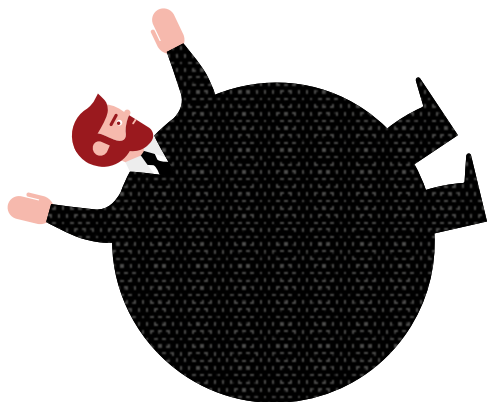


Numero Speciale / Future Trend

DIRIGIBILE

Segnali di futuro visti dall'alto #113



02/ TREND BOOMER

**04/ TRENDOLOGIA
& DINTORNI**

**06/ DA MEGA
A MAGATREND**

**SAVE THE DATE:
MANAGING UPWARDS
ONLINE, 27 GIU 2025**

→ https://bit.ly/ManagingUpwards_CFMT

The (Tr)end È finita la pacchia?

Quanti trend può sopportare un essere umano e, soprattutto, un manager? Da trendwatching a trendhunter. Migliaia di sigle e portali per migliaia di tendenze. Micro, macro o mega. Tutti vogliono sapere di che trend morire o gioire. Ma cosa c'è di sostanzialmente nuovo e veramente innovativo? Che cos'è un'illusione o hype a breve termine? Quali sono i trend gonfiati, tarlati e sparati a caso dai media? Cos'è rilevante nel medio-lungo termine? Il bombardamento in rete produce l'overload delle tendenze, che alla fine produce un sovraccarico cognitivo con nausea finale. Per certi versi, i trend non sono più di tendenza. Raramente raggiungono una massa

critica, ma si neutralizzano a vicenda. Come tutti sanno, i trend hanno raggiunto il loro picco di notorietà a metà degli anni 90. Da allora, complice internet, è iniziato, per certi versi, il declino. Qual è il trend più importante in questo momento? Mi chiedono. Facile rispondere: è l'intelligenza artificiale. Meno facile rispondere a quali siano tutte le conseguenze di alcune tendenze. L'IA ne ha tantissime, spesso contrastanti (fra il positivo e negativo). In questo momento sembra una cosa piuttosto inarrestabile nella narrazione. L'IA sta arrivando, e con essa il riconoscimento facciale onnipresente, lo stato di sorveglianza, la perdita di posti di

lavoro e le fake news o deepfake. Sembra un trend che segna la fine di tutto e di tutta l'umanità (per i più spaventati). Ma l'IA è solo uno strumento. Niente di più, niente di meno. Sembra banale, ma non si ripete mai abbastanza: abbiamo l'opportunità di cambiare il nostro futuro ogni giorno! Anche se alcune tendenze sembrano correre verso di noi come tsunami inarrestabili con effetti esponenziali. Ma non è la fine. Possiamo accogliere, spezzare, invertire o, semplicemente, ignorare le tendenze. Il futuro non è un trend, non è un destino, ma ciò che ne facciamo. Questo numero speciale dedicato ai trend è un avviso ai naviganti. Siate scettici, sempre.

—Trend boomer

Convulse tendenze



<https://clonerobotics.com/>
<https://www.unitree.com/>
<https://tinyurl.com/ycyya544>
<https://tinyurl.com/5f6ht8wu>
<https://www.tehanu.io/>
<https://www.varda.com/>
<https://www.astroforge.com/>
<https://www.outpost.space/>

Un'esplosione infinita. Un bombardamento a tappeto. E se fosse un abbaglio? O, per dirla con Troisi: «Pensavo fosse tendenza, invece era un calesse». Solo aspettative disattese?

