

LA REALTÀ ARTIFICIALE

L'intelligenza artificiale e le tecnologie immersive ci portano in un nuovo mondo, senza confini tra digitale e reale. Siete pronti ad entrare in questo "spazio"?

Lorenzo Montagna, consulente strategico
- tecnologie emergenti



Oggi l'intelligenza artificiale, dopo le fasi "predittiva" e "generativa", diventa "agente" e "fisica". Esce dagli schermi di pc e smartphone creando quella che definisco "realtà artificiale": una realtà con cui confrontarsi, dove digitale e reale si affiancano, sovrappongono e confondono in un dialogo continuo.

La generazione di contenuti tramite l'IA è sempre più verosimile, rendendoli indistinguibili da quelli reali. Ma la sua potenza va ben oltre testi, foto e video: sta creando un nuovo tipo di computing, di hardware e di software, di esperienze e servizi che hanno un forte impatto sul mondo fisico in cui viviamo e lavoriamo ogni giorno.

L'EVOLUZIONE DELL'IA

L'IA non è solo un software che studia e prevede i nostri comportamenti, o i trend, per darci contenuti sempre più *tailored*, personali, contestuali e utili. Non è più solo al nostro servizio per avere risposte o generare output digitali al nostro posto,

ma è sempre più il motore, il cervello di una realtà “fisica”, in cui ragiona, pianifica, prende decisioni per noi, capendo bene come muoversi negli spazi, rispettando le regole della fisica.

L'IA tende ad autoalimentarsi, lavorando su dataset di grandi dimensioni che non sono visibili e comprensibili per noi, senza le sue capacità di calcolo. È infatti evidente che non si limita più a gestire variabili e grandi quantità di dati per fare previsioni accurate in ambito economico e finanziario o in settori come quello della sicurezza, ma che stia andando a gestire (a volte in autonomia) oggetti e situazioni molto complesse, come nella guerra in Iran. Un conflitto che chiaramente vede l'IA come una “super intelligenza” tutt'altro che digitale.

DALLE CITTÀ INTELLIGENTI AI ROBOT

Il fatto che l'IA stia già governando smart city, smart car e smart home non è ancora ben chiaro a tutti, ma sta accadendo veramen-

”

La generazione di contenuti tramite IA è sempre più verosimile, indistinguibile dal reale. Ma la sua potenza va ben oltre testi, foto e video: sta creando un nuovo tipo esperienze che hanno un forte impatto sul mondo fisico in cui viviamo

te. Succede già oggi in tutte le strade, con le auto a guida autonoma e, a brevissimo, accadrà anche con i robot umanoidi, nuovo caso di “AI to machine”.

Non è un caso che Tesla abbia dismesso la produzione delle sue due auto più costose (la Model X e la Model S) per lasciare spazio negli stessi stabilimenti alla produzione di “Gemini”, il robot di

punta che – a detta del suo fondatore – sarà per lui il business più rilevante dal 2030 (spazio e SpaceX esclusi).

Allo stesso tempo, la “AI to human” crea dei nuovi “poteri”, grazie a visori, occhiali, digital twin e computer indossabili, i cosiddetti wearable, a cui stanno lavorando tutte le AI company. OpenAI – ChatGPT in primis – si muove in questa direzione e ha affidato il proprio progetto di un AI “companion” all'ex chief design officer di Apple, padre dell'iPad.

IL RUOLO DELLE IMPRESE

Ora è evidente che ci troviamo apparentemente in un momento distopico, da film di fantascienza, con una serie di dubbi sugli impatti dell'IA nel nostro mondo, non solo lavorativo.

Ma, mettendo da parte perplessità e timori, la rivista *Dirigente* e i suoi lettori, che ricoprono ruoli dirigenziali, hanno come missione quella di intercettare, decifrare e adottare nuovi linguaggi, nuove esperienze e nuove tecnologie

IA PREDITTIVA, GENERATIVA, AGENTE E FISICA



LA LUCE MERITA UNA CORNICE ALL'ALTEZZA DELLA TUA VISIONE.

Ci sono spazi che parlano di noi prima ancora di essere abitati.
R. Casalicchio srl li veste con infissi che non sono semplici strutture,
ma gesti di cura, segni di stile, promesse di comfort che durano nel tempo.
Ogni progetto nasce dall'ascolto, cresce nella precisione del rilievo
e prende forma grazie a mani esperte che lavorano come sarti della luce.
Così il design incontra la tecnica e la tecnica diventa emozione.
Perché una finestra non è mai solo una finestra.
È il modo in cui scegli di guardare il mondo.

