

DIRIGIBILE

Segnali di futuro visti dall'alto #77



Nuove professioni Il manager panteista

Dopo il capitalismo industriale e quello finanziario, è forse già tempo del capitalismo panteista? Siete pronti per qualcosa di così audace e alternativo? Ma cosa vuol dire poi? Boh, proviamo con il capitale. Se investo denaro, il mio denaro deve essere remunerato. Se investo forza lavoro, il mio lavoro deve essere remunerato. Se investo il tutto (come pianeta), il mio tutto deve essere remunerato. Dunque, non sfruttato e saccheggiato. Ora, sintetizzando (o banalizzando) la complessità filosofica del panteismo, possiamo dire che ogni dottrina che consideri divina la totalità delle cose, e che identifichi la divinità con il mondo, è, “giustamente”, panteista. Se “Dio

è Tutto” e “Tutto è Dio”, allora tutto va adorato, anche uno scarafaggio e anche uno stupido batterio. Questa idea cosmica di capitalismo potrebbe anche suonare pretenziosa, o addirittura ridicola, se non fosse che il ritorno alla Sophia dell'antichità è l'ultima chance che abbiamo per fermare l'imminente apocalisse. Non sarà certo la tecnologia a salvarci (questo sì che è pretenzioso o addirittura ridicolo). Cosa vorrà mai dire concretamente? Non lo so di preciso, ma simbolicamente mi viene in mente il Totaltheater (teatro totale) di Walter Adolph Gropius, uno dei fondatori del Bauhaus. In tale teatro la tradizionale separazione tra platea e palcoscenico viene annullata

02/ OPEN HIRING

04/ LEZIONI DI CINESE

06/ MERCATI FUTURI

SAVE THE DATE:
FARE FUTURO
CON LE PERSONE
ONLINE, 22 NOV 2021

→ <https://bit.ly/farefuturoconlepersone>

a favore di uno spazio dove tutti gli attori (e anche spettatori) sono coinvolti in una recita totale. Così dovrebbe funzionare il capitalismo panteista. Tutti partecipano, tutti ci guadagnano (in esistenza e sopravvivenza dignitosa) e nessuno ci perde. Un gioco, insomma, non a somma zero. Fate voi i vostri conti. E il manager panteista? Beh, lui come un buon taoista vive in armonia con la natura perché sa che ognuno è identico a tutto ciò che lo circonda e dice a se stesso: “Io sono fatto con le stesse cose di cui è fatto il pianeta. Sono il pianeta. Sono la foresta. Sono l'albero. Sono lo scoiattolo. Sono la formica. Sono il batterio”. Insomma, questione di mindset.

—Future trends

Questo pazzo mondo dei trend



<https://camp.com/toy/present-shop-explainer>

<https://tinyurl.com/c6ew2dvm>

<https://tinyurl.com/rsbs3b83>

—Future recruiting

Open hiring

Assumere tutti quelli che vi capitano a tiro. Anche questa è una strategia, almeno dando retta a The Body Shop, che di fronte agli innumerevoli posti vacanti, ma nessun candidato in vista, ha deciso di cambiare radicalmente il suo approccio di reclutamento e giocare la carta dell'open hiring. Basta paletti, basta requisiti minimi, chi c'è c'è e chi non c'è non fa per me. Finora la strategia ha funzionato bene: «Abbiamo attinto a un pool di talenti completamente nuovo», dice Jennifer Wale, responsabile delle risorse umane di The Body Shop negli Stati Uniti. Le cosiddette assunzioni aperte funzionano più o meno così: 1) il curriculum vitae diventa irrilevante (conta il potenziale, non il passato); 2) chi prima si candida, meglio alloggia (contattati in base all'ordine di presentazione); 3) pre-selezione via video chat (breve colloquio in videoconferenza con tre domande secche); 4) pochi paletti (assumere quasi tutti i candidati che soddisfino i criteri minimi e formali).



—Future e-commerce

Baby shoppers

Avere 3 anni e non dimostrarli, mentre si compra online. Piccoli consumatori (non) crescono, per la felicità di chi vende su internet. Succede negli Stati Uniti, dove ora anche i bambini di tre anni possono fare acquisti nel negozio online del rivenditore di giocattoli Camp senza l'intervento degli adulti, a patto che il genitore imposti un budget e, ovviamente, l'indirizzo di consegna. La cosa non stupisce. Sempre più imprese adattano il loro marketing a target sempre più giovani, anche perché in rete sono ormai protagonisti del business. Vedi Ryan Kaji, che a 9 anni guadagna 30 milioni di dollari l'anno per presentare e piazzare giocattoli sul proprio canale YouTube.



