

DIRIGIBILE

Segnali di futuro visti dall'alto #95



Digitale carnivoro Il lato oscuro della rete

Il digitale intrappola e consuma ogni risorsa al fine di affermarsi e rendersi indipendente? Negli ultimi vent'anni, più o meno tutti hanno glorificato la tecnologia immateriale e i suoi immensi spazi in rete, fino alla recente esaltazione delle cosiddette transizioni gemelle (digitale ed ecologica). Infatti, di solito, transizione ecologica e transizione digitale vengono vendute da chi governa il mondo e l'economia come felice coppia. Io, invece, dico che sono inconciliabili. O l'una o l'altra. La tecnologia "immateriale" consuma oggi il 10% di tutta l'energia prodotta al mondo ed è altamente inquinante e inquietante, come mette in

guardia un recente e documentato libro (uno dei tanti). Si chiama *Inferno digitale* ed è già eloquente nel sottotitolo: "Perché internet, smartphone e social network stanno distruggendo il nostro pianeta". Già, perché? Forse perché il digitale non è mai sazio di risorse e, anzi, fa a gara con noi umani per accaparrarsele. Forse perché *Internet ci rende stupidi* (vecchio libro di Nicholas Carr) e ci porta dritti nel *Secolo della solitudine* (recente libro di Noreena Hertz). Forse perché in tutto il mondo scienziati, governi, aziende e consumatori stanno collaborando per trasformare la terra in un computer gigante e l'umanità in un

02/ PREZZI ESAGERATI

04/ RISORSE TROPPO UMANE

06/ MERCATI EMERGENTI

SAVE THE DATE:
GREAT MINDS TRAIN ALIKE
MILANO, 25/26 OTT 2023

→ https://bit.ly/cfmt_greatminds

enorme cervello connesso in rete e gestito dall'IA. O forse perché nell'omonimia si trovano risposte inaspettate. Ora, succede che poco tempo fa ho scoperto una pianta velenosa, altamente tossica, dal fiore elegante e seducente, molto usata anche in fitoterapia, che si chiama Digitale. Una pianta dal nome curioso e bizzarro derivante dal termine latino *digitus*, che significa dito, in riferimento alla caratteristica forma a ditale del suo scenografico fiore. Tanto bella quanto pericolosa. Esattamente come la tecnologia che ci ha abbagliati e sedotti in tutti questi anni. Come dice sempre il Crozza-Zaia: «Ragionateci sopra».

—Future signals

Segnali e trend in pillole



<https://tinyurl.com/55wc86ny>
<https://overture.life>
<https://lifeview.com>
<https://kyte.com>
<https://tinyurl.com/3mbn6d8>
<https://www.safara.com>
<https://go.travelandleisure.com>

<https://exclusiveresorts.com>
<https://tinyurl.com/4x3f878u>
<https://alchemist.dk>
<https://bluehillfarm.com>
<https://www.row7seeds.com>
<https://www.alinearestaurant.com>
<https://crucialdetail.com>



—Future restaurant

Ok, il prezzo è esagerato

Musica nuova in alta cucina: mille euro per un “semplice” menù saranno presto la normalità nei “normali” ristoranti di lusso. Questo, almeno, il parere del gastro-guru americano Nicholas Gill. Ecco alcune sue previsioni sul futuro della gastronomia di alta gamma: 1) *Prezzi alle stelle*. Un menù base al ristorante Alchemist di Copenaghen costa circa 660 euro. In futuro, uno standard per gli stellati. 2) *Compensi alle stelle*. Molti ristoranti stellati stanno in piedi grazie a stagisti mal retribuiti. In futuro, non sarà più possibile. 3) *Ristoranti aperti solo quattro giorni alla settimana*. Per attrarre talenti e personale qualificato in cucina si limiteranno gli orari di apertura, con addirittura chiusura nei fine settimana per consentire al personale di dedicarsi alla famiglia. 4) *Collaborazioni extra settoriali*. Molte concessionarie di auto o moto di lusso ospitano ora ristoranti stellati all’interno degli spazi. 5) *Side business in crescita*. Il ristorante Blue Hill vende i semi delle verdure che serve, mentre l’Alinea di Chicago commercializza stoviglie e utensili da cucina.

