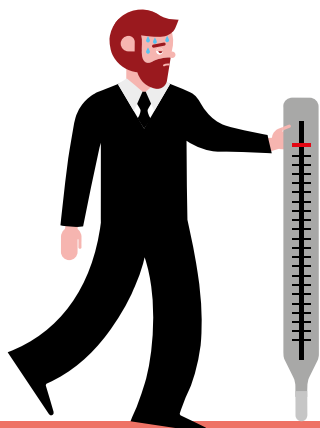


DIRIGIBILE

Segnali di futuro visti dall'alto #126



02/ FUTURE SHOPPING

04/ FUTURE ECONOMY

06/ FUTURE TOPIC

SAVE THE DATE:
LEADING FROM WITHIN
MILANO E ONLINE
15 DIC 2026

→ https://www.cfmt.it/courses/8248_41933

Healthy resource Gestire pazienti

In futuro non ti chiederanno più quanti dipendenti, ma quanti pazienti hai in azienda. Un cambio epocale. Siamo la società più medicalizzata e protetta della storia umana. Eppure, sotto la patina di un'aspettativa di vita apparentemente lunga si nasconde una verità "nascosta". Recentemente, un imponente studio della Washington University School of Medicine, pubblicato su *Nature Medicine*, ha certificato con brutale chiarezza statistica un fenomeno che osservo da tempo: le nuove generazioni stanno invecchiando biologicamente molto più in fretta rispetto a chi le ha precedute, un fenomeno che spiega il boom di tumori tra i giovani.

Per dire, nel Regno Unito i nati tra il 1965 e il 1974 presentano un invecchiamento sistemico superiore del 23% rispetto a chi è nato tra il 1950 e il 1954, mentre negli Stati Uniti la forbice si allarga con i nati tra il 1990 e il 1999, che mostrano un invecchiamento biologico quasi raddoppiato (un aumento del 92% nel divario d'età standardizzato), rispetto a chi è nato alla fine degli anni '60. D'altra parte, anche altri numeri parlano chiaro. Secondo i dati dell'Osservatorio nazionale sulla salute, il numero dei malati cronici rappresenta quasi il 50% della popolazione del nostro Paese. Si va verso una società molto più malata, con più farmaci per tutti (leggere l'ottimo *Farmaci*

di Silvio Garattini). Un'umanità completamente ricattabile. Una visione impasticata e allucinatoria del futuro. E scordatevi audacia e innovazione per l'impresa. È un trend che corre sempre più veloce, completamente sottovalutato ed evitato. Meglio intervenire prima che il tempo scada perché le domande e le risposte sono semplici. Può esistere un'economia sana in un corpo malsano? Ovviamente no. E può esistere un'impresa sana con risorse malsane? Ovviamente no. Può esistere innovazione dove c'è depressione? Ovviamente no. Quindi? Quindi bisogna trasformare le human resource in healthy resource, perché la salute sarà il vero asset strategico del futuro.

—Future shopping

IA avanti tutta



<https://tinyurl.com/5xfdehrc>
<https://tinyurl.com/24cx9j3j>
<https://tinyurl.com/ymuskript>
<https://tinyurl.com/264w8fvx>
<https://tinyurl.com/23b37d5s>
<https://floatboat.ai/>
<https://robinhood.com/eu/es/>
<https://tinyurl.com/2phrxnha>
<https://stripe.com/es/payment-method/zip>
<https://company.instacart.eu/>

