

DIRIGIBILE

Segnali di futuro visti dall'alto #106



02/ FUTURE SIGNALS

04/ FUTURE RISK

06/ FUTURE TOPIC

SAVE THE DATE:
UNFOLD YOUR POTENTIAL.
IL FUTURO DEL BUSINESS
È NELLE TUE MANI
MILANO & ONLINE
16-17 OTT 2024

→ https://bit.ly/CFMT_Unfold_your_potential

Lineare Watson Chi uccide il business?

Ma è elementare: il manager lineare e, con lui, il pensiero liberare. Il mondo, quello vero, non è mai stato lineare, ma quello del business ha sempre provato a esserlo (vedi silos, budget, pianificazione e controllo e, sì, anche le ricerche di mercato “giustificative” all’azione). I modelli di vita lineari erano considerati la norma sociale nell’era industriale: la sequenza di scuola, formazione, vita lavorativa (in un’azienda) e pensionamento era considerata l’ideale sociale, così come un modello di partnership lineare (sposati per tutta la vita e residenti nello stesso luogo). Nella transizione dalla società industriale

a quella della conoscenza, questo ideale è andato in dissoluzione, ma stranamente non abbandonato come soluzione (alla gestione). Ora, le tendenze non lineari come le famiglie patchwork, così come le separazioni, i divorzi e i matrimoni multipli, sono da tempo accettati dalla società. Anche i modelli di lavoro 9 to 5 sono abbandonati un po’ ovunque. La gestione agile dei progetti sta sostituendo sempre più la pianificazione lineare dei progetti. I contratti a lungo termine vengono sempre più spesso sostituiti da impegni a breve termine, il che comporta un cambiamento dell’intera statistica economica. Questo vale anche

per i servizi, dove la non linearità è visibile nel numero crescente di lavoratori autonomi che combinano molti piccoli lavori (gigs) come fonte di reddito. Eppure si osserva ancora parecchia resistenza abitudinaria. Ed è un male, perché le non linearità diventeranno ancora più evidenti in futuro, sia nella vita privata con matrimoni temporanei, sia in quella lavorativa con, per esempio, percorsi formativi non lineari permanenti che includono anche anni sabbatici. Per le risorse umane è un grande lavoro, come al solito. Abituiamoci. Le linee rette appartengono al passato. La non linearità è il nuovo paradigma.

—Future signals

Segnali e trend in pillole



<https://harborbarberhb.com>
<https://villageretreatcenter.com>
<https://tinyurl.com/yhfst38f>
<https://www.legoland.de/it/>



—Future customer

Punirne uno per educarne cento

Tecnicamente, no show. Chi non si presenta paga una penale. Non facile come “servizio cliente”. In California ci prova il parrucchiere Harbor Barber. I clienti che non si presentano all'appuntamento prenotato pagano una penale di 100 dollari, il doppio del costo di un taglio di capelli. Negli Usa sempre più fornitori di servizi introducono questo tipo di “servizi per il disservizio dei clienti”. Personal trainer, estetisti, tutor ecc. Comprensibile. Se un cliente non si presenta, significa che il personale del negozio non è occupato (ma pagato). Potrebbe funzionare anche da noi? Non credo. Queste multe sono difficili da applicare e i tribunali fino ad oggi si sono pronunciati in modo incoerente. Nei ristoranti, per esempio, le penali di cancellazione sono generalmente difficili da applicare. No way.