—Future signals

La moda dei microtrend

“Tranquilli, tutto torna dopo 20 anni”. L’affidabilità di questo rassicurante detto del mondo della moda non veniva mai messa in discussione. Ma ora il classico ciclo delle tendenze sta crollando a colpi di scure di microtrend, osserva l’autrice britannica di lifestyle Hannah Ewens. Ora i revival si susseguono così velocemente che tutto è di moda allo stesso tempo. O, meglio, se si guardano le foto di moda di oggi, spesso non si capisce in quale decennio siano state scattate. «Ogni tendenza, ogni epoca, ogni riferimento è presente, ovunque e contemporaneamente», afferma Ewens. Insomma, le grandi ondate di moda sono state sostituite dalle cosiddette microtendenze. Ovvero, un piccolo gruppo di persone crea una certa estetica per un breve periodo. Per esempio, il “Catholic chic” o il “Bimbocore”, microtrend che non durano un anno, ma forse solo qualche settimana. Difficile starci dietro, anche per il marketing.





—Future reproduction Figli, solo se artificiali

Come riportato da MIT Technology Review, un'azienda spagnola ha costruito un dispositivo che anche i non addetti ai lavori possono utilizzare per effettuare l'inseminazione artificiale. Il dispositivo si aziona con l'unità di controllo di una console per videogiochi Playstation. Insomma, verrebbe da dire che mettere al mondo dei figli è proprio un gioco da ragazzi! Ad oggi sono nati due bambini concepiti con il dispositivo e il produttore Overture Life sta lavorando per automatizzare completamente il processo (overture.life). Intanto, la startup americana Genomic Prediction analizza il Dna e dice quale embrione presenta determinati rischi di malattia, come il diabete, e promette di "ottenere" bambini perfettamente sani grazie all'analisi genetica. L'analisi costa 1.000 dollari Usa. L'azienda è co-fondata da Elisabeth Carr, la prima donna americana ad essere stata concepita in provetta. La futura generazione artificiale, di cui parlavo come trend nel mio libro *Trenta trend per il 2030*, corre spedita per prendere il posto di quella "naturale". Lo scenario: attualmente nascono ogni anno in tutto il mondo 500.000 bambini in provetta. Questo numero potrebbe salire a 10 milioni entro la fine del decennio. Allo stesso tempo, sempre più genitori opteranno per l'analisi genetica, nonostante le preoccupazioni etiche e nonostante la selezione degli embrioni resti comunque controversa, anche perché la validità delle previsioni del Dna è molto limitata, persino inaffidabile.

—Future service La Netflixizzazione dei mercati

Si parla tanto di subscription economy, ma intanto il mercato degli abbonamenti è ancora agli inizi, con un misero 3% delle vendite online (valore per gli Usa). C'è dunque margine di miglioramento ed esplorazione, come mostrano molti casi di test in corso, fra cui Bmw, che testa l'avviamento delle macchine tramite app a 10 dollari al mese, l'autonoleggio statunitense KYTE, l'abbonamento per i veicoli Tesla con un canone mensile di 995 dollari, per girare a New York e San Francisco per un periodo di tempo illimitato, e Alaska Airlines, con voli di andata e ritorno in California su abbonamento. Nel frattempo, nascono negli Stati Uniti sempre più subscription club di viaggio, con quote annuali per ottenere sconti in alberghi o resort di lusso con abbonamenti extra lunghi anche di 10 anni (case history: Safara, Travel & Leisure Club ed Executive Resorts).



—Future management

Gestire risorse umane, troppo umane



<http://www.handu.com>
<http://www.dqsolar.com>
<https://www.futuholdings.com>
<https://tinyurl.com/3eu6k2rs>
<https://www.killis.co.uk>
<https://tinyurl.com/5n6tryxs>
<https://tinyurl.com/5ecva3cv>
<https://tinyurl.com/4x43a3w4>

***D'accordo: questo è il secolo delle macchine,
in un mondo senza più forza lavoro umana.
Ma attenzione a non farsi abbagliare. A guardare
bene, in futuro, il successo di un'azienda sarà
determinato più che mai dai suoi lavoratori
umani. Sì, anche dagli operai.***



—Sfide future

Trattenere i blue-collar qualificati

Altro che terre rare, il problema sono le risorse rare e suona strano ma anche i colletti blu (esempio, conducente carrello elevatore) scarseggiano. In futuro, il successo di un'azienda sarà determinato anche da magazzinieri, camionisti, addetti alla produzione e tutti coloro la cui attività non può essere ulteriormente automatizzata. Questo comporta un nuovo compito per le aziende: devono professionalizzare ulteriormente i rapporti con questi lavoratori, finora sottovalutati. Ci sono molte cose da fare per tamponare, fra cui: offrire prospettive a lungo termine, facilitare il raggiungimento del posto di lavoro, mostrare più apprezzamento e gratificazione per i lavori più umili, verificare se l'home office è possibile parzialmente anche per queste categorie. Oppure, fare come Disney, che con il pionieristico progetto Aspire offre a tutti i dipendenti retribuiti a ore che lavorano per 90 giorni la possibilità di conseguire un diploma di scuola superiore o iniziare un corso di laurea mentre lavorano, a spese di Topolino & Co.