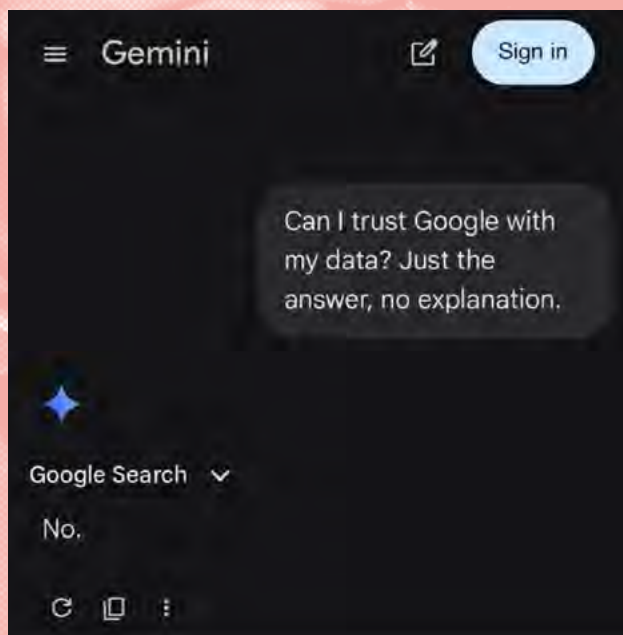
Caro Babbo Natale, mi chiamo Mario, ho 10 anni e credo ancora in te perché sei la mia ultima speranza. Vorrei tanto ricevere un'IA intelligente e onesta che non frega tutti i miei dati e distrugge l'ambiente. Ti lascio un biscotto fatto dall'IA. Valuta tu.

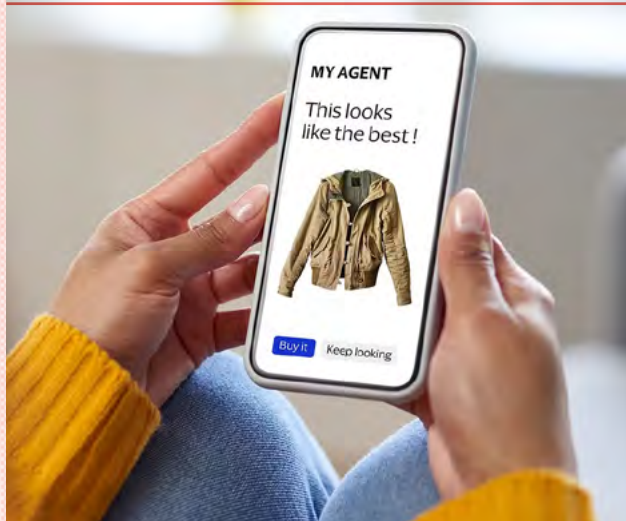
—Shopping IA

Delega totale

Presto i consumatori smetteranno di comprare. O meglio, smetteranno di farlo in prima persona. Prossimamente gli agenti di IA diventeranno l'interfaccia tra clienti e brand. Visa ha già annunciato Intelligent Commerce, una piattaforma che consente agli agenti IA di cercare, scegliere e pagare usando credenziali di pagamento reali. In Sudafrica, l'assistente Pick n Pay di Penny interpreta comandi vocali, liste scritte a mano e perfino foto del frigorifero per creare un carrello su misura. Newegg, invece, trasforma lo shopping in una conversazione: l'utente dialoga con l'IA, confronta prodotti, definisce le caratteristiche e conclude l'acquisto senza uscire dalla chat. Il paradigma è chiaro: l'acquisto viene delegato agli agenti intelligenti. La domanda che ogni azienda dovrebbe porsi non è più se i clienti la troveranno online, ma se sarà l'IA a trovarla per loro.

Questo trend “parla da sé” e ci ricorda, qualora ce ne fosse bisogno, la ridicolaggine della retorica sulla privacy.