—Future pricing

Dinamici senza strafare

Il dynamic pricing spopola in molti settori, ma non sempre con successo. Quando all'inizio dell'anno la catena di fast food Wendy's ha annunciato la sperimentazione di prezzi variabili, si è scatenata una grande protesta e lamentele: “veniamo truffati nelle ore di punta”. Wendy's ha fatto subito marcia indietro e la direzione ha affermato che nessuno voleva aumentare i prezzi. Naturalmente, questo non cambia il trend in atto. La tariffazione dinamica, come nel caso delle prenotazioni alberghiere o dei biglietti aerei, sarà sempre più diffusa nei prossimi anni per una ragione semplice: sempre più dati sui processi d'acquisto da interpretare in tempo reale. Per dire: Amazon adegua già i suoi prezzi in media ogni dieci minuti e molti fornitori seguiranno il suo esempio, anche offline. Ad esempio, Stonegate, la più grande catena di pub del Regno Unito, ha introdotto la tariffazione dinamica in alcuni dei suoi locali, dove mezzo litro di birra costa l'equivalente di 20 centesimi in più nelle ore di punta. Anche da Legoland e Madam Tussauds i prezzi oscillano dalla fine di marzo; chi viene durante la piovosa stagione invernale paga meno. Tuttavia, questi modelli di prezzo sono sempre oggetto di controversie. La famosa cantante Taylor Swift, ad esempio, sta tornando a vendere i biglietti dei suoi concerti a prezzi fissi, perché i fan si erano lamentati dei prezzi altamente fluttuanti. Che dire? I pro sono noti – le imprese possono aumentare le vendite e i picchi e le flessioni della domanda scompaiono – altrettanto i contro: danno all'immagine per oscillazione eccessiva delle tariffe e recensioni dei clienti sempre più velenose (quindi, perdita dei clienti in assenza di “cartelli”). Quando si introducono prezzi variabili, è importante verificare se il prodotto/servizio è adatto (e accettato) ai prezzi spot. Di solito funziona bene per spese prevedibili e programmabili in anticipo, non per acquisti spontanei.



—Future hotel Riservato a neo-mamme e papà

Passi l'albergo per soli adulti, ma un albergo solo per neogenitori? Certe idee di nicchia possono venire solo agli americani. Infatti, proprio negli States stanno aprendo le prime cliniche di recupero per neo-mamme e neo-papà, come il Village postnatal retreat centre di San Francisco. Qui, i genitori soggiornano subito dopo il parto. Il centro assomiglia a un boutique hotel e gli ospiti possono usufruire di un'ampia gamma di servizi, dalla consulenza per l'allattamento ai massaggi. La notte i neonati dormono nel proprio reparto. Una notte nella suite costa 950 dollari Usa, con un soggiorno minimo di tre giorni. Questo tipo di assistenza postnatale è da tempo comune in Asia. In Corea del Sud, l'80% delle madri rimane in un cosiddetto Joriwon per tre settimane dopo il parto. Essendo nato a casa fra le braccia di mia madre, non saprei che dire. Forse, "meccanizzazione genitoriale".

—Future meeting Reale meglio che virtuale?

«Virtual meetings are killing the vibe» afferma perentoria Priya Parker, famosa in passato per il libro *The art of gathering*. La consulente ed esperta sul tema della cultura delle riunioni non ha dubbi: le persone hanno meno idee spontanee nelle riunioni virtuali, mentre le discussioni faccia a faccia sono molto più produttive. Il virtuale funziona invece bene in versione meeting per le masse, magari con 1.000 partecipanti tramite video chat, con votazioni e raccolta di idee online. Niente di nuovo. Da sempre sappiamo che l'empatico e il simpatico mondo reale è meglio dell'asettico e scettico mondo virtuale. Siamo tutti animali da compagnia.



—Future risk

Al solito abbondano



<https://bigriverintl.com/#what>
<https://www.mymovies.it/film/2024/civil-war/>
<https://peterturchin.com>
<https://aiapply.co>
<https://tinyurl.com/4uprjmys>

Ciò che nel film “Civil War” è ancora finzione, potrebbe presto diventare realtà: almeno secondo lo scienziato della complessità Peter Turchin. Pronti?

—Spie come noi

L'unità Amazon come modello?

