

DIRIGIBILE

Segnali di futuro visti dall'alto #94



03/ FUTURE NEUROTECH

**04/ DECALOGO
ARTIFICIALE**

06/ TALENTI IN FUGA

**SAVE THE DATE:
BIAS E WORKLOAD
MILANO, 14 SET 2023**

→ https://bit.ly/cfmt_biasworkload

Soft power Cina, nuovo trendsetter?

L'influenza geopolitica, economica e militare è ben nota. Non a torto alcuni dicono che questo è, a tutti gli effetti, il secolo cinese. Ma il potere si sposta anche verso altri lidi, diciamo culturali. Leggo su alcune fonti estere che in Giappone è in atto una piccola rivoluzione. Pare che i giovani giapponesi ora si entusiasmino per tutto ciò che è cinese. Le ragazze, ad esempio, sono appassionate di *chuuka meiku*, il makeup delle starlet cinesi, e copiano lo stile di trucco – non proprio discreto – delle influencer che popolano la piattaforma cinese di social media Red. Caratteristiche: forti toni rossi, labbra scure, glitter. I prodotti appropriati sono forniti da

produttori cinesi come Florasis o Zeesea. La tendenza del “C-Beauty”, ovviamente (visti i rapporti litigiosi passati e presenti), divide il Giappone. Tra le generazioni più anziane, i prodotti del grande incumbente vicino sono considerati cheap, mentre cool tra le giovani. Il 40% dei ragazzi tra i 18 e i 29 anni dichiara di avere un’“affinità” con la Cina, mentre tra i 60 e i 70 anni la percentuale è solo del 13%. Intanto, le scuole di lingua giapponesi, che offrono corsi di mandarino, hanno recentemente registrato una forte domanda. Un cambio di rotta culturale o una breve moda passeggera? Soft power culturale duraturo, come quello americano (ora però in crisi) o influenza

ininfluente sui valori futuri? Presto per dirlo. Però possiamo fare una breve riflessione. Negli ultimi anni, molte tendenze giovanili provenivano principalmente dal Giappone e dalla Corea del Sud. La cultura giapponese degli Anime, ad esempio, ha conquistato l'Europa e gli Stati Uniti, la musica pop coreana (“K-pop”) ispira ancora i fan di tutto il mondo. Ora, la Cina si sta affermando come “soft power”, una nazione esportatrice non più solo di prodotti ma anche di cultura di successo. La moda e i cosmetici saranno le teste di ponte, proprio come i cartoni animati lo sono stati per il Giappone. Il makeup cinese conquisterà presto anche i cortili delle scuole europee. Forse.

—Future signals

Segnali e trend in pillole



<https://tinyurl.com/b6bj54xk>
<https://www.ideaflow.design>
<https://dschool.stanford.edu>

<https://www.smartcaptech.com>
<https://www.emotiv.com>
<https://waymo.com>



—Future dentist

Nasce il “patientainment”

La shopping experience diventa patient experience. Intrattenere il paziente, magari con delle serie Netflix proiettate sullo schermo appeso al soffitto, proprio sopra il lettino del dentista. Succede a New York dalla startup Tend, una piccola catena di studi dentistici che negli ultimi due anni ne ha aperti 24. Amata dalla giovane Generazione Z, che esige esperienze piacevoli (e non punitive) anche negli studi medici, Tend è diversa in molto o, forse, in tutto. Ogni angolo è “instagrammabile”, cioè visivamente accattivante. Infatti, le filiali Tend ricordano più un salone di bellezza che uno studio medico: belle ambientazioni con “Welcome Bar” e zero odore di sala operatoria. Ma, soprattutto, sono i dettagli a spiccare: i costi di ogni intervento vengono fissati prima sul portale e il pagamento dei medici si basa anche sulla soddisfazione dei clienti, con sondaggio online dopo la visita; i lavori vengono eseguiti su liste di controllo che tengono conto di innovazioni nelle procedure e il marketing è una macchina da guerra sui social che include collaborazioni mirate con influencer e Instagram.