—Trend a finire

Battere in ritirata

Non tutto quello che c'era ci sarà. Soprattutto nel mondo dei consumi. Anche questo è un (anti) trend. Ballare tutta la notte in stile rave è in calo. Negli ultimi dieci anni, il numero di discoteche aperte oltre le 3 del mattino è sceso da 84 a 70 a Berlino e da 77 a 43 a Barcellona. Crisi quasi esistenziale per i viticoltori francesi. Il consumo è diminuito del 90% negli ultimi 50 anni. Per molti giovani, il vino rosso è roba da anziani. Difficoltà anche per Victorinox, produttore del famoso coltellino svizzero. Semplicemente questi accessori non sono più al passo con i tempi. I coltelli tascabili a lama, complici anche i divieti, scompariranno dalla vita quotidiana. Il "Sex sells" non funziona più nella pubblicità o nel marketing, in tempi di pornografia onnipresente su internet (vedi anche OnlyFans). Gomma da masticare. Nel 2011, le vendite globali hanno raggiunto il massimo storico, ma da allora la curva punta verso il basso, quasi scomparendo dalla vita quotidiana, e non solo perché il numero di incontri faccia a faccia sta diminuendo. In futuro, altri "snack" acquisteranno importanza.





—Di tutto di più Fai pure un po' tu

Trend Longevity. Viaggiare indietro nel tempo. In un'epoca di malati e disperati cronici, spacciano la quasi immortalità come tendenza credibile. A partire dal 2029, le persone saranno in grado di tornare indietro nel tempo o, meglio, di allungare la vita, afferma il noto futurist Ray Kurzweil. Intanto, però, i fatti ci dicono che l'aspettativa di vita è aumentata a malapena dagli anni 90 e in alcuni paesi sta addirittura diminuendo. Diciamo che ormai ogni tema, prodotto o servizio viene confezionato come un trend. Che dire del conto corrente per animali o, meglio, "denaro interspecie" della startup africana Tehanu, che ha dotato 19 gorilla di montagna in Ruanda di un portafoglio digitale con un sistema di IA per scoprire cosa vogliono. Se un gorilla è impigliato in una trappola di un bracconiere, può pagare un guardiacaccia per liberarlo. L'inventore Jonathan Ledgard è convinto che la conservazione della natura decollerà solo se si baserà su meccanismi finanziari. Anche il presunto mega trend, space economy, talvolta lascia perplessi, almeno nelle promesse più eclatanti come "il mercato e industria del futuro si spostano nello spazio". Ci sono molte giovani aziende che vogliono conquistare nuovo spazio: Varda Space Industries pretende di produrre farmaci in orbita, AstroForge vuole estrarre metalli preziosi da asteroidi, mentre Outpost Space punta a costruire capsule cargo e magazzini nello spazio. Stimolante, ma non è detto che mega spazio corrisponda a mega trend.

—Terminator trend Tecnologie contro di noi?

Iniziamo con una bella synthetic trend. Clone Robotics ha presentato Protoclone, il primo essere umano sintetico, un androide iperrealistico con muscoli artificiali e sensori avanzati. Uno spaventoso passo avanti nella robotica bionica e nella convivenza tra umani e robot. Siamo pronti per questa nuova era? Siamo pronti, in perfetto stile Terminator, a una rivolta dei robot come quella inscenata, come esperimento, in una showroom di Shanghai, dove il piccolo robot Erbai ha "rapito e convinto" 12 robot più grandi a seguirlo fuori? Siamo pronti a essere superflui, addirittura come programmatori? Già ora, il prompting rimpiazza molto programming e, come ha dichiarato Jensen Huang, presidente e ceo di Nvidia, «in futuro, si dirà al computer ciò che si vuole e lui lo farà». Computer che programmano computer in base alle nostre esigenze con il supporto di assistenti di IA. Siamo pronti alla, per ora, fantascientifica "riproduzione post-umana", cioè ad avere bambini generati in uteri incubatori artificiali da produrre in serie senza il nostro contributo o gesto d'amore, e senza una vera madre o padre o, ancora più inquietante, forse, avere un figlio "con se stessi", producendo sia ovuli che spermatozoi dalle proprie cellule corporee? E per finire: siamo pronti al nostro indebolimento? Una puntuale riflessione del Sole 24 Ore avverte le imprese sul futuro paradosso e rischio cognitivo dei manager nell'era dell'intelligenza artificiale: più informazione ma meno creatività, più precisione ma meno visione e innovazione. Siamo pronti a ribellarci?



—Trendologia & dintorni

Siate scettici, sempre

I trend vengono e vanno. A volte sovrastimati, altre volte sottostimati. E la coltivazione intensiva di segnali produce spesso trend tossici. Meglio essere scettici e sempre in allerta.

