

# DIRIGIBILE

## Segnali di futuro visti dall'alto #109



02/ CONTROTRENDS

05/ FRACTIONAL LEADER

06/ INNOVARE STANCA

**SAVE THE DATE:**  
**MAGNIFICA INSTABILITÀ.**  
**IL MANAGER EQUILIBRISTA**  
TEATRO BASILICA, ROMA  
28 GEN 2025

→ [https://www.cfmt.it/courses/7474\\_38647](https://www.cfmt.it/courses/7474_38647)

## AI: Addictive Intelligence Nuove dipendenze

Iperartificialità come nuova dipendenza, in cui l'oggetto è l'IA, spesso in versione relazionale e/o sessuale. Caratterizzata da fantasie artificiali ricorrenti, "artificial addiction", che possiamo anche definire comportamento artificiale compulsivo. Suona strano, vero? Mica tanto osservando tutti quelli che usano compulsivamente, e per ogni cosa, ChatGPT e simili. Il rapporto tra uomo e macchina sta diventando sempre più intimo e un'analisi su un milione di conversazioni ChatGPT ha rivelato che il contenuto sessuale è il secondo argomento più gettonato e usato. Dipendenza in agguato, dunque. I programmi di dialogo con cui si può parlare come con

un essere umano, come il noto e controverso chatbot Replika, lo testimoniano da tempo: sono sempre disponibili, si adattano alle preferenze dell'utente e, soprattutto, offrono amore incondizionato. Il 60% ha una "relazione romantica" con questi bot. Ben presto, il primo essere umano sposerà un'IA. Ne è sicura Eugenia Kuyda, inventrice di Replika, che prevede altri sviluppi "eccitanti o inquietanti". Secondo lei, in futuro, tutti avranno assistenti IA, che li supporteranno al lavoro o come referenti per le questioni private, tipo un buon amico o un terapeuta. Molti, addirittura, manterranno una relazione a vita con il proprio compagno IA, magari sposandolo

(mentre i divorzi nel mondo reale aumentano, ndr). Gli avatar saranno sempre più realistici e indistinguibili dagli esseri umani e, a breve, le persone non si limiteranno a parlare con l'IA, ma faranno anche cose insieme, come guardare un film o sfidarsi a un videogioco. Intanto, la rivista *MIT* invita la politica a regolamentare il mercato, con avvertenze tipo: "attenzione, può creare dipendenza", "non sostituisce la compagnia umana" e limitazioni incorporate che bloccano o, meglio, riducono il fascino del servizio se l'algoritmo si accorge che l'utente si sta sentendo solo. Basterà? Ma ovvio che no. Ormai è tardi. Il secolo delle macchine avanza in stile Matrix. *Revolutions* (sequel) non previsto.

# —Future controtrends

## Contro le tendenze in corso



<https://www.complexchaos.ai/>  
<https://tinyurl.com/ykcjmw4d>

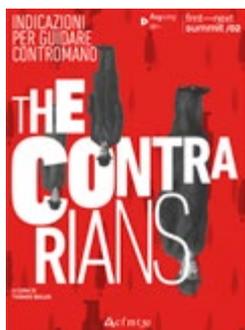
### —Future manager

#### Guidare contromano

Contraddire. È uno sporco lavoro, ma qualcuno deve pur farlo. Dice, quasi con orgoglio, il bastian contrario di professione. Mettere in dubbio ogni diktat o previsione apparentemente affidabile e condivisa dai più. Non proprio negare (non solo) ma affermare qualcosa di differente. Oggi il rischio è di non sapere guardare oltre la narrazione mainstream e, dunque, di non sapere in che direzione vanno veramente le tendenze e, peggio ancora, il futuro. The Contrarians è pensiero critico nella sua forma più effervescente: controcenari, controanalisi, controtendenze, per i contrarian leader di domani. Perché tutto sarà molto, ma molto diverso.