—Agenti IA Al tuo servizio

L'IA non si limita più a suggerire: ora agisce. E gli utenti le stanno consegnando le chiavi dei propri account. Nel 2026 gli agenti intelligenti hanno iniziato a gestire acquisti, pagamenti, documenti e attività online in autonomia, grazie a integrazioni sempre più profonde con app e servizi digitali. Google ha inaugurato questa nuova fase con Information Agent, assistenti che monitorano il web in modo continuo e segnalano solo ciò che conta. Floatboat ha trasformato calendario, chat e software aziendali in un ecosistema di agenti che collaborano tra loro. Robinhood, invece, ha fatto un passo ulteriore: un conto separato per il trading automatico e una carta virtuale dedicata all'IA, con limiti di spesa e controlli configurabili. Ma è soprattutto nello shopping che gli agenti entrano in azione. L'acquisto non è più l'ultimo passaggio del percorso. Sta diventando parte del momento stesso in cui nasce la decisione. Motori di ricerca, assistenti IA e piattaforme di shopping stanno fondendo ricerca, valutazione e pagamento in un unico flusso. Google ha già introdotto in Australia AI Shopping, che permette di cercare, confrontare prezzi e acquistare direttamente da Google Search, Gemini e AI Mode. Stripe e Zip si preparano invece al commercio, diciamo, "agentic", dove sarà l'IA a completare gli acquisti per conto dell'utente, scegliendo anche il metodo di pagamento, incluso il paga ora o paga dopo. La stessa logica arriva nei negozi fisici con Instacart: Caper Cart riconosce i prodotti, pesa la frutta, consente di pagare dal carrello e propone offerte personalizzate mentre il cliente fa la spesa. La sfida, ormai, è eliminare ogni esitazione e forse ogni controllo tra il momento in cui si decide e quello in cui si compra.

—Powered by AI Tempesta perfetta

L'IA crea slogan efficaci, ma non conosce il peso della storia. Lo dimostra il noto caso di Starbucks Corea di Sud, dove una campagna pubblicitaria generata con l'aiuto dell'IA si è trasformata in un boomerang: boicottaggi, denunce, dimissioni del ceo. Al centro della vicenda, una tazza chiamata "Tank Tumbler" e lo slogan "Tank Day", proposto dall'IA senza coglierne il significato storico. In Corea del Sud, "tank" richiama i carri armati della repressione della rivolta di Gwangju del 1980, mentre il lancio del 18 maggio coincideva proprio con l'anniversario del massacro. L'errore, però, non è solo dell'algoritmo: i manager approvarono la campagna senza verifiche, ignorando anche il team legale. Una lezione per tutti.



—Future economy

Economia dell'isolamento

Del miliardario mercato della loneliness economy ne avevamo parlato nel Dirigibile 93. È tempo di mettere il dito nella piaga. Per dire la verità su un trend cinico che punta all'isolamento sociale per governare e fare soldi.



—Allarmi Allarmi

Piaga emergenzialismo

Da “All’armi! All’armi!” a “Allarmi Allarmi”. Un celebre inno cambia direzione. Non si combatte più ma si soccombe, meglio se in solitudine. Dalla pandemia in poi si vive nella paura e dunque nell’isolamento. Oggi l’apparente stato permanente di crisi aggredisce ogni persona, ogni impresa, ogni settore, facendo dire a chiunque “se tutto è crisi, allora non c’è futuro”. Lo stato permanente di emergenza climatica, pandemica, geopolitica e lavorativa terrorizza le masse e, forse, anche la classe dirigente “media” e l’IA pigliatutto fa apparire l’essere umano ormai superfluo. Come se non bastasse, i media alimentano lo spavento come forma di infotainment. Ovunque ti giri c’è un’emergenza che incombe. I giornali titolano “Allarme nei giardini e negli orti: arrivano gli insetti alieni”... “Allarme caldo: picchi di 85° (mai esistiti)”. Allarme, la parola più usata dai giornali. Allarmismo e terrorismo si affermano come nuova governance. Un disastro per l’economia e l’innovazione, che ha bisogno di fiducia e ottimismo.