Nell'ovattato mondo del politically correct “competitive intelligence”, nel crudo mondo reale “spione del c@**o”. I soliti noti lo fanno sempre e bene, pare. Amazon, per esempio. A prima vista, l'azienda di Seattle “Big river services international”, che vende vari articoli tramite piattaforme online, potrebbe sembrare un'impresa fra le tante, se non fosse che è una filiale di Amazon che opera, come dire, in modo occulto. Il grande magazzino online ha fondato l'unità nove anni fa con l'unico scopo di individuare la concorrenza, come riportato recentemente dal Wall Street Journal. “Big River” vende attraverso le piattaforme dei concorrenti per raccogliere informazioni sui prezzi, sulla logistica e sui metodi di fatturazione, soprattutto presso l'acerrimo rivale Walmart. Amazon fa di tutto per mantenere segreta questa unità. L'immagine di Big River è amatoriale, i dipendenti hanno indirizzi e-mail speciali che non consentono di trarre conclusioni sul loro vero datore di lavoro e i rapporti che “Big River” produce sui concorrenti vengono distribuiti internamente solo su carta per evitare fughe di notizie. Lo so, la cosa non vi sorprende. Ma un conto è fare benchmarking “aggressivo”, un conto è la competitive intelligence possessiva (di dati). Si prevede una crescente diffusione di queste pratiche, in particolare negli Stati Uniti e in Asia.





—Guerra civile USA

Data al 50%

Civil War è per Mymovies il film più provocatorio dell'anno sul degrado della democrazia occidentale. Cattivo il giusto. Ma non è solo questione di fiction. Per Peter Turchin – scienziato della complessità e autore del catastrofico saggio *End times* (un titolo che non promette niente di buono) – c'è un buon 50% di probabilità che il sistema politico statunitense crolli dopo le elezioni. Turchin, che svolge attività di ricerca presso il Complexity science hub (CSH) di Vienna, ha analizzato crisi e crolli nel corso degli anni e ha identificato un fattore chiave: la prosperità sta diminuendo in ampie fasce della popolazione e allo stesso tempo le élite stanno crescendo troppo. Sebbene il ricercatore veda anche l'Europa su un percorso critico, qui la democrazia è ancora abbastanza intatta se paragonata agli Stati Uniti, che secondo lui sono solo una “plutocrazia” affamata di potere. Il tipo è un pochino particolare ma *End times* merita una veloce lettura.

—Neutralità climatica?

JPMorgan fa sbollire gli entusiasmi

Contrordine, compagni. La rivoluzione verde può attendere, e parecchio. JPMorgan invita al realismo con uno spietato “reality check”. L'eliminazione graduale di petrolio, gas e carbone richiederà molto più tempo. Secondo loro, nel 2030 si consumerà più petrolio di oggi e, infatti, nel 2021 e 2022 hanno investito 101 miliardi di dollari in progetti di combustibili fossili e 71 miliardi di dollari in energie rinnovabili. Gli obiettivi climatici paiono irrealistici per i big della finanza e sempre più organizzazioni stanno rivedendo le proprie politiche climatiche. Ad aprile, ad esempio, il governo scozzese ha abbandonato il suo piano di riduzione delle emissioni di CO₂ del 75% entro il 2030, ritenendolo appunto “irrealistico”. Anche aziende come Microsoft e Unilever stanno rivedendo i loro obiettivi in questo ambito. Conseguenze? Nuove tegole all'orizzonte. Per esempio, quella del mondo inassicurabile. Già ora, molti abitanti della costa orientale degli Stati Uniti hanno un problema: la loro compagnia assicurativa sta cancellando la polizza perché non vuole più coprire i danni causati dalle tempeste. Coloro che sono ancora assicurati devono pagare di più: 3.200 dollari invece di 1.600.

—L'IA contro le HR

Quando il candidato è un fake

Un video sta facendo tremare le risorse umane. Mostra un selezionatore che intervista un candidato via video. Il giovane sembra un po' rigido e insicuro. All'improvviso, la telecamera esegue uno zoom e si vede il candidato seduto davanti allo schermo che ride. Tutto chiaro: il candidato nel video non è reale, ma un rappresentante digitale, un avatar. Il video è stato messo online da Aidan Cramer, responsabile della società britannica AiApply, specializzata nell'automazione della ricerca di lavoro. Tempo due anni e sarà praticamente impossibile riconoscere una candidatura fake digitale. I candidati manderanno i propri avatar a colloqui online contemporaneamente, sperimentando sempre nuovi trucchi grazie all'IA.

—Future topic

La domanda del mese.

L'IA prenderà il sopravvento
in arte e cultura?



