

DIRIGIBILE

Segnali di futuro visti dall'alto #111



02/ RETROTREND

05/ SURVIVAL TIPS

06/ HÔTELLERIE 2030

SAVE THE DATE:
**LE SFIDE NEL PROCESSO
D'INTEGRAZIONE DELLA
SOSTENIBILITÀ IN AZIENDA
MILANO E ONLINE
15 APR 2025**

→ https://bit.ly/CFMT_Sostenibilità2025

Dystopian Valley Finita la pacchia?

Un tempo la Silicon Valley era un simbolo di lungimiranza e speranza. Di visioni positive per il futuro: «Siamo qui per cambiare il mondo in meglio e lo faremo alla grande». Ne è rimasto qualcosa? Nel lontano 1996, il poeta e attivista John Perry Barlow scrisse, nella sua Dichiarazione di indipendenza del cyberspazio, che «Stiamo creando un mondo in cui chiunque può entrare senza privilegi o pregiudizi basati sulla razza, il potere economico, la forza militare o il background sociale». Poi, nel 2018, la professoressa di Harvard Shoshana Zuboff scrisse l'impietoso *Il capitalismo*

della sorveglianza: «Si sono appropriati della vita delle persone e l'hanno trasformata in dati per fare previsioni e profitti». Nel poco tempo trascorso fra le due affermazioni, internet è passato dall'essere un luogo libero e aperto a un luogo in cui gli uomini più ricchi del mondo e i loro imperi hanno trasformato la sorveglianza in un monopolio totale e in un business multimiliardario per pochi eletti che, una volta considerati e accolti come eccentrici imprenditori da prendere quasi a modello, da tempo mostrano il loro vero volto. Narcisi, megalomani, presuntuosi e finti sapientoni che

postano prima di pensare. E non pensate al solito Elon Musk. È solo uno dei tanti a cui l'aria della baia di San Francisco ha fatto più male che bene. Di veri hippie neanche l'ombra, o, meglio, solo l'ombra. Ora, le sparate della Silicon Valley – per i detrattori, cervelli siliconati che producono solo scenari “estetici” – tornano utili solo per i pitch, dove presunti unicorni gongolano. Nel lontano marzo 2017 dedicati al *Dirigibile* un numero speciale intitolato “Critical valley”, mettendo in discussione tutte le loro mistiche promesse per un mondo migliore. Vale la pena di rileggerlo.

—Future retrotrend

Inversione di tendenza



<https://www.foratravel.com/>
<https://www.engine.land/en/>
<https://www.campsnapphoto.com/>
<https://copperhome.com/>

***Rendere omaggio a ciò che fu.
 Il revival come strategia di survival.
 O, più semplicemente, semplificare
 la vita al cliente.***



—Future travel

Torna l'agenzia di viaggio

Mai fidarsi troppo dei luoghi comuni tecno-antropologici, tipo: i giovani sono in fissa con il digitale. I giovani, infatti, stanno riscoprendo l'agenzia di viaggi. Lo dimostra un sondaggio condotto negli Stati Uniti: il 40% dei partecipanti delle generazioni Y e Z afferma: "Preferisco le agenzie di viaggio alle prenotazioni online". Perché? Per overload. Troppe informazioni sulle destinazioni di viaggio. Troppo su Instagram. Troppi esperti su X, Facebook e Reddit. Inoltre, molti giovani soffrono di Fomo (Fear of missing out), ovvero la paura di perdersi qualcosa. Questo rende la pianificazione estremamente dispendiosa in termini di tempo. Che ci pensi qualcun altro. Alla Generazione Z piace che le cose siano sicure e prevedibili. I pionieri specializzati sono all'opera con proposte, soluzioni e comunicazioni ad hoc. Da tenere d'occhio.