SCARICA LA GUIDA THE CONTRARIANS  
<https://tinyurl.com/m7bahzy>



### —Future trend

#### Ovviamente contro

Lo sappiamo. Il futuro non va (e per fortuna) sempre nella stessa direzione narrata e pompata (dai media). A volte si verificano turbolenze e fenomeni inaspettati che non vanno nella direzione dei trend, anche se sono mega. I controtrend che vanno nella direzione opposta sono spesso resistenze, rivolte, ribellioni contro l'orrore che scaturisce dalle tendenze Tina (there is no alternative). Riaprono più spazio al futuro. Molte controtendenze (non tutte) nascono da questa sovrasaturazione delle società ricche. Le controtendenze sono segnali di cambiamento, punti di svolta e potenzialità. Spesso vengono ignorati o osteggiati perché infastidiscono lo status quo (vedi i Brics). Sta iniziando una nuova danza, una nuova dinamica verso il futuro. A volte le controtendenze possono diventare più forti delle tendenze originarie? Meglio averci a che fare.



SCARICA LA GUIDA 15 CONTROTREND  
<https://tinyurl.com/4dwmcj5d>





## —Future competition Meno competitivi con l'IA

Per Maya Ben Dror, co-fondatrice di Complex Chaos, l'IA è un gamechanger che permette di fare affari più rapidi e migliori. Jay Barney, professore della David Eccles School of Business, va invece controtendenza e afferma sicuro che "l'IA è una tecnologia promettente, ma non vi darà un vantaggio competitivo duraturo". La sua tesi: ogni azienda può utilizzare l'intelligenza artificiale per accelerare i processi e ridurre i costi. Ma poiché la tecnologia è disponibile per tutti, non offre alle singole aziende un vantaggio competitivo duraturo. Inoltre, la maggior parte delle aziende non svilupperà i propri programmi di IA nemmeno in futuro. Questa critica ricorda in parte l'uscita fatta 25 anni fa dal business guru Michael Porter quando, con lo stupore di tutti, affermò secco, all'apice del clamore di internet: "Internet non è una strategia!". Fu ampiamente criticato, ma alla lunga aveva ragione. Il web divenne presto comune come l'elettricità e "fare qualcosa con internet" non era più sufficiente come modello di business. La storia dell'IA sarà molto simile.

## —Future spot Jaguar shocking

Piccola controanalisi. L'ultimo spot pubblicitario per presentare la nuova filosofia della Jaguar ha fatto parecchio discutere (litigare), per l'eliminazione dell'iconico logo con il giaguaro, perché troppo maschilista (?), e per l'uso, come testimonial, di un nutrito gruppo multiculturale e colorato Lgbt. Dell'auto nello spot neanche una traccia. Ora, andrò contro la moda culturale dell'inclusività colorata, ma bisogna pur dire che la svolta woke della Jaguar è, in termini di marketing, una boiata pazzesca. La Jaguar era guidata dai Beatles e da Diabolik insieme a Eva Kant. Distruggere la tradizione di 90 anni con un imbarazzante annuncio pubblicitario non è innovazione culturale ma disconnessione dai clienti, in breve il target del prodotto.



# —Future management

## Cercasi ubiquità



<https://www.fractionalsunited.com/>  
<https://www.vaydeer.com/>  
<https://drucker.institute/>  
<https://tinyurl.com/4mzh29ca>  
<https://www.nvidia.com/it-it/>

***Tenere il piede in due o, meglio, in più scarpe. Essere contemporaneamente in ogni luogo e progetto. Normale nella nuova era dell'ibridazione e del boom dei fractional manager. Ubiquità, dunque. Finché la salute regge.***

### —Basta report

#### La ricetta di Huang

L'uomo con il giubbotto di pelle ha detto sì. Il fondatore e ceo Jensen Huang ha trasformato l'azienda Nvidia in una società da un miliardo di euro in 30 anni, con uno stile gestionale tutto suo. Ecco alcune delle caratteristiche peculiari:

- 1) Non ci sono rapporti sullo stato di avanzamento perché troppo abbelliti quando raggiungono il ceo. Per questo motivo i singoli processi e reparti di Nvidia vengono selezionati e controllati a caso.
- 2) Ogni dipendente di Nvidia può inviare via email al ceo un elenco delle "5 cose principali" che ritiene importanti. Huang ne legge centinaia ogni mattina.
- 3) Ogni dipendente sa tutto e tutti possono persino partecipare alle riunioni con i vicepresidenti e i direttori.
- 4) Non vengono elaborati piani a 1 o 5 anni. La strategia viene costantemente adattata alle condizioni del mercato.
- 5) L'organizzazione è la più piatta possibile e i team sono i più piccoli possibili. Niente di nuovo. Huang ignora da sempre le tradizionali regole di gestione, come "lodare pubblicamente, criticare privatamente". Certo, il suo modus operandi non si adatta alla cultura di tutte le organizzazioni. Lo stesso vale per la sua gestione "a casaccio". Rinunciare a strumenti di pianificazione formali potrebbe essere la scelta migliore nel mondo ipervolatile dell'IA, ma non vale ovunque. Da studiare però.