—Trend in corso

Pericolo di inciampo

Trend gonfiati, tarlati e sparati. Più la spari grossa e più la gente ci casca, soprattutto se condischi l'illusione con innovazione e digitalizzazione. Fate molta attenzione quando si prevede un'esplosione di innovazione! Spesso le novità si diffondono più lentamente del previsto, soprattutto in una prospettiva globale. Per quanto una tendenza possa sembrare annunciata, immutabile e persistente, aspettatevi sempre delle interruzioni improvvise. Rimanete scettici quando si prevede una "nuova normalità" o quando si dice che qualcosa sta scomparendo o è a rischio di estinzione e chiedetevi sempre: in quale forma i prodotti o servizi potrebbero sopravvivere? Addirittura gli scenari definitivi, vedi per esempio "There is no alternative" (TINA), a un certo punto cambiano, anche radicalmente (vedi oggi il multipolare). Bisogna sempre giocare con scenari che oggi sembrano inimmaginabili o impossibili. Invitate in azienda per i vostri workshop rompiscatole e anticonformisti.





—Panta rei Tutto scorre, tutto passa

Come ci ricorda Eraclito, l'universo è un continuo alternarsi di opposti, come il giorno e la notte, il caldo e il freddo. Vale anche per le tendenze, in fondo effimere. Vi ricordate di Napster? Quando il file-sharing di canzoni in formato MP3 fu lanciato nel 1999 si scatenò il panico nell'industria musicale. Ma nel 2006, quando fu lanciato il servizio di streaming Spotify, improvvisamente nessuno era più interessato ai file MP3. Tutti volevano solo ascoltare la musica, non possederla. Insegnamento: tutto è solo una fase intermedia. Nessun trend, per quanto radicale possa sembrare, è un punto di arrivo. La "fine della storia" di Francis Fukuyama fu una pura illusione. Chi fa ricerca di tendenze tende a vedere il presente come indicatore assoluto. Da lì l'errore di Fukuyama. Egli riteneva che il mondo avesse raggiunto un punto finale dopo il crollo dell'Unione Sovietica: l'economia di mercato liberale. Oggi, la seconda (forse la prima) economia mondiale è una repubblica popolare socialista con un sistema a partito unico. Anche all'apice della pandemia di coronavirus, non poche persone credevano che le cose sarebbero continuate così. Invece tutto scorre e bisogna sempre aspettarsi i cigni neri. Le aziende hanno spesso la tendenza a osservare e tracciare la linea di tendenza in linea retta. Solo che le tendenze non devono rassicurare, ma, piuttosto, spaventare o, perlomeno, scuotere. Tornare al celebre aforisma Panta rei di Eraclito significa maneggiare le tendenze secondo la legge del divenire e della trasformazione.

—Così nuovo Così vecchio

Il nuovo non arriva mai da un giorno all'altro e il vecchio raramente scompare del tutto. "Questa tecnologia farà parte della vita di tutti i giorni già da domani", gridano spesso i guru della Silicon Valley. Il campione mondiale in questa disciplina è Elon Musk. Ogni anno, dal 2014, afferma che le sue auto sarebbero state completamente a guida autonoma entro l'anno successivo. Ad oggi ancora niente di concreto. Vale anche per i robotaxi, le auto elettriche e tanto altro ancora. Le novità non si diffondono mai così rapidamente come vorrebbero gli innovatori. Addirittura, il fax sopravvive ancora in molte amministrazioni pubbliche. Può suonare strano per noi occidentali, ma una persona su tre sulla terra è ancora offline. Nella corsa affannosa alla tecnologia, spesso si dimentica quanto sia grande il mondo e quanto siano diversi i mercati. Anche nelle nicchie. Nel 1800 c'erano tra i 60 e i 100 milioni di cavalli sul pianeta. Poi è iniziata l'industrializzazione e con essa sono arrivate la macchina a vapore e l'automobile. Improvvisamente, l'uomo non poteva più contare sulla forza dei cavalli; i tassisti e i fabbri sembravano spacciati. Oggi, ci sono ancora 60 milioni di cavalli sul pianeta. La maggior parte viene utilizzata per il tempo libero, lo sport o il lavoro, e il maniscalco è una delle professioni che scarseggiano. Solo in Germania, ci sono un milione di clienti a quattro zampe e i 5.000 maniscalchi riescono a malapena a tenere il passo con il lavoro. Trecento aziende vinicole francesi stanno addirittura tornando ad arare con i cavalli perché è più delicato e migliora l'equilibrio ambientale. Le tendenze nascono, scompaiono e ritornano in un ciclo senza fine.



