

BOOK FOR MEDIA

## C'È UNA PAROLA CHE DA QUALCHE TEMPO CIRCOLA IN AZIENDA

**Purpose è la risposta alla perdita di significato del lavoro che, negli ultimi anni, ha provocato grandi dimissioni, fuga di talenti e altre sciagure di cui le imprese pagano ancora lo scotto. Ma purpose è molto più di una parola...**

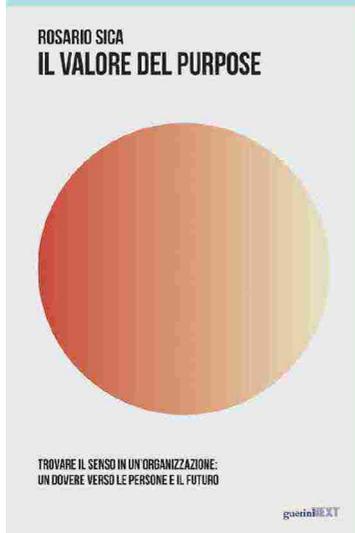
Purpose è un orizzonte di senso, una filosofia di vita, un modo di concepire il lavoro che rende le organizzazioni più umane, senza sacrificare il profitto. È la ragion d'essere dell'impresa che s'incontra con quella delle persone che vi lavorano. È un faro che irradia ogni aspetto delle attività lavorative grazie a principi condivisi in cui tutti si possono riconoscere. Principi che investono l'azienda a tutto tondo e vanno oltre, sino a includere il loro impatto sul mondo. Aziende importanti come Unilever hanno aumentato gli investimenti in strategie di purpose marketing e ritengono che questa tendenza continuerà a crescere non solo tra i giganti del settore ma anche tra gli smart brand, perché risponde a un bisogno di senso e di sostenibilità, avvertito oggi dalle nuove generazioni di consumatori. Il concetto di purpose è arrivato di recente nelle aziende, sebbene le sue origini vengano da lontano e qui sono minuziosamente ricostruite. Il purpose oggi è sulla bocca di tanti ma, come ogni new entry nel lessico aziendale, non è esente da ambiguità. Equivocato con quello di mission e di vision. Ma mission è ciò che fa l'organizzazione, la vision è cosa l'organizzazione vuole diventare, il purpose è il suo perché, dunque la sua ragion d'essere. Un lavoro di fino, quello di Sica, che declina le varie definizioni di purpose, confrontandole con le tante esistenti, trovando i tratti comuni e facendo sintesi, sino a formulare una definizione finalmente chiara, concreta e inequivocabile. Ma come passare dai propositi dichiarati nel purpose ai comportamenti? Attingendo alla letteratura più avanzata sul tema, Sica sviluppa una metodologia per mettere a terra il purpose coinvolgendo nella sua definizione tutte le funzioni aziendali perché il purpose non è privilegio dei piani alti, è la stella polare che abbraccia tutti gli stakeholder. Per questo è cogenerata con loro. Solo così potrà dar luogo a comportamenti autentici e coerenti. Individuare il proprio purpose è quantomai urgente nell'era del lavoro ibrido: "Come è possibile mantenere l'integrità dell'azienda quando incontrarsi con le persone diventa meno agevole? Come monitorare e guidare i comportamenti aziendali quando gran parte di questi comportamenti diventano poco visibili? Riconoscersi in un purpose può far sentire i dipendenti a distanza più 'vicini' perché funge da forza unificante e ne promuove il senso d'appartenenza". Oltre al rigore metodologico, il libro di Sica fornisce indicazioni pragmatiche sul processo di elaborazione del purpose, sui KPI per misurarlo e su come ripensare la leadership e la governance.

Infine, raccoglie le testimonianze di imprenditori e manager di aziende purpose driven (come Zambon, L'Oréal e altre) che dimostrano come aver lavorato sul purpose si sia dimostrata una potente forza rigenerativa per le persone e per l'impresa, nonché la via maestra per ritrovare un nuovo engagement.

(a cura di Raul Alvarez)

### IL VALORE DEL PURPOSE

ROSARIO SICA  
EDITORE GUERINI NEXT  
169 PP., 23,00 EURO

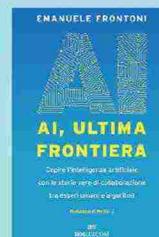


## AI, ULTIMA FRONTIERA

L'Intelligenza Artificiale non è più un futuro lontano, ma una realtà che stiamo già vivendo, anche in Italia. Eppure, pochi ne comprendono veramente il potenziale e le implicazioni nei diversi ambiti, professionali e personali, della nostra vita.

In *AI, Ultima frontiera* Emanuele Frontoni, uno dei maggiori esperti italiani di AI, ci accompagna in un affascinante viaggio attraverso le innovazioni che questa tecnologia ha già reso possibili - dall'agricoltura alla medicina, dal marketing alla creatività umana - offrendo una visione chiara e accessibile del mondo che ci attende.

L'ultima frontiera dell'umanità è lì e a noi non resta che metterci in moto in un cammino di consapevolezza, fiduciosi nella creatività e nell'intelligenza che hanno sempre guidato gli uomini verso il progresso.



EMANUELE FRONTONI  
ROI EDIZIONI  
160 PP., 22,00 EURO

## LA FORMULA DELLA SOSTENIBILITÀ AZIENDALE

Dopo aver esplorato il tema della corporate innovation, Ivan Orteni si dedica ad approfondire quello che si può ritenere il naturale complemento dell'innovazione: la sostenibilità. Partendo dalle motivazioni che la identificano come un imperativo globale, sostenuto anche dalle pressioni sociali, si evidenzia come agire su cambiamento, trasparenza e responsabilità possa guidare verso un nuovo modo di fare business, che sappia fondere impegno etico e strategia. Un testo che si configura come una guida completa, ricca di strumenti che illustrano i legami tra performance e sostenibilità, per identificare in quest'ultima un vantaggio competitivo duraturo e per prosperare in un mondo che richiede cambiamenti tangibili. La domanda che sottende tutto il volume è più che altro un invito: "sostenibilità, se non ora, quando?".



IVAN ORTENZI  
EDIZIONE FRANCOANGELI  
242 PP., 28,00 EURO