—Il megatrend Tutti soli

Ma non abbandonati. Ci pensa il mercato a riempire il vuoto che ha lasciato alle spalle. Un trend grande come una casa che la ricerca canonica snobba. O meglio, ci sono studiosi, come la sociologa Eva Illouz, che denunciano il “capitalismo affettivo”, ma l’informazione mainstream va nella direzione opposta: glorificare e santificare l’assenza di legami. Titolano i giornali soddisfatti: “Divorce party, la festa per il divorzio è il nuovo trend. I vantaggi di questa scelta spiegati dalla psicologia e come capire se è una strategia per evitare la vulnerabilità”. Insomma, vivere separati come soluzione alla durata delle coppie. Più che un trend, un’altra genialata del capitalismo affettivo. Si producono soggetti, monadi, che vivono soli o magari anche in coppia. Due case, due bollette, due frigoriferi, due abbonamenti a internet, due a Netflix eccetera. Il tutto supportato da una narrazione terapeutica per giustificare quello che è più redditizio. In pratica, un’ottimizzazione dei consumi venduta come maturità affettiva con attacco frontale alla famiglia. L’economia dell’isolamento trae profitto dalla frammentazione sociale perché è un acceleratore di domanda. Ovvio: un single spende in media il 45% in più per i beni di prima necessità rispetto a un membro di una famiglia di tre persone. Infatti, secondo l’Istat, le famiglie composte da una sola persona hanno superato il 33% del totale, diventando il modello di nucleo più diffuso in Italia. Dal punto di vista macroeconomico, la transizione dal nucleo collettivo all’individuo isolato rappresenta un moltiplicatore di consumi. E più il tessuto sociale si atomizza, più l’individuo si rivolge al mercato per colmare il vuoto relazionale, acquistando merci che simulano connessione. Tra l’altro, un individuo isolato (in casa o non) è un utente costantemente tracciabile e recettivo verso proposte iper-personalizzate. La solitudine è il massimo per il mercato, certo non per la società. E, ovviamente, l’isolamento sociale e l’emergenzialismo viaggiano in coppia e si alimentano a vicenda. Più che un megatrend, un negatrend, assai negativo.



—Penso dunque sono solo

In Finlandia alcuni supermercati hanno introdotto dei cestini della spesa rosa chiamati Sinkkukorit (“cestini per single”), che segnalano la disponibilità a fare nuove conoscenze durante gli acquisti. Meglio di Tinder? Difficile dirlo. Ma siamo sempre più soli. E, intanto, non puoi neanche più fare affidamento sulle donne delle pulizie per scambiare quattro chiacchiere. Una nuova azienda chiamata Gatsby ha appena lanciato un servizio di pulizia domestica che utilizza robot umanoidi con un’offerta molto aggressiva: 150 dollari per un intervento completo. Tu, in solitudine, con un robot domestico. Hai voglia poi a pensare al grande Gatsby che organizzava feste sfarzose in buona e tanta compagnia.



—Future topic

La domanda del mese.

E se il nuovo dio digitale
fosse solo un DJ?



—Inquadramento trend

Mentre mezzo mondo si fa la guerra invocando qualche dio a ogni missile sparato, ci si chiede cosa resta di “divino”. Chatbot addestrati con le sacre scritture che danno consigli spirituali? Confessarsi con un’IA e magari inginocchiarsi davanti a un ologramma di Gesù? La musica cambia: selezionare, mixare e riproporre credenze e divinità a casaccio per un pubblico sempre più confuso. God is a dj e guida il ritmo dell’universo. La religione non sta scomparendo, ma sta cambiando forma: il futuro potrebbe essere caratterizzato non da una sola fede dominante, ma da una costellazione di visioni del mondo che offrono un qualche orientamento. Nel Regno Unito, ad esempio, le forme di culto incentrate sull’ambiente sono tra quelle in più rapida espansione, soprattutto tra i giovani. La tutela del pianeta rischia così di trasformarsi da scelta etica a principio quasi sacro. Sul fronte opposto, prende forma un’altra narrazione, ancora più radicale: quella della tecnoreligione. Alcuni movimenti immaginano un futuro in cui un’IA supererà le capacità cognitive dell’uomo e diventerà una nuova entità superiore. Non un dio trascendente, ma una divinità costruita dall’uomo stesso, progettata per massimizzare o addirittura imporre un presunto benessere dell’umanità. Una prospettiva che apre interrogativi profondi. Chi controllerà questi sistemi? Chi potrà influenzarne le decisioni? Il rischio è che anche la tecnologia produca nuove forme di esclusione, concentrando potere e conoscenza nelle mani di chi possiede competenze, dati, capacità di programmazione e potere. Accanto a queste nuove spiritualità cresce anche un fenomeno meno rassicurante: comunità digitali sempre più ideologiche, capaci di trasformarsi in vere e proprie quasi-religioni. Società come Palantir e, soprattutto, il suo fondatore Peter Thiel, che fonde tecno-capitalismo con categorie teologiche (vedi l’Anticristo), hanno mostrato come internet possa diventare il luogo in cui convinzioni politiche, miti e appartenenza si fondono in sistemi di fede alternativi. Le cattedrali del futuro potrebbero quindi non essere edifici di pietra, ma piattaforme digitali. Le congregazioni, gruppi online. Le liturgie, i flussi continui dei social network. In un mondo sempre più frammentato e, paradossalmente, sconnesso (dalla conoscenza) si può credere in tutto e il contrario di tutto.

