

## **Accenture Business Futures 2021: Come le aziende dovranno affrontare il cambiamento nell'era della «trasformazione compressa»**

**Milano, 18 ottobre 2021** – Secondo un nuovo rapporto realizzato da Accenture l'88% delle aziende ha finalmente un quadro chiaro delle sfide che sono chiamate ad affrontare oggi ma **solo il 6% si dichiara totalmente fiducioso nelle proprie capacità attuali di prevedere e rispondere ai mutamenti futuri.**

[Business Futures 2021](#) mira ad aiutare i dirigenti aziendali a **tracciare nei prossimi tre anni un percorso più chiaro verso la reinvenzione del proprio modello di business e la crescita** attraverso il rilevamento di segnali di cambiamento nel panorama imprenditoriale, che oggi stanno di fatto rimodellando le dinamiche aziendali.

*“In questi ultimi due anni abbiamo assistito alla trasformazione repentina di società tradizionalmente resistenti al cambiamento. L'entità della crisi è stata tale da sollecitare le aziende non soltanto a ripensare, in un ristretto lasso di tempo e sulla spinta di necessità cogenti, modelli di business e modi di lavorare sino ad allora indiscussi, ma le ha anche poste di fronte all'opportunità, non più rinviabile, di attrezzarsi adeguatamente per affrontare il futuro - ha dichiarato **Mauro Marchiaro, Strategy & Consulting Lead Accenture Italia, Europa Centrale e Grecia** -. È in questo nuovo contesto, in cui per restare competitivi occorre non solo fare esercizio di resilienza rispetto al presente ma saper anticipare il mutamento, che il nostro rapporto Business Futures 2021 vuole essere un modello di riferimento per le imprese e i dirigenti di azienda per affrontare percorsi di trasformazione individuali e definire le strategie future”.*

Le risposte alla crisi prodotte dalle aziende hanno rivelato che anche quei sistemi integrati e processi radicati, storicamente troppo difficili da cambiare o troppo lenti da modernizzare, possono essere interrotti e reinventati in un lasso di tempo non immaginabile in precedenza: dal lavoro virtuale, alle nuove catene logistiche, alla promessa di nuove scoperte scientifiche. Dopo quasi due anni di turbolenza, unitamente a una serie di profondi cambiamenti strutturali, è emerso un **panorama imprenditoriale maturo per la reinvenzione del business**, con un forte desiderio di guardare al futuro più in profondità, **verso la crescita e non solo la sopravvivenza.**

### **Sei segnali per prepararsi al futuro del business**

Partendo da una lista ampia formata da 400 tendenze rilevate in modalità *crowdsourcing*, Accenture è stata affiancata da esperti, accademici e ricercatori per restringere la rosa a **25 segnali di cambiamento nel panorama imprenditoriale**, tra cui **6 in particolare si sono rivelati, rispetto al resto, fondamentali per il successo futuro delle aziende:**

#### **1) Imparare dal futuro – Vedere il cambiamento prima che si verifichi**

In un clima che vede le aziende rivisitare a fondo i modi di fare impresa che favoriscano la crescita, riferirsi esclusivamente ai dati storici per prevedere il futuro non è più un approccio valido. Molte organizzazioni si avvalgono ora di strumenti come *analytics* e intelligenza artificiale per individuare, rispondere e tenere conto dei cambiamenti del mercato e dei consumi. Dal rapporto emerge che **il 77% delle aziende ha aumentato il ricorso a fonti interne ed esterne di dati in tempo reale negli ultimi 12 mesi, ma solo il 38% li utilizza costantemente** nello svolgimento delle attività lavorative quotidiane. Inoltre, solo il 36% delle aziende ha affermato di disporre di un membro del gruppo dirigente al quale è demandata la responsabilità di queste iniziative, mentre **meno della metà (43%) dispone di competenze sufficienti all'interno del proprio organico per sostenere questa capacità.**

#### **2) Delega ai distretti periferici – Decentrare il processo decisionale**

I comportamenti dei consumatori stanno cambiando velocemente, con l'ingresso di nuovi concorrenti pronti a soddisfarne le esigenze. Le aziende rispondono a queste dinamiche delegando il potere decisionale a coloro che operano presso i «distretti periferici» aziendali, creando una struttura a rete formata da team in grado di agire in maniera rapida e agile, alleggerendo il carico presso la sede centrale, che può così concentrarsi sulle decisioni strategiche chiave. Il rapporto ha rilevato che **il 91% delle aziende è disposto ed è in grado di operare maggiormente per rispondere a contesti di business sempre più**

frammentati, mentre oltre la metà (58%) afferma che il proprio modello di business cambierà nel corso del prossimo anno.

### 3) Purpose sostenibile - Dall'essere incentrati sul purpose all'essere trainati dal purpose

Sebbene le aziende riconoscano la necessità di perseguire un *purpose* aziendale che produca benefici per tutti i loro stakeholder, è emerso un crescente divario tra le intenzioni e i risultati, detto divario *intention-delivery*, indicativo delle difficoltà che si incontrano nel tenere fede agli impegni presi in tema di salute mentale dei dipendenti, giustizia sociale, equità e problematiche ambientali. Il rapporto ha rilevato che il 28% dei dirigenti sostiene di non essere personalmente impegnato nella creazione di valore per tutti gli stakeholder, mentre quasi la metà (48%) delle aziende riferisce che una delle maggiori barriere è da ricercare nel bilanciamento dei loro interessi commerciali. Tuttavia, **emergono segnali che lasciano intuire un orientamento teso a tutelare le ambizioni in tema di sostenibilità unitamente ai profitti**, con solo il 24% dei dirigenti che afferma di essere disposto a prendere in considerazione la possibilità di ridurre gli investimenti in iniziative ambientali, sociali e di governance (ESG) per evitare di non centrare gli obiettivi fissati in termini di utili.

