

# Sommario

MARZO / APRILE 2025 | ANNO 4, NUMERO 2

## Costruttori d'innovazione

*Intervista*

### 41 L'innovazione ... eretica

Dialogo con **Giovanni Moriani**

Così l'Intelligenza Artificiale modifica e plasma i modelli organizzativi

*di Dario Colombo*



8

## SPECIALE

*Datacrazia vs Management*

### 9 Manager e AI: chi decide?

Le aziende si affidano sempre di più

all'Intelligenza Artificiale nei processi decisionali.

Come sfruttare le potenzialità della tecnologia senza perdere l'ultima parola?

*di Michael Schrage, David Kiron*

## ARTICOLI

### 16 Stato e algoritmo: chi comanda?

Le piattaforme digitali sono poteri sovranazionali e governano con un loro ordine.

Qual è il ruolo dei singoli Paesi?

E come si garantiscono legittimità e trasparenza?

*di Lorenzo Casini*

### 21 L'arte di decifrare i numeri

L'AI può prevedere con precisione un attacco informatico, ma non ne comprende i motivi.

L'intervento umano è quindi essenziale per interpretare i dati. E per prendere decisioni informate.

*di Manlio Del Giudice, Luigi Ciro De Lisi, Valentina Cillo, Pietro Stilo*

### 29 Non aprite quella porta (all'Intelligenza Artificiale)

Spesso, l'uso di applicazioni di AI nelle organizzazioni non è presidiato.

È un rischio per la cybersecurity.

Ma basta farne un uso consapevole.

*di Antonella Longo*



#### **44 Brand con l'anima**

Il significato di un brand non è più solo nelle mani dell'azienda, ma si costruisce con i consumatori. È un segnale identitario.

*di Marcus Collins*

#### **51 C'è ancora un futuro per i negozi?**

Nonostante l'espansione dell'ecommerce, anche il Retail può avere lunga vita. Ecco come rilanciare i punti vendita fisici nell'era post digitale.

*di Romano Cappellari*

#### **63 La settimana corta funziona o è un flop?**

Per alcune aziende, lavorare quattro giorni invece che cinque è un successo organizzativo.

Per altre è un progetto irrealizzabile. La chiave del successo è nell'esecuzione del progetto.

*di Benjamin Laker, Chidiebere Ogbonnaya*

### **LEZIONI DI LEADERSHIP**

#### **36 Salvare le grandi idee dall'immobilismo dei manager**

Spesso, le proposte migliori restano bloccate sulle scrivanie dei responsabili.

E spaventano chi non vuole cambiare.

Mancano le competenze per valutarle.

*di Vijaya Venkataramani, Kathryn M. Bartol*

### **ECONOMIA, SOSTENIBILITÀ E ALTRI MITI**

#### **56 Il mito del consumatore sostenibile**

La sostenibilità è un megatrend che influenza i comportamenti di consumo.

Ma serve conoscere (bene) i clienti per vendere (meglio) i prodotti.

*di Andreas von der Gathen, Nicolai Broby Eckert, Caroline Kastbjerg*

### **FRONTIERE**

#### **66 Ai senza regole (negli Stati Uniti)**

Diritto e tecnologia

*di Edoardo Raffiotta*

### **IN OGNI NUMERO**

#### **3 Editoriale**

#### **68 Executive Summary**

#### **72 Nel prossimo numero**