—Future design Back to basic

Nessun pulsante: per anni questa è stata la linea guida nel design dei prodotti. L'abitacolo delle auto Tesla, ad esempio, è stato considerato esemplare. Ma ora, giurano alcuni, torna l'aptica, ovvero i prodotti tattili. Nel nuovo iPhone 16s, Apple ha incorporato un nuovo pulsante, il cosiddetto "Action button". Nelle nuove auto di Kia, Mini e Volkswagen, un maggior numero di funzioni può essere nuovamente controllato da manopole o pulsanti, ad esempio l'aria condizionata. Copper, una startup americana che produce cucine a induzione, equipaggia i suoi apparecchi con grandi pulsanti in legno. A differenza di uno schermo tattile, possono essere utilizzate anche in presenza di acqua. La fotocamera digitale Camp Snap è completamente analogica: non ha un display sul retro, ma solo un mirino vecchio stile. Il dispositivo ha una sola funzione, è robusto e può essere afferrato con le mani. Secondo l'esperto di design statunitense Dan Harden, prodotti tattili come questo sono in aumento. La sua teoria è che nel mondo dei display onnipresenti i consumatori desiderano di nuovo qualcosa di letteralmente tangibile: pulsanti, bordi, texture e qualcosa di pesante da tenere in mano. Poi c'è il "nostalgic chaos design", con packaging nostalgici insoliti come il gin biologico del produttore italiano Engine, confezionato in barattoli di metallo che ricordano il vecchio olio del motore. Questi retro trend non stupiscono. L'iPhone è arrivato sul mercato nel 2007. Da allora, tutti i prodotti sono diventati sempre più digitali e minimalisti. Letteralmente piatti. Dopo quasi due decenni, ci sono ora segnali di un'inversione di tendenza. Ma questo non significa che l'avanzata degli schermi si sia fermata. Il futuro appartiene a entrambe le cose, come nei nuovi modelli Bmw Mini, dove le funzioni possono essere attivate sia tramite pulsanti che tramite comando vocale o touch screen.

—Future promotion Torna il catalogo

Ma in modo completamente diverso da prima. Lasciate perdere il vecchio Postalmarket. Il nuovo catalogo non deve offrire una panoramica dei prodotti (che è disponibile online), ma piuttosto trasmettere una sensazione del marchio, concentrandosi su contenuti di alta qualità con formato grande e carta pesante. Perché è tutto una questione di vibe, di stato emotivo che recupera il glorioso passato patinato con look mirati anni 80 o 90. Recentemente, il marchio di abbigliamento americano J. Crew ha riproposto, dopo 7 anni di interruzione, un catalogo con design sfarzoso con l'attrice Demi Moore in copertina. Anche altre aziende stanno tornando al catalogo. Ikea, ad esempio, ha distribuito una rivista di grande formato alla settimana della moda di Milano di quest'anno, intitolata "Catalogo!!!". Da notare che il vecchio mezzo è particolarmente apprezzato dai gruppi target giovani. Tutto ciò che assomiglia ai vecchi tempi è molto apprezzato dalla Generazione Z, dai dischi in vinile alle macchine fotografiche analogiche usa e getta.



—Future management

Survival tips



<https://www.11x.ai/>
<https://www.anthropic.com/>
<https://tinyurl.com/5ed959wm>
<https://pascalbornet.com/>

Tempi duri per i troppi manager ancora in circolazione. Ma non per quelli buoni a mettere in gioco nuove competenze “anti IA” come le humics skills.