### 4) Approvvigionamento senza limiti – Superare i limiti fisici dell'esecuzione

La pandemia mondiale ha determinato un inedito allungamento delle catene logistiche, in un clima che ha visto le aziende adottare misure drastiche per mantenere le merci in movimento. Per soddisfare le crescenti aspettative dei clienti nell'evasione degli ordini, mantenendo allo stesso tempo inalterati aspetti come economicità dei costi e sostenibilità, **le aziende stanno abbattendo i limiti fisici delle loro catene logistiche**. Il rapporto ha rilevato che la maggioranza (92%) delle aziende ha aumentato o prevede di aumentare il ricorso a centri di *micro-fulfillment*; un numero analogo (96%) di aziende dispone o prevede di creare catene logistiche regionali. Anche qui, l'allineamento sul valore per tutti gli stakeholder mostra la sua importanza, con l'80% delle aziende che afferma che le aspettative dei loro clienti in tema di sostenibilità sono aumentate significativamente negli ultimi 12 mesi.

### 5) Virtualità reali – Ridefinire il nostro senso di realtà e luogo

A fronte del graduale sviluppo di ambienti virtuali, il confine tra fisico e virtuale si assottiglia, ridefinendo il nostro senso della realtà e dello spazio e creando al contempo nuovi modi in cui le persone possono vivere, lavorare, consumare e socializzare. Dopo un anno di limitata interazione fisica, le aziende raddoppiano la scommessa sul virtuale, **con l'88% delle aziende che investe in tecnologie per creare ambienti virtuali e, tra queste, il 91% prevede di effettuare ulteriori investimenti**. Mentre l'attuale tecnologia di realtà virtuale coinvolge principalmente i sensi della vista e dell'udito, col tempo diventerà sempre più realistica, coinvolgendo tutti i sensi e creando una maggiore connessione con il fisico.

### 6) Il nuovo metodo scientifico – Ogni azienda sarà un'azienda scientifica

La pandemia ha acceso un riflettore sull'innovazione scientifica, mettendola in cima al programma d'impresa. Mentre nell'ultimo decennio ogni azienda è diventata un'azienda digitale, **nei prossimi decenni ogni azienda dovrà diventare un'azienda scientifica**. Impegnarsi nella convergenza delle nuove frontiere della scienza porterà grandi opportunità, ma solo se le aziende saranno in grado di migliorare i loro approcci all'innovazione. Il rapporto ha rilevato che l'83% delle aziende concorda sul fatto che adottare un approccio scientifico nei confronti dell'innovazione significa proiettarsi verso il successo futuro, mentre **l'82% sostiene che investire in attività scientifiche al di fuori dei loro tradizionali ambiti di settore sarà fondamentale per il successo della loro azienda**.

*“Se nel contesto dell'emergenza le aziende sono state costrette ad adattarsi e rispondere reattivamente alla trasformazione compressa imposta da una situazione eccezionale, oggi la grande maggioranza di esse concorda sulla necessità di cambiare anche proattivamente le strategie in vista del futuro, sulla base della capacità di leggere in profondità e interpretare in modo coerente i segnali di cambiamento che il presente manifesta”* - ha aggiunto **Alberto Antonietti, Strategy Lead Accenture Italia, Europa Centrale e Grecia**.

## Metodologia di ricerca

Per compilare l'edizione 2021 del suo rapporto *Business Futures* Accenture ha usato un processo articolato in tre fasi:

- **Crowdsourcing:** oltre 400 ricercatori e componenti della rete di esperti di Accenture, tra cui rappresentanti di aziende, del mondo accademico e della società civile, hanno raccolto 400 segnali di cambiamento nel panorama imprenditoriale in modalità *crowdsourcing*. Questi dati sono stati sintetizzati in una lista iniziale di 30 segnali.
- **Definizione delle priorità:** Successivamente sono stati testati i segnali con la comunità internazionale composta da oltre 2.000 leader industriali e funzionali di Accenture, attraverso interviste, sondaggi e workshop, per ridurre la rosa dei segnali a 25, per poi restringerla a sei.
- **Prova e conferma:** Sono stati utilizzati metodi di ricerca misti per testare e comprovare ulteriormente i sei segnali prioritari. Tra questi metodi figurano la modellazione economica, la scienza dei dati (sfruttando l'intelligenza artificiale e l'elaborazione del linguaggio naturale), nonché un sondaggio su scala mondiale condotto su 2.650 dirigenti con ruoli apicali, somministrato da marzo ad aprile 2021. Gli intervistati erano composti da dirigenti con ruoli apicali di grandi aziende con base in 18 paesi e operative in 20 settori.

\*\*\*

## Accenture

Accenture è una società internazionale di servizi professionali dotata di capacità all'avanguardia nel digitale, nel cloud e nella sicurezza. Grazie a un mix di esperienza ineguagliabile e competenze specialistiche in oltre 40 settori, offriamo servizi di strategia e consulenza, interattivi, tecnologici e operativi, tutti sostenuti dalla più grande rete mondiale di centri di tecnologia avanzata e operazioni intelligenti. Il nostro organico, formato da 537.000 persone, tiene fede alla promessa della tecnologia e della creatività umana ogni giorno, servendo clienti in più di 120 paesi. Facciamo nostro il potere del cambiamento per creare valore e successo condiviso per i nostri clienti, persone, azionisti, partner e comunità. Venite a trovarci su [www.accenture.com](http://www.accenture.com).

\*\*\*

## Ufficio stampa Accenture

[accenture.stampa@accenture.com](mailto:accenture.stampa@accenture.com)

+39 331 6989467