## —Lavoro ibrido Tutto sotto controllo?

Per i manager frazionati l'ibridazione (vedi smart working) è maledizione? Ultimamente si è parlato parecchio del mouse mover o Jiggler, l'alleato invisibile dello smart worker. In pratica, un particolare accessorio da scrivania che funge come strumento capace di simulare il movimento del cursore sullo schermo. In altre parole, è il lasciapassare silenzioso che permette allo smart worker di godere di una piccola pausa, senza che le spie di inattività (i cosiddetti bossware) compaiano sullo schermo. Ci saranno sempre persone che vogliono rendere il loro lavoro il più facile possibile e tali candidati ricorrono a mouse mover e altri trucchi. Tuttavia, non è consigliabile contrastare questo fenomeno con un'ulteriore tecnologia di monitoraggio o con azioni del tipo "colpirne uno per educarne cento", poiché è dimostrato che l'uso di bossware aumenta il turnover del personale. La vera strategia è trovare un buon e sereno bilanciamento fra lavoro in ufficio e a casa. L'ibridazione resta il futuro. Secondo il Drucker Institute, più un'azienda consente il lavoro a distanza, maggiore è la sua forza innovativa e maggiore è l'impegno dei suoi dipendenti. Il numero ottimale di giorni di lavoro in ufficio è, invece, di 2,5, secondo la società di consulenza statunitense Scoop.

## —Fractional leadership Aziende parallele

Il manager ad alto tasso continuum spazio-temporale presente in dimensioni parallele o, meglio, in universi aziendali paralleli. Sempre più normale in futuro. Da un po' di tempo si osserva su LinkedIn una nuova tendenza. Sempre più utenti si descrivono come fractional leader e 110.000 persone menzionano questo termine nel loro CV, rispetto ai soli 2.000 del 2022. Come tutti sanno, il termine descrive un lavoratore della conoscenza che opera contemporaneamente per diverse aziende in posizioni dirigenziali. Questa forma di lavoro si è diffusa a partire dal coronavirus. Negli Stati Uniti, i professionisti "frazionali" si sono organizzati nella comunità online Fractionals United. Il concetto non è nuovo e si colloca a metà strada tra l'interim management e la consulenza manageriale tradizionale. La vera novità è che i fractional leader lavorano spesso a distanza, cioè supportano le aziende da lontano, spesso dall'estero. Ma quando vale la pena di coinvolgere queste figure? 1) Se siete alla ricerca di uno sparring partner onesto, poiché il leader frazionale può esprimere la propria opinione più liberamente di un dipendente. 2) Se avete urgentemente bisogno di nuove idee per il lavoro operativo, poiché i leader frazionali possono indicare alternative e fungere da mentori per il management. 3) Se il vostro management è giovane, poiché i leader frazionali, con la loro anzianità, conferiscono credibilità esterna al team di gestione.



## — Future products

### Innovare stanca



<https://avvenire.com/products/tectus/>  
<https://www.vivid-pix.com/memorystation/>  
<https://www.imhighighrtnow.com/>  
<https://dadgrass.com/>  
<https://tideshealth.me/>  
<https://tinyurl.com/tcu9u4k6>



<https://tinyurl.com/3cw82sjs>  
<https://boomerstravelinsurance.com.au/>  
<https://www.habyt.com/>  
<https://coworking-spaces.info/>  
<https://tinyurl.com/5n6wtvmf>  
<https://www.flashpack.com/>

***Lavorare stanca, scriveva Cesare Pavese, ma anche innovare, soprattutto quando si fanno tanti bei flop con i nuovi prodotti.***

