

“ANTICIPARE I RISCHI: L’ANALISI DI MARCO ZANARDI SUL TEMA DEI FUTURE STUDIES”

Proseguendo sul tema dei FUTURE STUDIES, ospitiamo con piacere il secondo commento di Marco Zanardi sulle discipline che indagano gli scenari alternativi del futuro: “Anticipare i Rischi”.

“ANTICIPARE I RISCHI

La sfida alla **Complessità** è un grande opportunità e non deve essere malvista e impopolare. Capire come funzionino realmente un sistema o un’organizzazione costituita da numerosi elementi interconnessi e molto diversi fra loro può essere impegnativo sotto il profilo cognitivo, sfidante per le nostre conoscenze, per le abitudini, per la “routine” ma è obbligatorio per aggiornare le nostre sicurezze e ripetitività.

Spesso dimentichiamo di **“essere in divenire”** e assolutizziamo quei momenti di pausa che ci servono per assestarci ma che in effetti devono intendersi solo come “soste” temporanee. Lo facciamo lasciandoci indebitamente condizionare dalla logica astratta della matematica, che appunto va in senso opposto rispetto a quella storico-filosofica.

Il conoscere è movimento interno e continuo ed il fatto che tali sistemi ed organizzazioni siano difficili da capire non li rende di per sé inefficienti. La complessità apporta vantaggi cruciali, soprattutto in ambienti caratterizzati da dinamismo e incertezza.

Pertanto appare evidente che nell’attuale scenario operativo, la reattività verrà sostituita dalla **proattività**: non più proteggere ma anticipare con precisione chirurgica le possibili rotture ed aree di miglioramento.

I talenti ed il management dovranno concentrarsi con tutta probabilità, nel prevenire le nuove forme di rischio a cui i sistemi saranno soggetti: gli effetti collaterali di questi sistemi, gli imprevisti, i “cigni neri”, ossia quegli eventi molto improbabili che spesso consideriamo impossibili, ma che possono sempre accadere.

Sarà necessaria una **nuova forma di “governance multidisciplinare”** per la estrema articolazione e sofisticazione che dovrà prevenire le forme più minacciose di rischi a cui il business oggi è sensibile. Forme di rischio che, come la loro scalabilità operativa, tenderanno a crescere con il successo del business.

Per questo motivo serve una comprensione profonda del contenuto competitivo (*as is*) e degli scenari (*to be*) che devono passare da 3 ambienti:

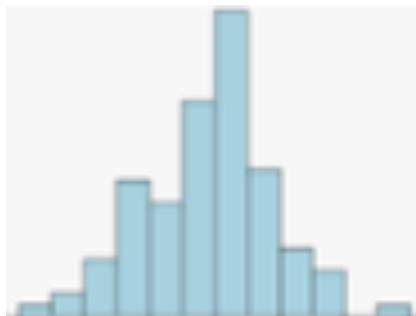
FORECAST
FORESIGHTS
ANTICIPAZIONE

FORECAST:

è una componente previsiva che lavora bene in finestre temporali brevi (es PIL) o molto lunghe (cambiamenti climatici), con alcune importanti eccezioni (evoluzione demografica) ma che incontra problemi con le finestre temporali intermedie; richiede dati affidabili.

E' "past oriented".

IMMAGINE 1



FORESIGHT:

non ha natura previsiva ed ha il focus sulle finestre temporali intermedie. Esplora futuri possibili, può lavorare con informazioni incerte e ambigue. Limitata comprensione della complessità.

E' prevalentemente "future oriented".

IMMAGINE 2

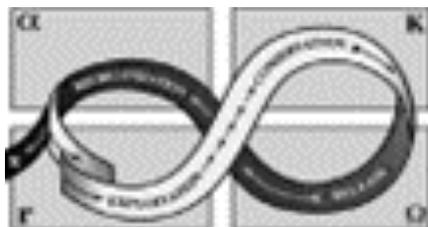


ANTICIPATION:

non ha natura previsiva ma genera una consapevolezza dei fenomeni naturali e sociali. Lavora con informazioni incerte e ambigue, punta a sfidare i modelli mentali dei decisori. Focus su articolazione e prioritarizzazione delle decisioni.

E' prevalentemente "present oriented".

IMMAGINE 3



Per poter utilizzare questi 3 ambienti servono **competenze multidisciplinari** che consentano di capire in profondità contesto, dinamiche ma anche le possibili motivazioni, azioni e contesti degli "umani" originatori delle minacce (sicuramente **competenze STEM** ma anche **SCIENZE SOCIALI ed UMANE (psicologia, sociologia, antropologia)**).

Molte Corporation hanno creato unità di **FORESIGHT** che consentono all'impresa di scansare gli scenari multipli, cogliere i diversi presenti, i trend, i segnali deboli, le wild card ed **individuare percorsi multipli** per attuare un futuro possibile all'impresa."

Autore: Marco Zanardi, Presidente Retail Institute Italy, Vice Presidente Confindustria Intellect, Presidente Iodoumano e partner Bready Srl, Gennaio 2023

m.zanardi@retailinstitute.it

<https://www.retailinstitute.it/>

Per approfondimenti:

contatto@mkgmsgroup.it

<https://mkggroup.store/>

Pagina LinkedIn di MK Group: <https://www.linkedin.com/company/market-knowledge-srl>

Per ulteriori informazioni: [link> https://www.mkgmsgroup.it/contatti/](https://www.mkgmsgroup.it/contatti/)