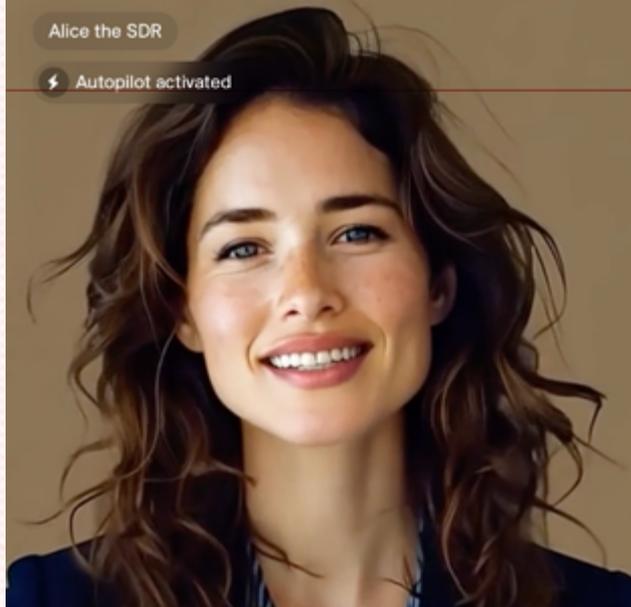


—The Humics Approach

Restare insostituibili

Anche nell'era dell'IA. Avete presente la vecchia canzone soul *Only the strong survive* di Billy Paul? Ecco, ora è il turno di *only the human survive*. Ne è sicuro Pascal Bornet, noto consulente e autore di bestseller, come *Intelligent automation* e il nuovo *Irreplaceable*: «Solo chi si concentra sui propri punti di forza umani avrà successo nel mondo del lavoro di domani». Queste le sue parole. L'obiettivo deve essere quello di ampliare le competenze, non di rendersi superflui e sostituibili dalla tecnologia. La parola d'ordine è Humics, che sta per caratteristiche umane che le macchine non possono possedere o imitare. Queste includono la “vera” creatività, il pensiero critico ed etico e il comportamento autentico e relazionale. Niente di nuovo. Da anni ripetevamo, con scenari ed eventi come *Human reloaded* (ciclo Fmt), che bisogna innovare sé stessi e recuperare le qualità umane “alte”. Peccato che la scuola e la formazione vanno nella direzione opposta. Ad ogni modo, l'IA è oggi una comoda commodity e i sopravvissuti di domani saranno le aziende che sapranno combinare al meglio le competenze umane con quelle meccaniche.





—Digital workers Invasione agenti speciali

Digital workers, human results. E se l'azienda non avesse più bisogno neanche di un dipendente? Scenario estremo, certo, ma non così infondato. I cosiddetti agenti IA, programmi in grado di automatizzare attività complesse che di solito richiedono risorse umane, stanno invadendo il mercato e le imprese. Marc Benioff, ceo del gigante del software Salesforce, afferma sicuro: «La manodopera sarà presto disponibile in quantità quasi illimitata sotto forma di lavoratori digitali», come per esempio Alice, una forza vendita digitale che scandaglia internet alla ricerca di potenziali clienti e li contatta autonomamente. La startup britannica 11x promette che Alice genera un numero di contatti pari a quello di dieci dipendenti. Dunque, il manager come unico dipendente che gestisce un'organizzazione "multi-agente" che lavora in team? Suona eccessivo, anche perché una società con più disoccupati che occupati non garantisce un grande futuro (tutti sono pagati per spendere soldi in consumi, ma pagati da chi?). Resta però il trend e la spinta a piazzare agenti a destra e a manca, come se non ci fosse più un domani senza di loro. Però molte cose le fanno bene. Un buon esempio è Claude, che analizza a tempo record video dei cantieri edili per individuare possibili violazioni delle norme di salute e sicurezza. Il 2025 sarà l'anno degli agenti speciali, non c'è dubbio. Molto clamore, molta propaganda di marketing, molti venditori di pentole tecnologiche. Come per tutte le previsioni, bisogna sempre chiedersi: a chi giova? Solo un hype? Vedremo.

—Modelli organizzativi L'algoritmo formica

Anche le formiche nel loro piccolo si organizzano. A furia di parlare d'innovazione ci si dimentica della lezione che la natura può dare anche in termini di management. Le colonie di formiche sono aziende efficienti. La loro formula per il successo è semplice: niente capo, niente sesso, niente discussioni, niente maschi. Alcuni esperti di gestione chiamano il loro processo Aco, Ant colony optimisation. L'algoritmo formica aiuta a trovare la soluzione migliore tra le tante possibili secondo il motto: non parlare a lungo, non lamentarsi, ma farlo e basta. La loro gestione è da centinaia di milioni di anni pura "holacracy" prima ancora che il termine esistesse. Nel nido non ci sono capi, tutti i membri della squadra hanno la stessa responsabilità per il benessere dell'organizzazione. I maschi alfa e gli avventurieri pre-potenti non farebbero altro che disturbare il sistema. Insomma, da riscoprire e studiare.