## — Co-product

### Contro la solitudine

Il mondo sta diventando sempre più solitario, a causa dell'invecchiamento e del lavoro da casa. In questo contesto, i consumatori desiderano i cosiddetti co-prodotti che creano un senso di comunità o aprono nuove opportunità di socializzazione. Già in passato avevamo parlato in queste pagine di Economia della solitudine. Una vera e propria epidemia. Le conversazioni faccia a faccia sono sempre più rare. Le amicizie tra colleghi sono quasi inesistenti. “La polarizzazione politica” è in aumento e le persone evitano di entrare in contatto con chi la pensa diversamente. Tuttavia, questi sviluppi negativi portano anche nuove opportunità per chi sa vendere contatti. Il co-working, e il co-living noti da tempo, aumentano nelle soluzioni proposte. Anche i cosiddetti Third Places stanno acquisendo importanza. Caffè, musei, parchi, biblioteche, palestre, ma anche aziende. La filiale svizzera di Allianz, ad esempio, organizza proiezioni cinematografiche all'aperto in estate. Poi ci sono le idee “di contatto”. A New York è stato aperto un “friendship corner” per indurre le persone a incontrarsi lì e iniziare una conversazione, di fatto una campagna di marketing del fornitore di viaggi Flash Pack, specializzata in viaggi di gruppo per single e che pubblicizza che l'80% dei suoi ospiti fa nuove amicizie durante il viaggio. In Olanda, il supermercato Albert Heijn incoraggia le chiacchiere con i sui cestini, su cui sta scritto “Sono aperto per una bella chiacchierata” (“Ik sta open voor een leuk gesprek”), mentre negli Stati Uniti Blink Fitness propone alle coppie di celebrare il loro matrimonio nelle sue filiali.





## —Verde speranza Green. Basta la parola?

Per vendere? Un nuovo studio condotto dal consulente Simon Kucher afferma che chi non ha nulla di sostenibile nella propria gamma di prodotti allontana i clienti. Ma attenzione, non è tutto oro quello che luccica verde. Per cosa i clienti pagheranno veramente di più e per cosa no? Quali argomenti di sostenibilità funzionano davvero? McKinsey ha indagato su queste domande e temi con una serie di test e considerazioni sulle argomentazioni di vendita green che trovate nel report linkato sotto. Da sfogliare, perché non tutti i prodotti che promettono una maggiore sostenibilità sono automaticamente i più venduti. Anzi, alcune argomentazioni pubblicitarie ecologiche si ritorcono contro.



SCARICA: HOW MUCH WILL CONSUMERS REALLY PAY FOR GREEN PRODUCTS?  
<https://tinyurl.com/mr3dbkw>

## —Pronti, partenza, via Innovare è un po' morire

Troppo facile con le tecnologie odierne lanciare nuovi prodotti sul mercato. Troppo difficile invece venderli. Soprattutto quando nessuno ne sente il bisogno. Ogni anno, il mercato viene sommerso da presunte innovazioni, con circa 30.000 nuovi prodotti di consumo e centinaia di innovazioni presentate quotidianamente su siti web tipo Trendhunter. Ma solo il 5% di questi nuovi prodotti trova acquirenti, il 95% scompare velocemente dagli scaffali. Su cosa dovrebbero concentrarsi gli imprenditori in futuro per non essere perdenti? Cosa distingue i bestseller dagli slow seller? Una risposta prova a darla il nuovo *If design trend report*, con consigli ed esempi.



SCARICA IF DESIGN TRENDREPORT  
<https://tinyurl.com/mrdkcvmh>



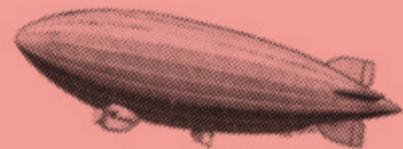
## —Mercato VEPs Very Experienced Persons

Oggi, ben il 20% dei cittadini dell'Ue ha più di 65 anni. Secondo Eurostat, entro il 2070, la percentuale salirà (guerra permettendo) a oltre il 30%. Insomma, ben presto le "persone molto esperte" saranno tra i clienti più importanti. Ma cosa vogliono i clienti anziani? Alcuni spunti. 1) Un design accattivante proprio per loro, come lo scooter Tectus dell'azienda canadese Avvenire, un modello che si rivolge in particolare a clienti anziani e benestanti. 2) Semplicità estrema. I consumatori più anziani possono avere tempo, ma non sono disposti a sprecarlo con prodotti complicati e immaturi. La semplicità è la priorità assoluta in questo mercato, come per esempio lo scanner fotografico senza un menu complicato del fornitore Vivid-Pix. 3) Offerte senza cliché. I VEPs di domani non