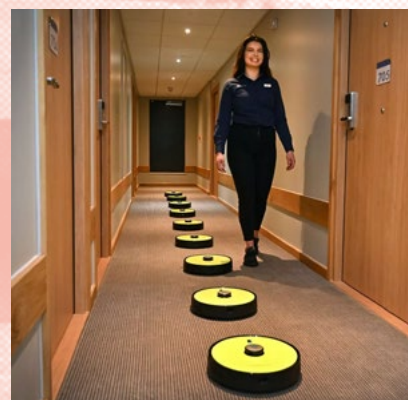
—Management innovation Il modello cinese fa scuola

Metamorfosi: da “i cinesi ci copiano” a “copiamo i cinesi”. Addirittura come “scuola” di management. In “How chinese companies are reinventing management”, l’Harvard business review smonta i luoghi comuni e avverte le imprese occidentali: qui c’è tanto da imparare. E non sorprende: le aziende che nel mondo crescono più velocemente sono proprio cinesi, avverte Fortune nella sua classifica, che vede ai primi due posti Daqo New Energy e Futu Holdings. Il loro punto di forza pare essere proprio lo stile di gestione che punta su compiti chiaramente definiti e una grande autonomia di dipendenti e team che da soli si procurano risorse e informazioni per le attività. Gli esperti chiamano tutto questo “digitally enhanced directed autonomy” potenziata digitalmente. Ecco 3 elementi “intriganti” del modello cinese di gestione.

1) *Dare ai dipendenti un ampio margine di manovra.* Le aziende cinesi puntano sull’autonomia di massa. Il Gruppo Handu, che opera nel settore dell’e-commerce, ne è la dimostrazione. Il gruppo è composto da numerose microimprese formate da tre persone, ognuna delle quali è responsabile di un prodotto. 2) *Agire rapidamente attraverso le piattaforme digitali.* Per le microimprese di Handu è molto facile lanciare un nuovo prodotto, poiché possono accedere a produttori interni o esterni direttamente tramite una piattaforma digitale. I team leader sono così in grado di far produrre rapidamente nuovi articoli in piccole quantità, senza dover consultare i middle manager. 3) *Focus radicale su un singolo compito.* Questo approccio è tipico della gestione cinese: ai team autonomi viene assegnato un compito ben definito, con linee guida chiare su budget e tempi. L’obiettivo viene poi perseguito con ingenti risorse.

—Carenza personale Le 5 contromisure

In molti settori le persone giuste sono difficili da trovare e tenere, ecco alcune contromisure: 1) *Largo ai giovani robot.* La catena alberghiera Travelodge ha recentemente acquistato 7.500 robot aspirapolvere RoboVac Buddy che ora puliscono i pavimenti dei 579 hotel britannici lasciando al team di pulizia, cronicamente a corto di personale, il tempo di concentrarsi sul rifacimento delle stanze. 2) *Attrarre personale garantendo il fine settimana libero.* Sempre più ristoranti di lusso limitano gli orari di apertura chiudendo durante il weekend. Spesso questo è l’unico modo in cui i ristoranti riescono a trovare personale qualificato. 3) *Porte aperte ai bambini in azienda.* Molti hotel statunitensi permettono al personale addetto alle pulizie di portare i propri figli al lavoro. I bambini fanno i compiti nei corridoi mentre i genitori puliscono le camere. 4) *Testare il modello dei 9 giorni.* Per molte aziende l’opzione della settimana di 4 giorni non è praticabile perché devono essere sempre a disposizione dei clienti. Una buona alternativa può essere il modello dei 9 giorni. Ciò significa che ogni due settimane tutti hanno il venerdì libero. L’azienda tecnologica neozelandese CloudCannon e l’agenzia del personale britannica Otta, ad esempio, stanno ottenendo buoni risultati con questo modello. 5) *Celebrate il grande “giorno del giudizio dei meeting”.* Molte aziende nel Regno Unito e negli Stati Uniti stanno attualmente cassando i meeting. Ovvero: il personale elimina dal calendario tutte le riunioni ricorrenti che in seguito vengono rinegoziate, idealmente più brevi, a intervalli maggiori e con meno partecipanti.