—Inquadramento trend

Arriva l'ARTE, umano mettiti da parte

ChatGPT è solo la punta dell'iceberg delle soluzioni esistenti. La parte sommersa è cento volte più grande di quella visibile in superficie. Le risorse dell'IA per generare arte o cultura tendono all'infinito. Non finisci di conoscere un'applicazione che ne tirano fuori un'altra. Molte spariranno, molte si aggiungeranno. Con un effetto chiaro. L'IA si sta facendo strada in un settore che si considera l'"epicentro esistenziale" della creatività umana: l'industria artistica e culturale. Secondo una definizione standard, la cultura è il risultato delle azioni umane che a loro volta hanno (in bene o in male) un impatto sul comportamento futuro umano. Insomma, stimoli e/o educazione. Ora, sullo sfondo dei progressi tecnologici, soprattutto per quanto riguarda l'IA, stanno emergendo nuove discussioni su cosa siano l'arte e la cultura. Quando le macchine iniziano a produrre autonomamente o, meglio, con il supporto dei tecnici umani, opere d'arte varia, compresa la musica e, presto, interi film, ci si chiede se questo, a livello sociale, cambi tutte le carte in tavola. Va detto che buona parte degli studiosi concorda ampiamente sul fatto che l'attuale IA non può essere creativa in senso stretto, poiché non può funzionare senza fonti di ispirazione umane e quindi anche plagio, volendo. In futuro, tuttavia, la fusione tra tecnologia e arte continuerà ad aumentare e forse renderà impossibile una chiara distinzione. Ciò che è chiaro invece è che tutto ciò scatenerà discussioni legali, poiché non è ben definito (e forse mai lo sarà) se l'IA possa essere anche l'autore di opere. Anche gli uffici per la proprietà intellettuale dell'Ue e degli Usa non hanno ancora trovato una risposta a questa domanda. Intanto, la tecnologia, come semplice strumento, offre anche numerose opportunità agli artisti, come la possibilità di concentrarsi maggiormente sui processi creativi e la democratizzazione dell'arte. Già visto. Come sempre nella storia, inizialmente, le nuove tecnologie accessibili a tutti portano a un livellamento verso l'alto. Poi, ahimè, come dimostra internet, verso il basso. Ma, ora, con l'IA, siamo nella prima fase in cui tutti possono beneficiare, e non poco, dei servizi artificiali per generare arte e cultura. Ma non aspettiamoci un nuovo Pasolini.

—Stato dell'arte Trend (ancora) di nicchia

—Domande in cerca di risposte sul trend

Se in futuro le opere d'arte venissero prevalentemente create dall'IA, chi deterrebbe i diritti d'autore e perché?

e lanciare avanguardie di pensiero, se l'IA omologasse tutto in base al nutrimento ricevuto?

Come potrebbero cambiare la percezione di sé stessi e l'autostima se la creazione, vero "asset" umano, venisse meno o messa sotto pressione dall'IA?

E se l'arte e la produzione culturale con l'IA fossero accessibili a tutti? Che impatto avrebbe sull'industria dell'arte e della cultura? Come internet con i media tradizionali?

Che fine farebbe la funzione principale dell'arte e della cultura, ovvero criticare la società

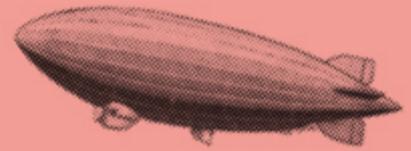
È auspicabile un marchio di "garanzia" Made by AI per tutte le creazioni non umane?

—Il (futuro) giudizio universale del trend

Che aspettarsi? I cosiddetti esperti (gente che sa sempre più cose di meno cose) concordano sul fatto che l'arte basata sull'IA svolgerà un ruolo maggiore nella creazione artistica, così come anche la democratizzazione (accesso) delle realizzazioni con sottinteso livellamento verso il basso. Già oggi, con costi ben al di sotto di una cena per due, si possono usare applicazioni che generano ogni tipo di arte, inclusa quella della scrittura. Il consenso delle masse è elevato e le preoccupazioni riguardano solo una ristretta élite di pensatori. Entro il 2030 la "IARTE" (termine coniato ora al volo) sarà diffusa capillarmente, con tutto ciò che ne consegue. Spariranno gli artisti? No, se viene limitata legislativamente, ma in genere il mercato non ama le regole e quindi saranno gli umani a farsi fuori da soli, solo per creare insulse opere con l'IA, saturando il mercato, esattamente come con i social.