—Future innovation

Mi frulla in testa un flusso di idee

Ci vogliono (così dicono) almeno 2.000 idee per un nuovo successo commerciale: dunque idee a getto continuo o, meglio, un flusso che mai si ferma. Ideaflow. Un termine che descrive il numero di idee generate da un'organizzazione (misurate, ad esempio, in brevetti). Il flusso di idee continue è l'attività chiave di domani, sostiene Jeremy Utley, direttore dell'Hasso Plattner Institute of Design di Stanford il quale, assieme al designer e imprenditore Perry Klebahn, ha appena pubblicato il libro *Ideaflow: the only business metric that matters*. Ecco, in mega sintesi, tre consigli, o regole, per accelerare l'innovazione. 1) Produrre idee senza soluzione di continuità. Nella Silicon Valley sopravvive il cliché dell'idea da un milione di dollari, ma nella ricerca del nuovo conta soprattutto la quantità. Detto altrimenti, se si vuole avere una buona idea, bisogna prima averne molte. 2) Ascoltare i nuovi arrivati e debuttanti in impresa. Le proposte radicalmente nuove o insolite in genere non provengono da persone di vecchia data, ma dai nuovi arrivati che ancora sono vergini e non annoiati dal settore. 3) Condurre più esperimenti. Le analisi dei Big Data sono preziose e spesso migliori delle sensazioni e decisioni di pancia. Ciononostante, le aziende dovrebbero rimanere aperte agli small data e segnali deboli, per sperimentare intuizioni selettive che emergono, ad esempio, osservando il cliente.





—Future neurotech Dipendente, sorvegliato speciale

«La sorveglianza del cervello era nell'aria da tempo e ora inizia sul serio», afferma la professoressa di diritto statunitense Nita Farahany, una delle maggiori esperte di neuroetica. Prendiamo SmartCap. Questa fascia per capelli con elettrodi all'interno può essere indossata in modo invisibile sotto un berretto da baseball o un casco protettivo e misura le onde cerebrali di chi la indossa, come un EEG dal medico. Un'applicazione per cellulare valuta le onde cerebrali e se il lavoratore sta per addormentarsi, l'app lancia un allarme e, se lo si desidera, avvisa una seconda persona, ad esempio un supervisore. Sono già 5.000 le aziende in tutto il mondo che utilizzano SmartCap: aziende di trasporto, imprese edili, aziende minerarie, compagnie aeree. Oppure gli auricolari MN8 che misurano le onde cerebrali. Se le cosiddette onde alfa indicano che la concentrazione di un impiegato/a sta diminuendo, allora sul computer portatile appare un messaggio tipo "Ciao Cristina, è ora di fare una pausa". Questo sistema è stato sviluppato dal produttore Emotiv (emotiv.com) insieme a SAP. Per gli ottimisti che comandano un sogno: grazie ai sensori cerebrali, i compiti possono essere dosati in modo tale che il dipendente non sia né troppo né poco impegnato. Per i pessimisti, ovvero tutti gli altri, un vero incubo di uomo-automa. Ma al solito, la propaganda venderà il tutto come un sano passaggio dalla scrivania ergonomica alla "ergonomia cognitiva". Auguri.

—Future mobility Leasing a guida autonoma

Il cosiddetto (da me) secolo delle macchine riserva continue sorprese e invasioni di campo sul nostro libero arbitrio. Per esempio, se in futuro si salta una rata del leasing, il sistema di climatizzazione dell'auto può entrare in sciopero. Se ne salta un'altra, saltano anche i regolatori dei finestrini, la radio e il sistema di navigazione. Infine, il motore non si accende nemmeno. Se ancora ci si ostina a non pagare le rate, allora il produttore prende il controllo completo in remoto e l'auto a guida autonoma torna alla concessionaria. Fantascienza? Ancora sì. Ma intanto la Ford ha brevettato tutte queste funzioni, inclusa quella che fa andare l'auto da sola dallo sfasciacarrozze se il valore residuo del veicolo è ritenuto troppo basso.