—Nuovi jobs Shitstorm-Manager

Gestire shit. Beh, se pagano bene. Certe tempeste, d'altra parte, travolgono l'impresa. È il caso di Sonos, blasonato produttore di altoparlanti attivi, la cui nuova applicazione, piena di bug, ha fatto imbestialire sui social il grosso dei clienti. Il giornalista americano di tecnologia Paul Thurrott ha descritto l'app come "terribilmente scadente", quasi inutilizzabile. Un flop di cui sa qualcosa Keith Nieves, l'uomo che si occupa solo di rappresentare l'azienda e placare i clienti arrabbiati sulla piattaforma online Reddit, dove esiste un forum, un cosiddetto subreddit, che si occupa esclusivamente di Sonos, con ben 270mila membri che cercano consigli e condividono soluzioni. Dopo questo fiasco, la benevolenza verso Sonos si è trasformata in indignazione e offese. Shitstorm-manager. Uno sporco lavoro, ma qualcuno deve pur farlo. Soprattutto in futuro.

—Future tourism

Hôtellerie 2030



<https://tinyurl.com/4s5km928>
<https://tinyurl.com/2zyjfy8t>
<https://tinyurl.com/fra8mbt5>
<https://tinyurl.com/2pnm7nb>
<https://tinyurl.com/yk8tejh>

Tecnologia non è sinonimo di futuro. Ma, intanto, tutta la narrazione è come posseduta dal verbo “l’IA conquista il mondo dei viaggi”. Ecco, in un piccolo decalogo, quello che ci attende come ospiti o, meglio, ciò che attendono i cosiddetti esperti.

—1—

Nel futuro, gli ospiti non dovranno più fare la fila alla reception, ma si recheranno direttamente in camera con il codice d’accesso sul cellulare. Già oggi molti hotel stanno anche rendendo più flessibili gli orari di check-in: aspettare le 15.00 per entrare in camera è ormai un ricordo del passato.

—2—

Nel futuro, sempre più ospiti proverranno dai paesi emergenti. Il numero di turisti provenienti dall’India (in particolare giovani indiani) e dall’Asia orientale è già in aumento (vedi link Future of travel). Tuttavia, nel 2030 la maggior parte dei clienti degli hotel continuerà a provenire dall’Europa e dal Nord America.

—3—

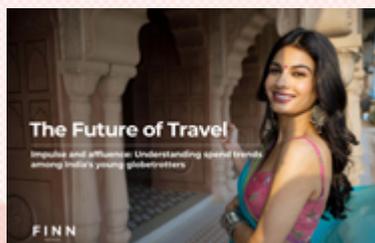
Nel futuro, tutti gli hotel saranno costretti ad ampliare il loro programma di supporto. La nuova generazione di ospiti vuole qualcosa di più di un semplice alloggio. Sono alla ricerca di un’esperienza che non può essere replicata a piacimento. Un evento del genere potrebbe essere, ad esempio, un corso con un noto insegnante di yoga.

—4—

Nel futuro, sarà possibile personalizzare la stanza in base ai propri gusti. L’industria dell’ospitalità dispone già di molti dati sui clienti, ma li utilizza solo per scopi di marketing, come le e-mail promozionali. L’esperienza effettiva del cliente è la stessa per tutti gli ospiti. Questo in futuro cambierà. Gli hotel, soprattutto nel segmento premium, personalizzeranno la camera in base alle preferenze del cliente. Possono effettuare numerose modifiche in anticipo nella loro app di prenotazione.



SCARICA THE FUTURE OF TRAVEL
<https://tinyurl.com/53rxcs5>



-8-

Nel futuro, la gestione dei talenti e del personale diventerà essenziale per la sopravvivenza. Solo gli hotel che rimarranno attraenti, come datori di lavoro per la Generazione Z, saranno in grado di salvaguardare le loro prospettive future. In cima alla lista delle cose da fare: rendere più variegate le mansioni nel settore alberghiero. Esempio: il dipendente dell'hotel di domani lavora alla reception il lunedì, fa il cameriere il martedì e si occupa della presenza sui social media dell'hotel da casa il mercoledì.

-5-

Nel futuro, gli hotel avranno un aspetto diverso, anche se appartengono a una catena. Il motivo: soprattutto i clienti più giovani si aspettano che un hotel rifletta maggiormente l'ambiente circostante. Gli elementi locali devono essere integrati nell'arredamento. Fine della standardizzazione.