soddisfano più i cliché di ieri. Vogliono prodotti che promettano gioia di vivere. L'associazione industriale dei produttori di cannabis degli Stati Uniti fa ora pubblicità con lo slogan "I'm high right now". La campagna mostra solo persone anziane e, intanto, il marchio Dad Grass offre spinelli pre-rollati e altri prodotti a base di marijuana; anche in questo caso il target è costituito da consumatori anziani, i quali ora possono divertirsi con nuovi sex toy disegnati per donne di mezza età. 4) Nei servizi, il mercato turistico sforna idee (anche di marketing) a getto continuo. La compagnia aerea EasyJet offre "Grans go free" (i nonni viaggiano gratis); il fornitore americano Road Scholar organizza viaggi appositamente per i nonni che vogliono far conoscere il mondo ai loro nipoti con viaggi avventura ad hoc; l'australiana Boomers Travel Insurance assicura il viaggio degli anziani senza più nessun limite d'età.

# FUTURETECH

# INVENZIONI & INNOVAZIONI



## CROSS-INDUSTRY INNOVATION

Nel lontano 2012 avevo dedicato al ciclo eventi Future Management Tools di Cfmt un focus sulla cross-innovation. Ora, un white paper di Z-Punkt dedica all'argomento parecchio spazio all'innovazione incrociata per i futuri ecosistemi aziendali. Giusto così. L'innovazione intersettoriale sta diventando un fattore determinante per la creazione di valore delle aziende. Nel mondo di oggi, le imprese si trovano di fronte

a una scelta cruciale: prosperare attraverso la cooperazione o isolarsi e rischiare di diventare meno competitive? L'innovazione intersettoriale – un processo in cui le aziende collaborano al di là dei confini tradizionali del settore – offre molti vantaggi strategici e riduce la complessità. Gli approcci della cross-industry innovation sono spiegati in questo report in modo sintetico e chiaro. Da leggere.

➤ SCARICA IL WHITE PAPER

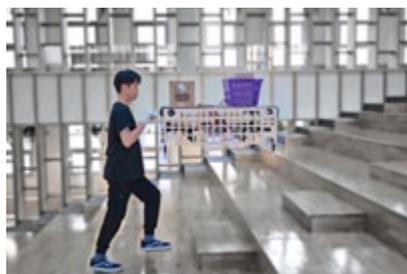
[https://z-punkt.de/uploads/files/Whitepaper\\_Future\\_Business\\_Ecosystems\\_1730911875.pdf](https://z-punkt.de/uploads/files/Whitepaper_Future_Business_Ecosystems_1730911875.pdf)



## ROBOWOK.AE

Il robo-ristorante di domani è già visibile a Dubai e Singapore. Qui Robo-Chef gestisce takeaway in cui il cibo è preparato da macchine.

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



## SPECTRUM.IEEE.ORG

Dalla Corea del Sud arriva il Palletrone. Un pallet volante o, meglio, una piattaforma di trasporto galleggiante per trasportare carichi fino a tre chili.

➤ <https://www.youtube.com/watch?v=9hvRhZihFR4>



## GLASST.CO

La pittura murale facile da staccare. Unpaint si applica normalmente. Una volta asciutta, la vernice può essere rimossa come una pellicola di plastica.

➤ [https://www.youtube.com/watch?v=-68BI\\_Dufgw](https://www.youtube.com/watch?v=-68BI_Dufgw)



## SAVOR.IT

L'aria diventa burro. Produrre grassi dall'aria e dall'acqua. È questo il curioso progetto della startup californiana Savor, cofinanziata da Bill Gates.

➤ <https://www.youtube.com/watch?v=CUMcgYB-Mn0>



## HEEL.DOG

Dagli States arriva il primo guinzaglio virtuale per cani, con telecomando e collare che emette segnali acustici, vibrazioni e scosse.

➤ <https://www.youtube.com/watch?v=1tP1l--49l4>



## SURVUE.AI

Attenzione, rischio incidente. Il fanale posteriore per bicicletta Survue, dotato di telecamera integrata e analisi immagini con l'IA, avverte il ciclista di guai in arrivo.

➤ <https://www.youtube.com/watch?v=CTCr2yphEHM>