FUTURETECH

INVENZIONI & INNOVAZIONI



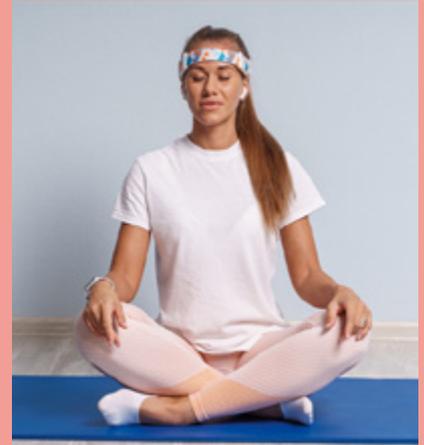
NEURO PRIVACY

Privacy del cervello. Mancava solo quello. E questa volta non è colpa del solito Elon Musk e della sua interfaccia cerebrale di Neuralink. La questione è più ampia e introduce il concetto di “neurodiritti” o “il pensiero è mio e lo gestisco io”. Le onde cerebrali sono private e rientrano nella protezione dei dati: lo ha appena deciso il governo dello Stato americano del Colorado. Si tratta della prima normativa di questo tipo al mondo, che equipara

le onde cerebrali alle impronte digitali. L'obiettivo è impedire alle aziende di memorizzare e analizzare le onde cerebrali dei clienti. Negli Stati Uniti, la Neurorights Foundation si batte da tempo per questi diritti. L'archetto di Brainbit (vedi link sotto) offre una prima idea del futuro spionaggio e furti di dati solo pensati. Uno scenario ampiamente anticipato nel mio vecchio lavoro *Brainternet: penso dunque sono connesso*.

➤ <https://brainbit.com>

➤ <https://neurorightsfoundation.org>



UNITREE.COM

Ci sono 43 milioni di persone ipovedenti, ma solo 20mila cani guida, perché il loro addestramento costa molto. I cani robot potrebbero colmare questa lacuna.

➤ <https://www.youtube.com/watch?v=6zPvT0ig1VM>



KIRINHOLDINGS.COM

L'azienda giapponese Kirin ha inventato un curioso cucchiaino elettrico che rende a livello percettivo tutto più salato usando meno sale. No comment.

➤ https://www.youtube.com/watch?v=E0qN_BRbSWU



MCDONALDS.COM

Mai dare per morto il Metaverso. McDonald's lancia a Singapore "My Happy Place". Un mondo virtuale dove giocare a Build-A-Burger e progettare ristoranti.

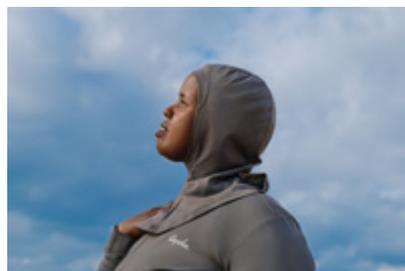
➤ <https://www.youtube.com/watch?v=bkZcH33onhl>



CORPORATE.TARGET.COM

Target lancia Store Companion, un chatbot generativo alimentato dall'IA a disposizione come “spalla” per tutti i membri del team di quasi 2.000 negozi.

➤ <https://www.youtube.com/watch?v=kXSFc-GrZYA>



RAPHA.CC

Il marchio Rapha presenta un hijab performante specificamente per cicliste musulmane. Rispettare le differenze e, soprattutto, il “business inclusivo as usual”.



LETSUSEAGAIN.COM

Again, una startup specializzata in soluzioni green, ha presentato l'innovativa tecnologia CleanCell per rivoluzionare il tradizionale processo di riciclaggio.

➤ https://www.youtube.com/watch?v=E6X_qCYtxwM