—Future tourism

Foresta a numero chiuso

Pagare un biglietto d'ingresso per passeggiare nel bosco? Può diventare (ben presto) una cosa normale. Recentemente ha fatto discutere la decisione di rendere Venezia una destinazione "a numero chiuso", con tanto di tassa di sbarco o, meglio, biglietto che varierà da 3 a 10 euro a persona a seconda dei giorni. Tutto questo si chiama Overtourism: sovraffollamento turistico che impatta negativamente sulla qualità della vita (nostra e del pianeta). Molti paesi seguiranno l'esempio rendendo molte destinazioni, compresi paesaggi naturali, a ingresso limitato. Certo, l'escursionismo in sé dovrebbe rimanere gratuito, ma la visita dei punti panoramici popolari e l'uso dei parcheggi vicini no.



—Future shopping

È solo un gioco

E mentre tutti discutono sul futuro dell'universo phygital, zitte zitte, e relativamente inosservate, alcune società preparano il terreno per un meta-universo digitalmente omnicomprensivo, un'enorme realtà parallela dove far rivivere l'utopia di Second Life. Epic Games, la fortunata creatrice del videogioco Fortnite, sta investendo un miliardo di dollari per fondere il suo mondo con quello della Sony. Questo apre nuovi scenari, un nuovo enorme spazio economico e commerciale che sta emergendo in rete. Più i mondi dei giochi si fondono e crescono insieme, più diventa importante per le aziende essere presenti in questo meta-universo: per esempio con test drive virtuali di nuovi modelli delle case automobilistiche, oppure con negozi come quelli che il produttore di abbigliamento giapponese Uniqlo gestisce nel gioco per computer Animal Crossing, che veste sia gli avatar sia il giocatore nella vita reale, con consegna a casa.

—Future advertising

Pubblicità 4.0

Ignori i cartelli pubblicitari mentre sfrecci sulla strada? Ben presto potresti essere costretto dalla tua cara auto a dedicare la "giusta" attenzione ai messaggi promozionali. Come tutti sanno, le nuove e future vetture sono dotate di numerose telecamere esterne e interne che supportano la guida. Bene: ben presto questi dispositivi non solo riconosceranno i segnali stradali, ma anche loghi e cartelloni pubblicitari con servizi aggiuntivi, tipo che se passi davanti a un Bricocenter l'auto proietta le offerte speciali dei manifesti direttamente sulla console. La Ford ha appena brevettato questa tecnologia. Conseguenze? Il riconoscimento automatico dei manifesti renderà possibile nuovi modelli di business per il marketing.

—Future China

Lezioni di cinese

Ultimamente si parla della Cina solo per riferirsi alla crisi energetica con blackout, limitazioni dei consumi e fabbriche chiuse. Ma, ovviamente, c'è altro di cui parlare in termini di piccole lezioni di tendenze.



—Miao Mao

Stile impero

I *we are the champions* dell'avanguardia imprenditoriale cinese includono, giusto per fare qualche esempio, Alibaba, Byte Dance, Hisende, Shein e BYD. Gli elementi centrali della loro nuova strategia sono sostanzialmente tre: 1) l'azienda nasconde l'origine o la comunica in modo discreto (alcuni produttori usano persino etichette come "Made in Shenzhen" per aggirare la cattiva immagine del "Made in China"); 2) l'azienda costruisce il proprio canale e-commerce per ottenere dati importanti che si generano nell'interfaccia con il cliente. In precedenza, i produttori cinesi usavano spesso piattaforme di terzi come Amazon o AliExpress; 3) il marketing è professionale e, in alcuni casi, più innovativo e sofisticato di quello dei concorrenti occidentali. Per esempio, le aziende cinesi sono brave a vendere nel meta-universo digitale.



—Amare marchi cinesi senza saperlo

L'azienda Hoto produce utensili ed elettrodomestici da cucina. Il design dei prodotti è minimalista e ricorda il pionieristico design industriale del marchio Braun degli anni 60, e per certi versi anche Apple (che a sua volta copiava Braun). Hoto fa pubblicità su Instagram con foto ricercate e cool. Fino a oggi, i prodotti erano disponibili solo su Amazon, ma ora sta aprendo propri negozi online in Europa e negli Stati Uniti. Il fatto che Hoto sia un'azienda cinese non è percepibile dall'identità del suo marchio.