—Future market

Barometro dei mercati emergenti



<https://auroramedicine.com>
<https://www.tilray.com>
<https://www.grow-guru.com>
<https://tinyurl.com/mssaxn7d>
<https://www.harrys.com/en/gb>
<https://www.leapinc.com>
<https://www.wegovy.com>
<https://www.novonordisk.it>

Su cosa puntare e in che direzione andare? Da sempre l'innovazione è una scommessa e per giocare qualche fidejussore su un presunto mercato emergente bisogna rischiare. Quindi, prendete queste "dritte" con il dovuto distacco.

—Business globesità

Il peso della globalizzazione

Globesità. L'unica globalizzazione che ha veramente avuto luogo è l'obesità, equamente distribuita su tutto il pianeta. Le previsioni della World Obesity Federation sono fosche: entro il 2030 quasi la metà della popolazione potrebbe essere in sovrappeso. Un dramma, ma non per i cinici, che vedono un enorme (in tutti i sensi) mercato aprirsi. Al solito, i primi ad approfittare sono le farmaceutiche, che con le nuove iniezioni dimagranti, come Wegovy e Ozempic, già in vendita (una dose mensile da 900-1.300 dollari) in Danimarca e in Norvegia, promettono miracoli in termini di risultato e fatturato. Poco o nulla si sa sugli effetti collaterali a breve e medio termine, ma *who cares* quando, in 60 giorni di utilizzo, il peso corporeo diminuisce di circa il 15% e il farmaco potrebbe fruttare 150 miliardi di dollari secondo *l'Economist*. Certo, c'è spazio anche per altre idee. Parliamo di miliardi di persone/ consumatori.





—Settori in decollo

Se non atterrano male

1) Cannabis, il futuro business miliardario. In Germania, dal prossimo anno, ogni adulto potrà possedere 20 grammi di cannabis senza essere sanzionato, questa la promessa del ministro della Salute Karl Lauterbach. La legalizzazione della droga su vasta scala e territori è ancora lontana e molto dipenderà dall'adeguamento o meno della Ue al gioco tedesco, ma, in prospettiva, potrebbe creare non solo nuovi mercati di vendita, ma anche opportunità per i fornitori di tecnologia agricola. Perché la coltivazione della cannabis in serra è molto impegnativa. 2) Ristoranti to-go in piena espansione. Negli Usa le filiali pick-up stanno sorgendo un po' ovunque. Chipotle, Taco Bell, Starbucks e McDonald's stanno testando la ristorazione senza posti a sedere. Non sorprende: l'85% di tutti gli ordini nelle catene di fast food statunitensi sono ora da asporto. L'ondata del to-go potrebbe affermarsi anche in Europa, già solo per ragioni economiche. Infatti, se il ristorante si riduce alla cucina e al banco di servizio, il gestore risparmia parecchio sui costi di affitto, personale e pulizia. Chiaro, come spesso accade con le tendenze del mercato, il futuro è un "sia e sia". 3) I brand dell'e-commerce conquistano i centri città. Non certo una novità, ma il trend continua. Sempre più marchi che hanno fatto fortuna con la vendita online Direct-to-Consumer (D2C) ora invadono il mondo fisico (negozi). Negli Stati Uniti, brand come Tanya Taylor (moda), PetPlate (cibo per cani) o Lunya (pigiameria) stanno aprendo i loro negozi. Anche Amazon si sta spingendo nel mondo offline. Giusto. Chi vende solo via internet cresce rapidamente, ma per sfruttare tutto il potenziale dei clienti prima o poi bisogna aprire i negozi. Questo vale anche per chi vuole rivolgersi alla giovane e digitale Generazione Z che, secondo un nuovo studio, è tre volte più propensa ad acquistare in un negozio rispetto ai genitori.

—Previsione funesta

Lo spettro della regolamentazione

«In futuro, il 99% dell'economia e dei settori sarà regolamentato», afferma perentorio Marc Andreessen, uno dei più noti imprenditori e investitori della Silicon Valley. La sua tesi? Quasi ovunque il legislatore determina i prezzi, limita l'accesso o decide le tecnologie utilizzate. Di conseguenza, i prezzi nei settori regolamentati aumentano vertiginosamente. Il risultato: in pochi anni, le persone spenderanno molto di più per l'istruzione, la casa, l'assistenza e la sanità. Tutti gli altri prodotti e servizi (digitali e non) sono invece così a buon mercato grazie al progresso tecnologico che non hanno quasi più importanza. Questo, secondo lui, porterà a una bizzarra spaccatura dei mercati: tra qualche anno, potremo acquistare un televisore che copre un'intera parete per 100 euro, ma studiare costerà 1 milione di euro.