—Mostrare i muscoli Da mega a magatrend



<https://tinyurl.com/3cap4kmm>
<https://tinyurl.com/yr4a28h2>
<https://tinyurl.com/554x9es3>

Improvvisamente a tutti prende la smania di diventare più grandi. È un trend “multipopolare” che piace a tutti. Diamine, ogni tanto bisogna rischiare l’osso del collo, giusto? Ma è un gioco a perdere. Almeno per società e umanità.

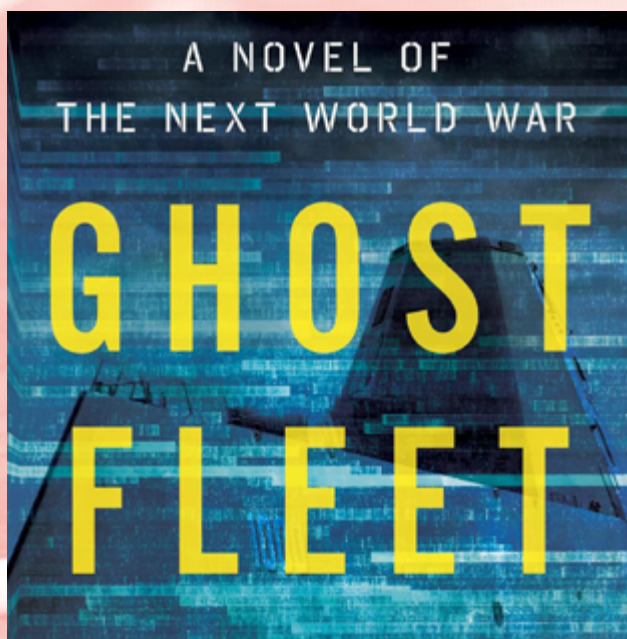


—Make me great again Fare le cose in grande

Make America Great Again, Make Cina Great Again, Make Russia Great Again, Make Europe Great Again. Tutti vogliono diventare più grandi. Almeno ancora una volta. Forse l’ultima. Dazi a sprazzi e guerre non solo commerciali. È un trend “multipopolare” che poggia sulla tensione multipolare. Nessuno vuole cedere. Nessuno vuole arretrare o veramente trattare. Diciamolo senza mezzi termini. È un trend arrogante, da pavone che si gonfia il petto. Una volontà di potenza, per dirla con Nietzsche, che non vuole altro che se stessa. Un delirio che sta contagiando non le anime, ormai defunte, ma solo le menti bacate di buona parte della classe politica e dirigenziale mondiale. Fino all’ultimo respiro. Solo che questa volta non è un film.

—Giochi di guerra Capitalisti alle armi

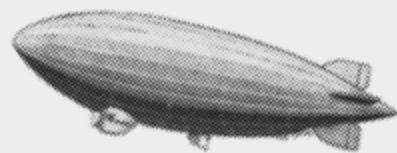
Finché c'è guerra c'è speranza. È solo un film di Alberto Sordi, è solo fiction ma, d'altronde, *Ghost Fleet*, un romanzo thriller sulla prossima guerra mondiale, viene ora consigliato dalla CIA per la pianificazione degli scenari. Negli ambienti militari e dei servizi segreti è già una lettura obbligatoria. Gli autori sono stati persino invitati alla Casa Bianca per briefare il Presidente. L'idea è che se le minacce future vengono descritte sotto forma di romanzo avvincente, è più probabile che vengano ascoltate da ufficiali e soldati di più rispetto a una noiosa presentazione in PowerPoint. Non sorprende quindi che il racconto *Maid for Maverick* di Morgan Mitchel venga utilizzato nell'ambito del corso "Blue Horizons" per pensare al futuro dell'aeronautica militare. Si gioca alla guerra e, almeno in Occidente, si gioca di nuovo alla guerra perché, prima o poi, come scrive il filosofo morale Andrea Zhok, «il capitalismo ha bisogno della guerra» per sopravvivere. Il libero mercato deve crescere. E, quando si ferma, quando viene meno la prospettiva di accrescimento del profitto, o quando è troppo indebitato, l'ultima risorsa è il conflitto, che offre al sistema economico un meccanismo di distruzione, ricostruzione e controllo sociale. Guerra, poiché è un gran bell'evento che "ricarica l'orologio della storia economica", ed elimina quella saturazione delle prospettive d'investimento che minaccia l'esistenza stessa del capitalismo.