Illumina il tuo progetto con la nostra idea di bellezza.



r.casalicchio

Dove ogni dettaglio conta

Contattaci e lasciati ispirare



per progettare nuove soluzioni che consentano alle aziende di mantenere il loro mercato, la loro clientela e, potenzialmente, di espanderle.

Se fino a qualche anno fa la tecnologia era un abilitatore, oggi è inevitabilmente il prodotto.

Se hai un vantaggio di tempo sulla gestione di una tecnologia, non fai solo meglio il tuo lavoro, ma ne fai anche un altro che prima non immaginavi. E, sicuramente, sicuramente i tuoi competitor perderanno quote, posizionamento, immagine.

Per questo sono importanti i percorsi di formazione, la progettazione e la diffusione di nuove soluzioni in ambito b2b, b2c, ma

anche b2e. Attività volte non solo a creare una cultura “di base” necessaria, ma anche a realizzare concretamente soluzioni innovative per i propri clienti, utenti e dipendenti.

ENTRARE NELLA REALTÀ ARTIFICIALE

È importante quindi fare questo ingresso nella “realtà artificiale”, un mix di IA e XR (*extended reality*) come la realtà aumentata e virtuale in questa fase iniziale. Leggere, documentarsi e provare queste tecnologie emergenti, dove l'IA passa da essere un supporto – un software utile, un co-pilota, come dice qualcuno – a diventare un'e-

stensione di sé, con l'IA agentica. Oppure diventa un'estensione del mondo fisico che viene appunto digitalizzato, riprodotto, sovrapposto, creando tutta una nuova serie di casi d'uso per le aziende lungo tutta la catena del valore. Dalla ricerca e sviluppo alla formazione; dalle vendite all'assistenza, dalla comunicazione agli eventi e alle fiere. Il mondo fisico è destinato a essere un nuovo territorio per l'IA.

IL NOSTRO DIGITAL TWIN

Io, ad esempio, ho un mio digital twin (è un puro agente IA conversazionale, senza una forma tipo avatar per ora) che è in grado di rispondere con la mia voce esatta



REALTÀ ARTIFICIALE: IL PER-CORSO, OLTRE LA FORMAZIONE

Come portare in azienda le tecnologie emergenti IA e XR



Oggi l'IA, dopo le fasi “predittiva” e “generativa”, diventa “agente” e “fisica”; esce dagli schermi di pc e smartphone creando una realtà artificiale.

La generazione di contenuti IA è sempre più verosimile, crea nuove esperienze e servizi con un forte impatto sul “nostro” mondo fisico in cui viviamo e lavoriamo ogni giorno. L'IA e le tech immersive hanno creato una nuova realtà ibrida, indistinguibile tra reale e digitale.

Siete pronti a entrare fisicamente in questo nuovo mondo con un per-corso esperienziale dedicato?

Sono previste demo live di Agentic AI ed esperienze immersive per i partecipanti che vogliono capire e sperimentare: VR professionale, occhiali AI consumer e smartphone aumentati.