—Parola di Guru China goes online

E come vanno online? Con puro intrattenimento che, secondo Frederic Court, uno degli investitori di maggior successo nell'e-commerce, sarà la grande tendenza del commercio online, che i cinesi interpretano alla grande. Due flash: prima il contenuto, poi il prodotto. Sempre più imprese cinesi sono "content-driven", cioè puntano tutto su storytelling e messa in scena. L'influencer cinese Li Jiaqi, abilissimo a intrattenere via livestream, ha venduto in un giorno rossetti per un valore di 145 milioni di dollari. 40 milioni di persone lo seguono su Douyin, la versione cinese di TikTok. La socializzazione dello shopping avviene online. Se passeggiate per le città asiatiche, vedrete gruppi di giovani donne che mangiano insieme durante la loro pausa pranzo e, insieme, fanno acquisti tramite i loro smartphone.



—So what? Tirare le somme

L'impero celeste non è più (e da tempo) l'impero del cheap. Non è neppure più la fabbrica del mondo. Dalla discountizzazione all'innovazione il passo è stato abbastanza breve. Le aziende cinesi stanno conquistando i mercati mondiali e i relativi consumatori senza dare troppo nell'occhio. La grande forza dei cinesi è che sono maestri nella vendita diretta al cliente e soprattutto non dipendono da Amazon, come molti occidentali.



SCARICA:
Chinese Global Brand
Builders 2021
<https://tinyurl.com/7xtwvuk>



— Future markets

I mercati col segno +++

Se volete sapere come sarà la vita di tutti i giorni tra qualche anno, allora date un'occhiata ai mercati in crescita dove fare affari in futuro. Niente di scientifico, ma solo quello che “sento” sulla punta delle dita.

— Trend 01

La contactless economy guadagna terreno. La pandemia si sta attenuando (forse), ma i suoi effetti persisteranno. I fornitori che fanno risparmiare ai clienti il contatto faccia a faccia, o aiutano le aziende a operare a distanza, ne stanno beneficiando.

Case history

<https://tinyurl.com/56uyb76b>
<https://sprinly.com>
<https://www.samsara.com>

— Trend 02

Il marketing diventa iper-personalizzato. I fornitori che aiutano gli inserzionisti con pubblicità mirate su interessi e posizione in tempo reale aumentano il loro giro d'affari.

Case history

<https://qloo.com>
<https://propellant.media>

— Trend 03

La stampa 3D entra nella fase sovradimensionale con stampanti dalle dimensioni di un camion per produzioni di parti voluminose. La capitalizzazione delle imprese sale in modo esponenziale. È una nuova era di additive manufacturing.

Case history

<https://www.slm-pushing-the-limits.com>
<https://www.desktopmetal.com>
<https://markforged.com>
<https://www.velo3d.com>

— Trend 04

La grande avanzata di robot e cobot in tutti i settori e ambiti. Nei prossimi due anni la robotizzazione e/o automazione crescerà almeno del 30% nel mercato europeo. La pandemia, ovviamente, accelera questo processo.

Case history

<https://www.fabmatics.com>
<https://www.picklerobot.com>

— Trend 05

L'eHealth, ovvero la digitalizzazione di sanità e salute, crea grandi opportunità per molti fornitori. Tuttavia, il mercato è difficile e costoso, altamente regolamentato e dominato da potenti attori consolidati.

Case history

<https://www.doctolib.de>
<https://www.kry.de>
<https://ir.jdhealth.com/en/index.php>
<https://tinyurl.com/xh5wdr5>
<https://medicalchain.com/en/>
<https://www.medaware.com>

— Trend 06

Sicurezza informatica e deep learning si fondono per servizi di prevenzione e protezione sempre più sofisticati. Mercato particolarmente promettente per chi blinda tutto con l'aiuto dell'intelligenza artificiale.

Case history

<https://www.deepinstinct.com>

— Trend 07

ESG (environmental, social and governance), green deal e dintorni. La sostenibilità, anche come investimento, diventa un must, anzi, legge. Che si tratti di trovare alternative alla plastica, di progettare edifici a zero consumo energetico, di produrre alluminio carbon free, o quello che vi pare e viene in mente, "il verde" è l'affare del secolo.