—Future AI

Nessuno mi può giudicare



<https://tinyurl.com/523x697z>
<https://github.com/features/copilot>
<https://tinyurl.com/mu724hw6>
<https://stablediffusionweb.com>

Nemmeno tu. Coloro che tirano i fili delle IA marionette, al momento se la spassano scorrazzando indisturbati per la città incuranti di qualsiasi codice della strada.

01/ In futuro, tutti avranno un AI smart agent

Questo assistente, in sostanza, è un programma informatico dotato di intelligenza artificiale che esegue autonomamente compiti complessi, gestisce l'agenda personale, risponde alle domande, prenota cose e aiuta a risolvere i problemi quotidiani ("come faccio a riparare la catena della bicicletta?"). L'IA può essere raggiunta tramite chat di testo o comando vocale, ad esempio tramite WhatsApp.

02/ L'IA generativa cambia ogni lavoro di conoscenza

Il software Copilot (uno dei tanti) fornisce ai programmatori codici già pronti all'uso per qualsiasi compito. Questi programmi di assistenza saranno presto disponibili anche per medici, avvocati e ingegneri. Vantaggi per l'utente: si possono scrivere testi più velocemente e avere da parte dell'intelligenza artificiale nuove idee e dritte per accelerare lo sviluppo di prototipi.

03/ Molti processi saranno più economici e veloci

Nel servizio clienti, ad esempio, gli algoritmi creativi saranno presto indispensabili: l'intelligenza artificiale può trasformare una chiamata registrata in un testo, quindi riassumerlo e capire il motivo della chiamata. Nella prima fase, i programmi di assistenza IA rivoluzioneranno lo sviluppo del software. In futuro, molti software saranno sviluppati alla metà dei costi e del tempo.

04/ Copiare il compito è un gioco da ragazzi

Non saranno più necessarie né competenze di programmazione né altre conoscenze informatiche per essere aiutati da algoritmi generativi. In futuro, usare l'IA sarà facile come usare un qualsiasi motore di ricerca. Già oggi molti autori si fanno scrivere storie da ChatGPT, tant'è che si parla di invasione di bot romanzi negli scaffali delle librerie.

05/ Gli esseri umani non diventeranno superflui

Gli algoritmi creativi si occupano principalmente di lavori poco impegnativi che richiedono tempo, come cercare e ordinare informazioni, riassumere o tradurre testi, prendere semplici decisioni, ma non saranno in grado di padroneggiare le tipiche abilità umane (relazioni, comprensione, empatia, strategia, giudizio ecc.). In definitiva, anche un programma come ChatGPT è solo una versione avanzata del “completamento automatico”, ma non comprende il mondo in senso stretto.

07/ Lo Tsunami ChatGPT dichiara guerra ai creativi

Mentre Amazon conta già più di 200 titoli di libri in cui ChatGPT è indicato come coautore e mentre Spotify rimuove migliaia di canzoni create (rubate?) con l'IA di Boomy, che ne ha realizzate ben 14 milioni, Goldman Sachs avverte che almeno 300 milioni di posti sono a rischio e questa volta riguarda anche creativi e lavoratori della conoscenza. Ovvio, se le sessioni di brainstorming sono gestite da IA.

09/ Speed hiring: arriva il recruiter Speedy Gonzales

Il 70% delle aziende statunitensi utilizza già algoritmi per la selezione del personale. La preselezione “artificiale” dei candidati funge da turbo per il processo di selezione, con un risparmio in media di 35-40 giorni. Nei prossimi anni l'automazione della selezione diventerà standard, perlomeno per posizioni commerciali e di medio-basso livello.