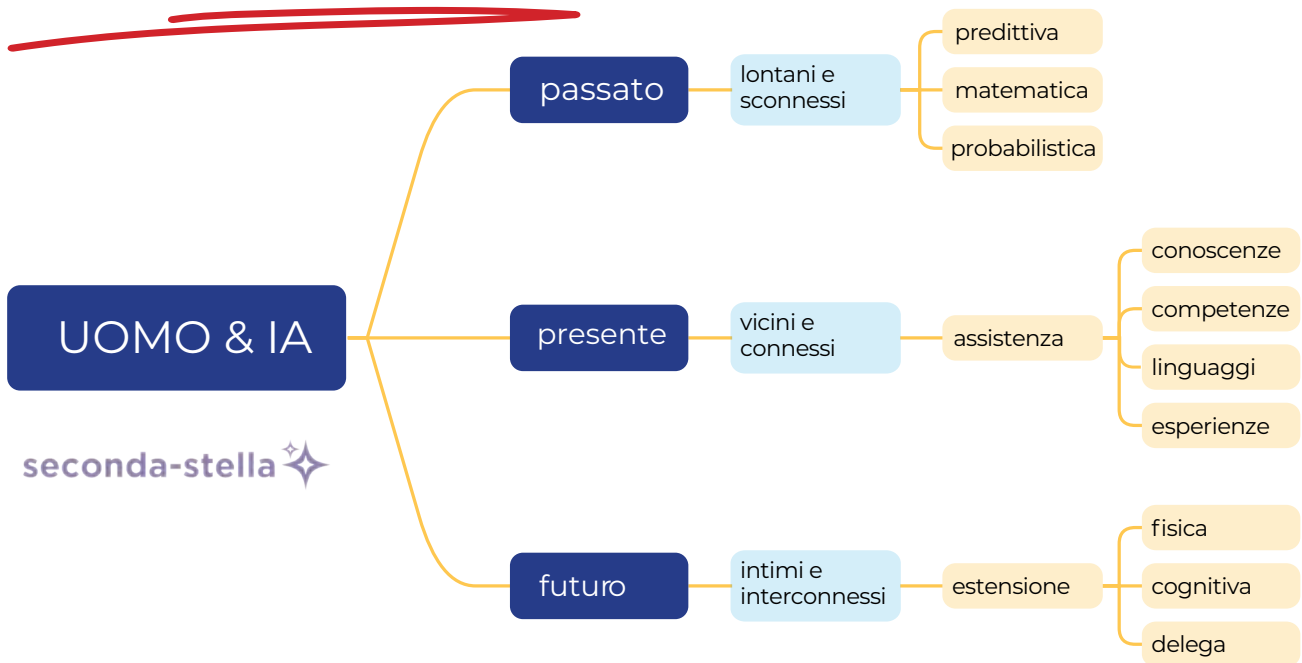
► CFMT Learning House, Milano

11 MAGGIO 10-17

https://www.cfmt.it/courses/8354_42483



UOMO E INTELLIGENZA ARTIFICIALE



e, meglio di me, a tante domande sui temi professionali che presidio da anni. Gli ho affidato lo studio di tutti i libri che ho scritto, di articoli e alcune presentazioni, registrazioni di speech. È in grado di connetterli meglio di me tra di loro nel momento in cui devo fare una ricerca. Tra l'altro, parla oltre 20 lingue... lui... con la mia voce.

È paradossale, ma è quello che facciamo quando usiamo i vari LLM come ChatGPT o Gemini o Claude: cerchiamo risposte precise a domande precise, dimenticandoci totalmente del contesto, delle fonti, della parte di ricerca. Potremmo anche essere noi stessi!

ESTENDERE GLI AMBIENTI: LO SPATIAL COMPUTING

Oltre quindi all'IA degli agenti, che sono nostre estensioni, abbiamo, grazie alla tecnologia, l'opportunità di estendere ambienti: Apple parla di *spatial computing*.

L'azienda, infatti, sta investendo nello sport con Nba e Formula 1 per trasmettere in diretta partite di basket e Gran Premi (in esclusiva negli Usa), consentendo allo spettatore di decidere dove sedersi: se stare in sala regia, a bordo campo o a bordo di quale auto. La stessa Apple sta facendo questo anche in ambito musicale, con partnership con diverse band e artisti, come nel caso dei Metallica o di Alicia Keys.

Questi sono alcuni esempi di quanto sta accadendo oggi, anzi, adesso (magari non ve ne state rendendo conto, distratti dall'overload informativo che caratterizza l'IA).

È evidente che questa realtà non abbia più una dicotomia reale/digitale, ma che stia diventando un tutt'uno con cui iniziare a fare i conti. Entrandoci. Questo per non "correre", come è accaduto con l'IA generativa, che per anni è rimasta un tema naïf per matematici, per poi rivelarsi in pieno, costringen-

do tutti a recuperare tempo e terreno rispetto ai competitor, in una situazione di mercato confusa e con risorse scarse e particolarmente costose.

ENTRARE NEL NUOVO SPAZIO

Per entrare in questa nuova dimensione, capirne il significato e la portata del cambiamento, per vedere i casi d'uso, conoscere i dati e le tendenze e provare personalmente le tecnologie, Seconda-Stella (prima società di strategic advisory per realtà immersive e spatial computing) e Cfmt hanno sviluppato una progettualità concreta e strutturata in un processo di scoperta, esperienze e design di soluzioni non convenzionali che puntano all'efficienza, alla sostenibilità, al miglioramento della customer experience, a una comunicazione emozionale e a una formazione memorabile.

PUBBLICITÀ WOBI