifico di OMIT-Osservatorio sulla Management Innovation del Terziario.

Per informazioni: CFMT – Centro di formazione management del Terziario

T +39 02 540631 luigia.vendola@cfmt.it

Ufficio Stampa CFMT: SEC & Associati

Barbara Papuzzi M +39 333 6535410 papuzzi@seceassociati.it

CFMT – Centro di formazione management del terziario si affianca ai Soci di riferimento, Confcommercio e Manageritalia, nella promozione culturale ed economica del settore Terziario. Nato 30 anni fa, CFMT ha ampliato e modificato la propria offerta di prodotti e servizi con l'obiettivo di mantenere alta l'employability dei dirigenti e di conseguenza la competitività delle Aziende. Pronto a cogliere gli stimoli della contemporaneità anticipando i trend del futuro è diventato il punto di riferimento per i suoi dirigenti associati. Conta una Community di più di 30.000 dirigenti e 10.000 aziende associate: una rete aperta di manager, specialisti e professionisti uniti dalla passione per l'innovazione e lo sviluppo delle conoscenze, capaci di creare valore attraverso la collaborazione e lo scambio di esperienze. Promotore della logica dell'apprendimento continuo, a discapito di una formazione saltuaria, propone un'offerta formativa di alto livello innovativa e personalizzata sia per il singolo dirigente che per le aziende associate. Ogni momento formativo è unico nel suo genere: format sempre nuovi che spaziano dall'aula classica agli eventi esperienziali, dai podcast alle ricerche, dai master agli incontri con speaker di fama internazionale; metodologie all'avanguardia e collaborazioni di eccellenza. Il Centro edita due collane: la collana T-Lab – Laboratorio del Terziario che innova e Terziario Futuro Open Access che propone contributi, in partnership con esperti e Università, utili a manager e imprenditori per comprendere e individuare le linee di evoluzione e di innovazione del Terziario. Sedi: Via P.C. Decembrio 28 – 20137 Milano – Tel 02.5406311 Via Palestro, 32 – 00185 Roma – Tel. 06.5043053 Email:info@cfmt.it