06/ I rischi dell'IA sono in aumento

Algoritmi come ChatGPT sono stati addestrati con testi provenienti da internet. Hanno visto molta aggressività e informazioni sbagliate. Questo si riflette nelle risposte. Lo scienziato statunitense Carl Bergstrom li chiama perciò “generatori di stornzate casuali”. Inoltre, l'IA generativa funziona come una scatola nera. È impossibile capire come la macchina arrivi a un'affermazione. Questo limita, per ora, il suo utilizzo nelle aziende.

08/ Dispute sul copyright rallentano la corsa

L'IA è ormai entrata nei processi aziendali. Non c'è più modo di rimettere il “genio” nella bottiglia, ma senza regolamentazione scatta molta confusione. Chi ha mai acconsentito che il lavoro creativo diventasse materiale didattico per gli algoritmi? A breve, molti artisti, autori e programmatori, inizieranno a fare causa alle società di IA. Nel frattempo, nascono dispute sul copyright delle creazioni dell'algoritmo che molte leggi sui diritti d'autore non riconoscono (l'opera dev'essere una creazione intellettuale di un essere umano). Quindi, ogni azienda potrebbe oggi usare la pubblicità del concorrente se generata da IA.

10/ Il termine “intelligenza artificiale” scompare

Il fatto che questi software abbiano funzioni predittive e creative sarà dato per scontato nel giro di pochi anni. Poiché l'IA è integrata ovunque, il termine “intelligenza artificiale” dovrebbe logicamente scomparire dalla vita quotidiana, a meno che non prevalga il suo utilizzo retorico di governance su una massa (di umani) sottomessi e in perenne soggezione.

—Future management

Il talento è mio e lo gestisco io



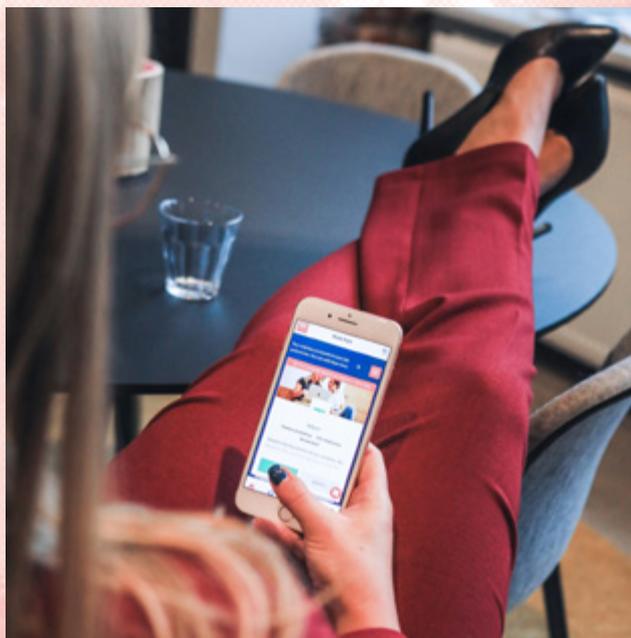
<https://www.aixfoam.de>
<https://www.exmanifesto.com>
<https://jobs.diconium.com/en/>
<https://www.talentsconnect-ag.de>

Giusto, ma bisogna prima trovarli, poi motivarli e infine tenerli. Ma non in gabbia. Diciamolo: quello che i manager dovranno essere in grado di fare in futuro in tema gestione risorse umane è tanta roba.

