

INDICE

	<i>pag.</i>
INTRODUZIONE	XI
Tra uomini e macchine, un altro mondo è possibile	

1

IL SENSO DELLA RIVOLUZIONE DIGITALE

1. La sintesi necessaria: chi vince e chi perde nei nuovi ecosistemi digitali	1
2. Visualizzare la sintesi: il digitale cancella vecchie dicotomie e ha bisogno di nuove parole	12
3. La sintesi più importante, quella tra uomini e macchine	20

2

DIGITALIZZAZIONE E MANAGEMENT

1. Disciplina manageriale e <i>paradigm shift</i>	27
2. Evoluzione dei modelli di riferimento nel management	33
3. Il primo salto evolutivo verso la flessibilità	36
4. I caratteri del nuovo management: auto-organizzazione	42
5. Fondare l'auto-organizzazione: condividere rischio e senso	47

3

DALLA MODERNITÀ ANALOGICA ALLA MODERNITÀ DIGITALE

1. Prima e seconda modernità: sistemi cognitivi in rivoluzione	57
2. Il punto di partenza: le conoscenze implicite del mondo pre-moderno	60
3. La rottura cognitiva realizzata dalla modernità: l'idea di progresso e la riproducibilità della scienza	62
4. L'imperativo della prima modernità per applicare il virtuale al reale: ridurre la complessità ammessa	66

	<i>pag.</i>
5. I mediatori analogici della prima modernità, che traducono la riproducibilità della conoscenza dal virtuale al reale	68
6. Come replicare e trasferire le conoscenze applicative: il ruolo dei mediatori analogici	71
7. Cambiando i paradigmi della modernità, cambiano anche i “contenitori” della conoscenza codificata da riprodurre	72
8. Poche, ma resilienti, sono state le sacche di resistenza	75
9. Emerge una nuova economia della conoscenza: cresce il valore della creatività intrecciato a quello dei moltiplicatori digitali	77

4

COMPLICAZIONE E COMPLESSITÀ: CREARE VALORE NELL'ERA DIGITALE

1. Tre driver della creazione di valore	85
2. Smaterializzazione	86
3. Gestione automatica	89
4. Esplorazione creativa	93

5

VELOCITÀ, IPER-CONNESSIONE, *GLOBAL VALUE CHAIN*

1. Le tre linee di faglia della <i>disruption</i>	99
2. Velocità: un sistema in via di costante accelerazione	99
3. Piattaforme: i luoghi dell'iper-conneSSIONE	106
4. Iper-conneSSIONE e disintermediazione	114
5. Dalla <i>servitization</i> alle <i>global value chain</i>	124

6

OGNI COSA SOTTO IL SOLE È GRATUITA. O NO?

1. Le origini	131
2. Il gratuito viene da lontano: sapere scientifico e replicabilità	134
3. Costo marginale zero ed economia del gratuito	136
4. La proprietà intellettuale del gratuito: dal copyright al copyleft	140
5. <i>The big picture</i> : beni comuni e <i>sense-making</i> delle comunità	148

pag.

7**SHARING ECONOMY**

- | | | |
|----|--|-----|
| 1. | I caratteri della <i>sharing economy</i> | 151 |
| 2. | Una mappa della <i>sharing economy</i> (e no): da Uber a BlaBlaCar | 153 |
| 3. | <i>Gig economy</i> : il lato oscuro della <i>sharing economy</i> | 160 |

8**IL LAVORO NELL'ERA DIGITALE**

- | | | |
|----|---|-----|
| 1. | Il rapporto tra lavoro e progresso tecnologico: le origini | 163 |
| 2. | ICT e lavoro: la presa di coscienza di una crescente polarizzazione | 165 |
| 3. | Oltre la polarizzazione: il fiorire delle nicchie e la <i>servitization</i> | 170 |
| 4. | Le macchine si fermano dove cominciano creatività e intelligenza sociale | 173 |
| 5. | Quantificare la sostituzione | 177 |
| 6. | Una transizione dolorosa, ma verso il mare delle possibilità | 180 |
| 7. | <i>Smart working</i> : fascino e insidie del lavoro intelligente | 184 |
| 8. | Nuove generazioni, nuovi lavori, nuove competenze | 190 |

9**UN MODELLO INTERPRETATIVO PER LA TRANSIZIONE: LE 4x2R**

- | | | |
|----|--|-----|
| 1. | Dalla perdita del controllo all'evoluzione dialettica | 201 |
| 2. | Il modello 4x2R in concreto: la dinamica della <i>Platform Economy</i> | 204 |
| 3. | Il modello 4x2R in concreto: la trasformazione del commercio | 208 |

10**GESTIRE LE 4x2R: L'ORGANIZZAZIONE SI FA RETE**

- | | | |
|----|---|-----|
| 1. | L'evoluzione delle forme organizzative nel divenire delle 4x2R | 211 |
| 2. | La transizione dell'organizzazione nelle prime 3 fasi | 213 |
| 3. | La sintesi della fase 4: la rete auto-organizzata orientata | 218 |
| 4. | L'apertura: il fondamento delle reti auto-organizzate orientate | 224 |
| 5. | Il contesto italiano: disegnare strategicamente le reti tra imprese | 229 |

11**GESTIRE LE 4x2R: IL LAVORO CHE CAMBIA**

- | | | |
|----|---|-----|
| 1. | Fase 1: Rottura del lavoro futuro, Resistenza del lavoro presente | 233 |
|----|---|-----|

	<i>pag.</i>
2. Fase 2: il cambiamento tra Restaurazione e Rivoluzione	237
3. Fase 3: Resilienza e Riflessività al lavoro	239
4. Fase 4: Riprogettare e Riorganizzare il lavoro	247

12

GESTIRE LE 4x2R: LA NUOVA GEOGRAFIA DEL VALORE

1. La geografia del valore ereditata dal Novecento	253
2. La rottura post-2000: cambia la concezione e l'esperienza dello spazio	255
3. La nuova concorrenza tra i territori: tra Rivoluzione e Restaurazione	257
4. L'evoluzione Resiliente e Riflessiva che ha prevalso sinora	259
5. Ri-progettazione e Ri-organizzazione: l'impresa diventa glo-cale muovendosi nel nuovo spazio multi-livello	262
6. Gli uomini che servono per operare nello spazio iper-connesso ormai praticato dalle imprese	267
7. Nuovi modelli di business per lo spazio multi-livello	269

ALCUNE CONSIDERAZIONI DI METODO IN LUOGO DI UNA CONCLUSIONE

La meta ci spinge a partire, ma ciò che conta è viaggiare insieme	275
---	-----

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI	279
---------------------------	-----

ATTRIBUZIONI: *Pur essendo frutto di un lavoro di progettazione comune, il libro deriva dalla somma di due apporti complementari: a Francesco Rullani sono attribuibili l'Introduzione e i capitoli 1, 2, e da 5 a 11; ad Enzo Rullani sono attribuibili i capitoli 3 e 12. Il capitolo 4 e la conclusione invece sono stati redatti congiuntamente.*

FINANZIAMENTO: *Francesco Rullani ringrazia il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca per il supporto finanziario ricevuto [Progetto CUP B81J12002690008].*