-9-

Nel futuro, tutti gli hotel dovranno farsi trovare facilmente dai chatbot basati su IA, come ChatGPT (Answer engine optimisation). Il cliente di domani vorrà vedere nell'app dell'hotel, ad esempio, se il tapis roulant della sala fitness è occupato e, in alternativa, farsi suggerire un percorso a piedi nelle vicinanze.

-6-

Nel futuro, le stanze multifunzionali saranno quasi la norma. Sempre più hotel acquistano mobili dotati di tecnologia di automazione. I mobili possono essere facilmente spostati in modo che una stanza possa cambiare aspetto e funzione.

-10-

Nel futuro, ogni hotel dovrà costantemente osservare le tendenze delle zone (per esempio, controllare con quali immagini e hashtag quartiere e località appaiono su Instagram) per offrire pacchetti combinati e collaborazioni con i locali.

-7-

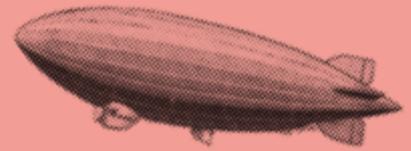
Nel futuro, la sostenibilità resterà importante, almeno per gli ospiti dei paesi industrializzati. Alcuni target hanno grandi aspettative di tutela dell'ambiente e del clima, per altri invece non è importante. Gli ospiti vogliono sapere di quali materiali è fatto l'edificio, da dove provengono gli ingredienti del cibo e quanta energia consuma l'hotel.

-Post decalogo-

Tutto potrebbe anche andare diversamente. Il futuro è solo narrazione, mai previsione.

FUTURETECH

INVENZIONI & INNOVAZIONI



CAUTION: ROBOT AT WORK

Singapore sta procedendo a pieno ritmo con le costruzioni automatizzate. A partire dal 2025, i robot saranno utilizzati in un cantiere su due. I test, condotti con macchine di verniciatura automatizzate, hanno dimostrato che queste aumentano la produttività di una squadra di verniciatori del 30%. Il produttore Dafang, ad esempio, offre un modello adatto a numerosi compiti: il robot DF-033 intonaca, leviga e vernicia (anche il produttore tedesco Conbotics

commercializza macchine di questo tipo). Non sorprende. Secondo McKinsey, l'80% delle imprese edili in Usa non riesce a trovare personale sufficiente. A lungo termine, quindi, il settore non ha alternative all'automazione di un maggior numero di processi. Tuttavia, l'uso dei robot nell'edilizia pone sfide particolari per l'alto numero di differenti fornitori e operatori coinvolti.



<https://www.constructionrobots.com/tybot>
<https://www.conbotics.com/en/home>
<https://www.dafang.ai/public/product.html>



PONGBOTSTORE.COM

Dedicato ai manager tennisti. Il robot lanciapalle PongBot si comporta come un professionista. A volte gioca una palla lunga, poi corta, poi liftata. Da provare.

 <https://www.youtube.com/watch?v=Aad2wUc6iBl>



EASY-WAY.COM.PL

Basta faticare. Easy-Way offre un'unità elettrica aggiuntiva per passeggini che fornisce supporto e conforto quando si spinge in salita.

 <https://www.youtube.com/watch?v=IWW12p008Nw>



THEDORBROTHERS.COM

Se non li conoscete ancora, conosceteli ora. The Dor Brothers è una AI Video Production Company. Bravi con le imprese e cattivi con i politici.

 https://www.youtube.com/watch?v=HfbKU_BZhjc



INSTAGRAM.COM

Nel Rain Report Cafe di Seoul piove ogni 15 secondi, grazie a un sistema d'irrigazione nel cortile. Il ticchettio delle gocce contro la finestra fa molto "cuccioloso", dicono.

 <https://www.youtube.com/watch?v=8IUWwca309s>



JUSTSALAD.COM

La catena Just Salad introduce "Salad AI" per ordini personalizzati basati sulle preferenze alimentari dell'utente e un maggiore coinvolgimento dei clienti.

 <https://www.youtube.com/shorts/9Gal3VmCzHs>



AUDI.VN/EN/MODELS/Q8/Q8/

Trend convalida emotiva. Audi Vietnam sperimenta la tecnologia EEG per aiutare i consumatori a decidere se la Q8 è l'auto giusta per loro. Cupo.

 <https://tinyurl.com/3f8wkfhd>