—Nuove tendenze

Termini di moda

Mentre il purpose perde appeal, tre termini prendono quota in questo pazzo, pazzo mondo dei trend delle risorse umane. Iniziamo dal primo. Employee Experience (EX), che si riferisce all'esperienza del collaboratore o, meglio, di tutto ciò che si sperimenta sul posto di lavoro. Viene valorizzato abbastanza? Attualmente, negli Stati Uniti si sta formando un movimento attorno all'abbreviazione EX. I sostenitori di Exmanifesto affermano perentori: in futuro, i dipendenti devono essere al primo posto perché sono la risorsa scarsa, non i clienti. Poi abbiamo l'offboarding: in futuro sarà sempre più importante che questa partenza avvenga in modo positivo e apprezzato poiché investire in questo processo produce maggiore fidelizzazione dei talenti e, sì, anche riassunzione dei cosiddetti dipendenti boomerang (che vanno e poi tornano). Infine, abbiamo la Neurodiversità. Curioso termine che, al pari della biodiversità, indica la convivenza e differenziazione delle differenze cognitive dei dipendenti. Non esistono due cervelli uguali e dunque il manager moderno deve usare differenti approcci. Per dire: un nuovo dipendente preferisce leggere il wiki dei dipendenti, un altro vuole che le attività siano spiegate da un mentore.





—Talenti in fuga? Attiva le giuste barriere

1) Riportare la calma in ufficio. E il silenzio. Negli ultimi due anni molte aziende hanno inaugurato nuovi uffici, dove i lavoratori in remoto e i colleghi dovrebbero incontrarsi. Tutto bene, ma spesso il livello di rumore aumenta perché i nuovi locali sono più aperti e c'è più andirivieni. Secondo un sondaggio di HR Magazine, il 52% dei lavoratori teme che il rumore in ufficio li renda improduttivi. Intervenire. 2) Creare più spazio di coworking. Fra gli smart worker, il tasso di turnover è elevato. Il motivo: manca un vero contatto umano e il legame sociale con l'azienda si spezza. Investite in gradevoli spazi di coworking dove i professionisti in remoto possano socializzare e scambiare idee. Consiglio forse banale ma utile dopo l'isolamento pandemico. 3) Pagare retention bonus, moderati. Molte aziende incentivano i loro top performer con bonus una tantum. In singoli casi può avere senso, ma non su larga scala, soprattutto perché se alcuni ricevono un pagamento speciale e altri no, questo provoca insoddisfazione nel team. 4) Ottimizzare il design degli uffici. Durante la pandemia, molti dipendenti hanno imparato ad apprezzare un ambiente di lavoro piacevole a casa e non vogliono tornare in uffici mal progettati. Un buon design prevede: aree per tenere riunioni spontanee, aree per il lavoro concentrato (deep work) e zone di transizione per passare dall'ufficio open space all'area con le cellule pensanti. Banale dirlo, ma bisogna riportare le piante d'appartamento, perché il verde in ufficio abbassa i livelli di stress e la luce del sole in tutte le aree di lavoro. Infine, le forme. Più l'ufficio è "rotondo" meglio è, giacché la sola vista di mobili o elementi decorativi spigolosi produce nel cervello l'ormone dello stress, il cortisolo.

—Caccia al candidato Mi paghi, ma quanto mi paghi?

Cosa c'è da guadagnare qui? Ai giovani candidati della Generazione Z piace andare al sodo e si aspettano un messaggio chiaro al riguardo. Ma non solo loro. L'82% di tutti i dipendenti ritiene che un datore di lavoro debba almeno indicare una fascia di retribuzione in un annuncio di lavoro, mentre il 31% addirittura la cifra esatta. Questo è il risultato di un sondaggio condotto dalla piattaforma di valutazione dei datori di lavoro Kununu in Germania. Insomma, il voto dei candidati è chiaro: basta con la segretezza degli stipendi. La trasparenza salariale è in pieno trend: una misura semplice che porta subito a un maggior numero di candidati quando si fanno inserzioni per ricerca personale.