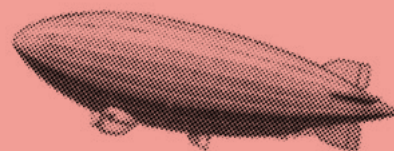
—Nuovo boom

Il mini secolo africano

Il secolo americano, il secolo cinese, il secolo delle macchine (IA) o magari un mini secolo africano? Beh, 5.000 persone si trasferiscono ogni giorno nella città nigeriana di Lagos. La metropoli conta attualmente 14,9 milioni di abitanti; entro il 2035 si prevede che ne avrà 24,5 milioni. Molte città della costa occidentale africana stanno crescendo a un ritmo altrettanto esplosivo. Città oggi poco conosciute saranno in futuro più importanti di Tokyo o New York, anche come mercato. Il mini secolo africano sta nascendo e se le attuali tendenze demografiche continueranno, nel 2100 circa il 40% della popolazione mondiale vivrà nel continente africano. Le aziende faranno bene a sfruttare subito il mercato africano, soprattutto il corridoio Abidjan-Lagos. È qui che vivranno e lavoreranno i consumatori di domani. Tempo di sentire il mal d'Africa.

FUTURETECH

INVENZIONI & INNOVAZIONI



L'AUTO DEL FUTURO DURERÀ 50 ANNI

Se un diamante è per sempre, perché non anche l'auto? Forse non è proprio questa la domanda che si è posto il professore universitario Günther Schuh quando ha presentato il prototipo di un veicolo universale elettrico a idrogeno. Fatto sta che e.Volution, questo il nome del veicolo e della startup, promette di durare 50 anni e oltre (oggi un'auto viene smaltita in media dopo 11 anni). La visione di Schuh:

in futuro, ogni cinque anni l'auto andrà in una cosiddetta fabbrica di riassetaggio. Lì verranno sostituite le parti difettose e circa il 12% di nuovi componenti: display, sensori, computer, batteria e tecnologia di sicurezza. Tutte le altre parti dell'auto rimangono invariate. Il docente ha comunque esperienza: insieme a Deutsche Post, ha portato sul mercato un veicolo elettrico per le consegne già nel 2014.

↳ <https://evolution-mobility.com>



HAPT.X.COM

Toccare un prodotto che non esiste ancora. I guanti di HaptX, con 150 microscopici palloncini incorporati, simulano il tatto. Costo: 4.500 dollari.

↳ <https://vimeo.com/762515445>



ZIMMERBIOMET.EU/EN

L'articolazione del ginocchio parla con il medico in remoto. Persona IQ Zimmer Biomet introduce articolazioni smart per un costante monitoraggio.

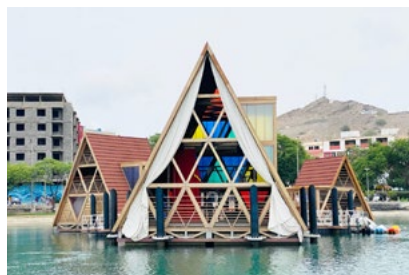
↳ https://www.youtube.com/watch?v=52tcyRcTb_s



HYDROME.A.COM

Nell'allevamento ittico di domani, mini-sommersibili di 70 cm pattugliano e controllano che le reti siano intatte e la qualità dell'acqua corretta.

↳ https://www.youtube.com/watch?v=XngRp_ENJno



NLEWORKS.COM

Causa clima, il futuro appartiene alle città galleggianti, questo il parere di Kunlé Adeyemi, a cui si deve questa casa con struttura ad "A" facile da assemblare.

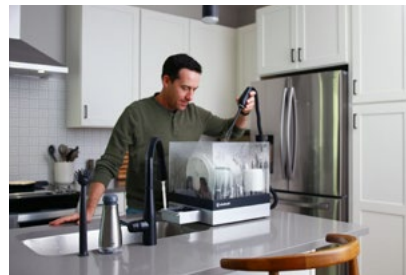
↳ https://www.youtube.com/watch?v=wK5ul_7zwHk



NEXT-GUIDE.COM

NextGuide è un bastone per persone ipovedenti con radar e supporto di IA per valutare ostacoli e immagini, sviluppato da studenti dell'università di Zurigo.

↳ <https://www.youtube.com/watch?v=dhX0dV94Huo>



SHABOSH.COM

La lavastoviglie Shabosh misura 35 x 35 cm, non richiede allacciamento all'acqua e costa circa 100 euro. Ideale per single e mini appartamenti.

↳ <https://www.youtube.com/watch?v=2hAhWuG7bzY>