

Indice

Prefazione <i>di Roberto Saracco</i>	XI
--	----

Introduzione	XV
---------------------	----

Struttura del libro	XIX
----------------------------	-----

Prima parte Anticipare il futuro

1 Un futuro sempre più imprevedibile, vicino e singolare	3
1.1 L'apparenza inganna	3
1.2 Un fenomeno complesso non è prevedibile	7
1.3 Viviamo in sistemi sempre più interdipendenti	10
1.4 Viviamo in tempi esponenziali	13
1.5 Il futuro arriva come un gatto	16
1.6 Viviamo in ambienti con risposte sempre più amplificate	17
1.7 Biforcazione ed effetto farfalla	20
1.8 Un cambiamento interconnesso, accelerato e discontinuo	23
Highlights 1	27
2 L'innovazione disegna il futuro	29
2.1 Come si afferma il dominant design	29
2.2 L'innovazione nasce in periferia lontano dal dominant design	36
2.3 L'innovazione è una disobbedienza andata a buon fine	38
2.4 L'innovazione è coevoluzione: grazie ai barbari	41
2.5 L'innovazione è anche exaptation: il pollice del panda e i pennacchi di San Marco	43
Highlights 2	47

3	Come rispondere alla complessità del futuro	49
3.1	Obiettivi e approcci dell'anticipazione	49
3.2	Essere flessibili	52
3.3	Essere tempestivi	54
3.4	Essere resilienti	55
3.5	Cogliere i segnali deboli	58
3.6	Comprendere i trend	62
3.7	Costruire scenari	64
	Highlights 3	67
4	Come anticipare il futuro	69
4.1	Dalla previsione all'anticipazione	69
4.2	Nuove capacità per definire le risposte per il futuro	72
4.3	Presenti diversi, percorsi multipli e scenari possibili	74
4.4	La storia dell'anticipazione	77
4.5	Foresight a livello di Paese, settore e azienda	80
	Highlights 4	83

Seconda parte

Organizzare e gestire il Corporate Foresight

5	Il Corporate Foresight	87
5.1	L'anticipazione in impresa	87
5.2	Le radici dell'anticipazione	88
5.3	Gli obiettivi del Corporate Foresight	92
5.4	Le resistenze al Corporate Foresight	94
5.5	Come superare le resistenze al Corporate Foresight	98
5.6	I due pilastri del Corporate Foresight	100
	Highlights 5	103
6	Il primo pilastro del Corporate Foresight: l'organizzazione	105
6.1	Le generazioni della Ricerca e Sviluppo	105
6.2	Ricerca e Sviluppo: storia di un matrimonio fallito	110
6.3	Anticipazione e Ricerca: l'annuncio di un nuovo matrimonio	113
6.4	Da Ricerca e Sviluppo a Connessione e Sviluppo	116
6.5	Acquisizione versus Connessione della Ricerca	118
6.6	Il foresight come scouting	119
6.7	Forme organizzative per il foresight	124
6.8	Gli attori del foresight	128
	Highlights 6	131

7	Il secondo pilastro del foresight: la gestione	133
7.1	I quattro orientamenti del Corporate Foresight	133
7.2	Il processo di Corporate Foresight	135
7.3	Metodologie di foresight	138
7.4	Analisi di scenario	143
7.5	Technology roadmapping	145
7.6	Analisi morfologica	147
7.7	Analisi Delphi	150
7.8	Analisi cross-impact	152
7.9	Trend Impact Analysis	157
7.10	Il sogno del chiodo e il rischio del martello	159
	Highlights 7	161
8	La metodologia proposta di copertura del futuro	163
8.1	Il problema della coerenza strategica	163
8.2	Il framework della metodologia	165
8.3	Analisi delle caratteristiche di trend, visione e prodotti	167
8.4	Analisi di coerenza tra trend, visione e prodotti	169
	Highlights 8	173

Terza parte
L'anticipazione in Eurotech SpA

9	I trend del settore ICT	177
9.1	Trend e megatrend	177
9.2	Trend e megatrend dell'ICT	181
9.3	Il trend della simbiosi tra uomo e tecnologia secondo Eurotech	184
	Highlights 9	189
10	Aspetti organizzativi dell'anticipazione in Eurotech	191
10.1	Eurotech come fabbrica delle idee	191
10.2	Foresight, Ricerca e Sviluppo in Eurotech	198
10.3	La separazione di Ricerca e Sviluppo	199
10.4	L'unità organizzativa di foresight	202
10.5	Il comitato scientifico e il networking della ricerca	205
10.6	Strategia di partnership e acquisizioni	206
10.7	Partecipazioni di minoranza come opzioni reali per l'innovazione	207
10.8	Fattori soft organizzativi	208
10.9	Lesson learned per l'organizzazione	209
	Highlights 10	212

11 Aspetti gestionali dell'anticipazione in Eurotech	213
11.1 Analisi delle caratteristiche dei trend (T)	213
11.2 Analisi delle caratteristiche della visione (V)	214
11.3 Analisi delle caratteristiche dei prodotti (P)	216
11.4 Coerenza trend/visione (1)	218
11.5 Coerenza visione/prodotti (2)	220
11.6 Coerenza trend/prodotti (3)	220
11.7 Valutazione della bontà di anticipazione del futuro	222
11.8 Lesson learned per la gestione	224
Highlights 11	226

Quarta parte
L'arte svela il futuro

12 Conclusioni	229
12.1 Un percorso d'arte dentro la complessità del futuro	229
12.2 Sala 1 - Cambiamento interconnesso	230
12.3 Sala 2 - Cambiamento accelerato	234
12.4 Sala 3 - Cambiamento discontinuo	237
12.5 Immaginare il futuro	241

Postfazione <i>di Renato Quaglia</i>	243
--	-----

Ringraziamenti	251
-----------------------	-----

Appendice. La mappa del futuro secondo il Future Forum	253
---	-----

Indice delle tabelle	257
-----------------------------	-----

Indice delle figure	259
----------------------------	-----

Indice dei casi studio	263
-------------------------------	-----

Bibliografia	265
---------------------	-----

Breve biografia degli autori	277
-------------------------------------	-----