—Strategie di recruiting Vendere jobs come libri su Amazon

Rendere la ricerca di un posto facile come lo shopping online: questa è la linea guida per il futuro. Molte aziende stanno cambiando radicalmente la propria strategia per il processo di reclutamento copiando le dinamiche e le logiche dell'e-commerce. I posti di lavoro vengono venduti con gli stessi mezzi e modalità con cui Amazon vende libri e Booking vende camere d'albergo. In fondo è semplice: bisogna semplificare le cose per i candidati e sì, trovare un lavoro deve essere facile e intuitivo come trovare un volo su EasyJet. In Germania, molte imprese usano ora servizi come JobShop del provider Talentsconnect che funzionano come un negozio online. Tutto è orientato alla cosiddetta conversione, cioè a trasformare il visitatore in un candidato.

FUTURETECH

INVENZIONI & INNOVAZIONI

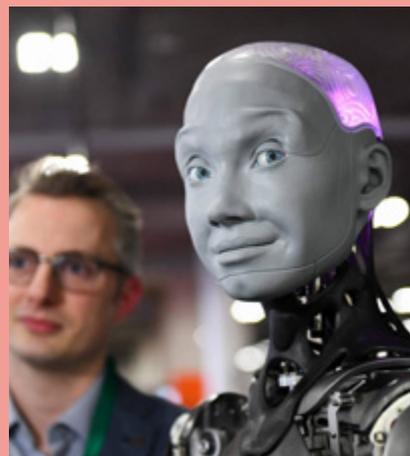


I MAGGIORDOMI ROBOT

Nei film di fantascienza appare spesso il robot maggiordomo. Finora macchine di questo tipo sono state considerate pura finzione. Ma ora i robot di assistenza stanno arrivando! All'ultima Tesla investor conference, Elon Musk, mentre presentava le ultime versioni dei robot Optimus, annunciava che questi assistenti potrebbero diventare un mercato più grande di quello delle automobili. Che dire? Beh, intanto che Google ha costruito un robot di assistenza

che capisce i comandi testuali in modo intuitivo e poi che sempre più aziende, tipo la britannica Engineered Arts, lavorano a interlocutori artificiali. Finora le funzioni di queste macchine erano limitate. Ma grazie all'IA presto capiranno istruzioni senza spiegazioni e impareranno a improvvisare. I primi robot maggiordomo saranno sul mercato nel 2030, ma visti gli alti prezzi si diffonderanno nelle case non prima del 2035.

↳ <https://www.engineeredarts.co.uk>



HYPERSHELL.CC

Quanti cavalli ha il tuo corpo? Hypershell risponde con il primo esoscheletro per il mercato consumer che fa correre tutti come un ventenne in gran forma.

↳ www.youtube.com/watch?v=EzW_0LhJzqk&t=1s



NBA.COM

Il campionato di basket NBA ha introdotto un servizio che tramite un'app consente al fan di assumere il ruolo di un atleta in campo. Vedere video.

↳ www.youtube.com/watch?v=Rv0qBbJq4qQ&t=3s



BOXING-BUDDY.COM

Questo sacco da boxe tira cazzotti! Boxing Buddy è dotato di due braccia meccaniche che si estendono in modo casuale per allenare meglio lo sportivo.

↳ <https://www.youtube.com/watch?v=y4mejzQ3vBI>



ASAHIGROUP-HOLDINGS.COM

I nuovi distributori automatici del colosso giapponese Asahi assorbono e immagazzinano CO₂ per trasformarla in fertilizzante e calcestruzzo. Sostenibile?

↳ <https://www.youtube.com/watch?v=Hm-QLVxfnY>



PACKTIN.COM

Una startup italiana recupera sottoprodotti alimentari, tipo bucce di verdura, per ottenere farine vegetali aromatizzate. Altroché insetti e vermi!

↳ <https://www.youtube.com/watch?v=PMH8spCRh-c>



CORKBRICK.COM

I mattoni in sughero di Corkbrick, simili ai classici Lego, permettono a chiunque di realizzare, in casa o in ufficio, strutture e mobili flessibili e, sì, anche belli.

↳ <https://www.youtube.com/watch?v=gmygZebz2HA>