—Maledetti negatrend O legge di Murphy

Se qualcosa può andare storto, lo farà. Gli effetti dei megatrend, come globalizzazione o digitalizzazione, sono noti a tutti, ma anche gli effetti dei negatrend – come pandemie, clima impazzito, guerra a oltranza e IA distruttiva – non scherzano. Tutto, ovviamente e negativamente in esponenziale aumento. I trend che fanno piangere van di moda ma non fatevi contagiare dalle previsioni negative. Guardate a situazioni simili del passato e aspettatevi che la crisi attuale venga superata più rapidamente di quanto i media raccontano. Il noto "niente sarà più come prima" è stato pronunciato spesso negli ultimi decenni, di solito dopo eventi tragici: dopo l'11 settembre 2001, dopo la crisi finanziaria del 2008 o al culmine della pandemia di coronavirus. Ma poi, poco alla volta, le cose si rimettono più o meno a posto. C'è sempre speranza. Al culmine di ogni crisi, tendiamo a sottovalutare questa capacità di recupero. Se diamo solo retta alla narrazione degli "uomini in nero" che vedono nero allora il futuro sembra bloccato per sempre. Diciamo così, il noto "business as usual" se volete funziona anche come "life as usual": tutti vogliamo vivere e l'autodistruzione non dura mai per sempre. Confortante.

IL MEGATREND DEL PRIMO SECOLO DEL 3° MILLENNIO



THE UNKNOWNLEDGE ECONOMY. L'ECONOMIA DELL'INCONOSCENZA. SE NON SO PIÙ NIENTE, COME FACCIAMO A DECIDERE?

Non lo conoscevi questo trend? Eppure da tempo qualcosa non quadrava. Lo sentivi nell'aria. Falsificazione, manipolazione, disinformazione, polarizzazione, confusione, propaganda e overload dell'informazione supportata anche dall'IA o, meglio, dai deepfake, che sono ormai una minaccia per il 66% dei dirigenti. Se aggiungiamo che l'80% delle decisioni in azienda sono prese basandosi su informazioni non verificabili, allora il quadro è preoccupante. L'economia della conoscenza, un tempo celebrata come fonte di progresso e valore, sta cedendo il passo a un'epoca dominata da caos informativo e sovraccarico cognitivo, che sfocia in una "unknowledge economy". E, ora, eccoci qua a raccogliere i cocci della conoscenza. Sorgono dubbi e domande.

Se domina il regno del verosimile, che faccio? Che cosa è vero e cosa è falso? Che cosa è ancora autentico e genuino? Che cosa è veramente rilevante? Dove sono i messaggi affidabili? Quali fonti sono ancora attendibili? È l'inizio di una perdita di controllo dei contenuti? Di chi o cosa posso ancora fidarmi? Come posso riconquistare la mia sovranità cognitiva? E cosa può aiutare a contrastare questo fenomeno? Domande a cui lo scenario di FMT NEXT THINK TANK tenta di rispondere con urgenza. La provocazione "se non so più niente, come faccio a decidere?" è una sfida aperta per individui, imprese e istituzioni, chiamate a ripensare i propri strumenti decisionali con nuove competenze per ricostruire la sovranità cognitiva. Destinazione nextknowledge economy.

**Scarica qui:
Il primo paper del
nuovo think tank
di Cfmt.**

**200 pagine che
cambieranno per
sempre l'economia
della conoscenza.**



SCARICA IL PAPER 2025
https://www.cfmt.it/courses/7955_40630

**PERCHÉ LA VERITÀ COSTERÀ
CARA. MOLTO CARA.**

In futuro pagherete, e non poco, perché delle persone investano il loro tempo e le loro riflessioni per capire non solo cosa è falso ma soprattutto cosa è rilevante e utile per le decisioni in azienda.