Case history

<https://elysis.com>
<https://tinyurl.com/3dzetryh>
<https://xugroup.berkeley.edu>
<https://www.onionflats.com>
<https://www.equinor.com>

— Trend 08

Il vero tema non è la riduzione della CO2 ma il suo assorbimento o smaltimento. Qui abbiamo un mercato per certi versi ancora inesplorato. Carbon capture and storage, ma non solo.

Case history

<https://tinyurl.com/2hdwzr27>

— Trend 09

L'agricoltura cellulare è pronta al decollo. La nuova industria alimentare sfida la natura e punta tutto sulle cellule staminali e sui bioreattori per produrre cibo in "provetta". Affari in vista per chi produce, distribuisce e promuove (marketing).

Case history

<https://gatheredfoods.com>
<https://oceanhuggerfoods.com>
<https://www.newwavefoods.com>
<https://impossiblefoods.com>
<https://www.beyondmeat.com>

— Trend 10

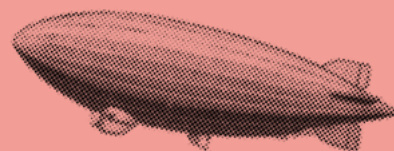
Complice la pandemia, nelle case è aumentato il "parco degli animali domestici", soprattutto cani da coccolare, ora con prodotti "assurdi" che vanno dai cosmetici agli accessori di lusso, fino alle pillole anti age per il nuovo transpet.

Case history

<https://www.pagerie.com>
<https://loyalfordogs.com>
<https://dogagingproject.org>
<https://www.greenpeople.co.uk>
<https://www.kiehls.com>

FUTURETECH

INVENZIONI & INNOVAZIONI



FUTURA ASSISTENZA SENZA CONTATTO

L'app Eve Cortex della startup statunitense TechSee sa riconoscere sia il dispositivo che il rispettivo problema. Basta inquadrare l'oggetto con il proprio smartphone e in pochi istanti appare sullo schermo sia la diagnosi sia la "cura": cambiare il seguente cavo. Le informazioni visualizzate sul telefono cellulare stanno per sostituire il classico manuale d'uso e permettono di riparare un elettrodomestico

praticamente da soli. Potremmo chiamare tutto questo *remote visual support solution*. Per molti il futuro dell'assistenza. Il nostro pronostico: questo tipo di manutenzione e servizio clienti in remoto e a distanza sarà lo standard fra pochi anni. I clienti non saranno più disposti ad aspettare l'arrivo di un tecnico per problemi che si possono risolvere con il supporto di un'applicazione che visualizza, grazie anche alla realtà aumentata, le istruzioni sul da farsi.

➤ <https://techsee.me>



OPENWORKSENGINEERING.COM

Droni nella rete. Skywall è un lanciarazzi da spalla che spara reti per imprigionare i droni con cattive intenzioni. Trend difensivo.

➤ <https://www.youtube.com/watch?v=e0pZDv3BztE>



CUYANA.COM

Fast pop-up store. Il marchio di moda premium Cuyana lancia, in collaborazione con Toyota, uno showroom itinerante che si monta in tre giorni.



JEVOIS.ORG

JeVois-Pro è una smart camera open source, completamente programmabile con intelligenza artificiale e deep learning che riconosce da sola oggetti e persone.

➤ <https://www.youtube.com/watch?v=aJp-mIBytno>



ASIARESEARCHNEWS.COM

Stare seduti un po' sul water aiuta a espletare i bisogni e da oggi anche a produrre energia (biogas) e guadagnare soldi (in Bitcoin). Si chiama Beevi!

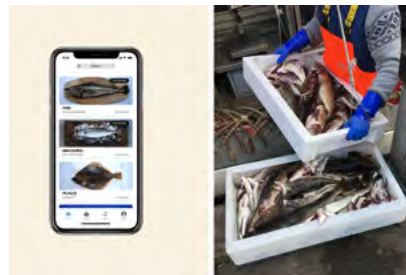
➤ <https://www.youtube.com/watch?v=s6z50duN8vo>



OUTINOFFICE.NL

A corto di green pass? Ecco a voi Out in office, un minuscolo ufficio montato su una bicicletta da carico. Solo per veri nomadi digitali che non temono la pioggia.

➤ https://www.youtube.com/watch?v=GgqFTC-Y_TM



BLUELOBSTER.APP

Dal pescatore al consumatore con un semplice click. L'app della danese BlueLobster consente di ottenere pesce fresco, sostenibile e pagato in modo equo.

➤ https://www.youtube.com/watch?v=_CR6_NCM-pE