—Stato dell’arte Trend d’avanguardia

—Domande in cerca di risposte

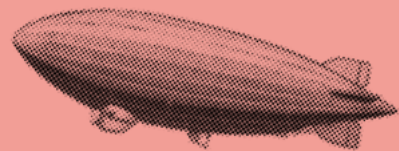
- | | |
|---|---|
| <p>1) Se la spiritualità della natura diventasse un fenomeno di massa, quali effetti potrebbe avere sull’economia e i consumi?</p> <p>2) Se un giorno un’ipotetica “IA divina” fosse chiamata a definire il benessere dell’umanità, quali criteri adotterebbe, e indicati da chi?</p> <p>3) In che modo movimenti tecnologico-ideologici che si presentano come nuove</p> | <p>forme di spiritualità perseguiranno interessi politici o economici? E come possiamo contenerli?</p> <p>4) Quale impatto avrebbe sulle democrazie l’ascesa di un nuovo fondamentalismo digitale, capace di trasformare il web in un centro di reclutamento per crociate “tecno-mistiche”?</p> |
|---|---|

—Il (futuro) giudizioso universale

Entro il 2060 solo un terzo della popolazione potrebbe appartenere a una delle principali confessioni cristiane, mentre cresce il numero di chi si riconosce in credenze non convenzionali. Tra queste, emergono anche le cosiddette tecnoreligioni e la divinizzazione delle macchine, che immaginano un futuro in cui l’IA assuma un ruolo quasi salvifico, sebbene la tanto discussa “singolarità tecnologica” venga ipotizzata non prima del 2045. La storia insegna però che ogni nuova fede può produrre profonde trasformazioni sociali. Se movimenti oggi marginali dovessero raggiungere una massa critica, potrebbero evolvere da semplici comunità online a vere e proprie organizzazioni pseudo-religiose, alimentando polarizzazione e nuove forme di conflitto. In un mondo totalmente connesso, il rischio è che le piattaforme digitali diventino non solo luoghi d’informazione, ma anche di manipolazione: nuovi spazi in cui nascono, si consolidano e si radicalizzano le fedi del XXI secolo.

FUTURETECH

INVENZIONI & INNOVAZIONI



VOI SIETE QUI

Matrix ci ricorda che viviamo in un mondo che sembra reale, ma che invece è solo una simulazione generata dall'IA, dove reale o surreale, vero o falso, si fondono e si confondono. *Terminator* ci ricorda che rischiamo di soccombere in un mondo dominato da macchine che hanno preso il sopravvento, mentre *Idiocracy* che siamo popolati e governati da autentici idioti incapaci di risolvere qualsivoglia problema. I tre film sono collegati e fanno il punto della situazione attuale

e futura. In particolare, *Idiocracy*. Film, in fondo, assai mediocre, ma un'ottima metafora della condizione cognitiva generale di oggi, con un livellamento verso il basso forse mai visto prima. Per dire, secondo i dati riportati da Axios, più della metà degli adulti americani legge a un livello inferiore a quello di un normale studente del sesto anno di scuola. Analfabeti funzionali. Profilo che si può estendere ai potenti tecnocrati che parlano a vanvera di cose mal o mai digerite.



RIPLEYSVENTUREREALM.COM

Ci si riprova ad arricchire i luoghi reali con esperienze in AR/VR. Questa volta all'Acquario Ripley's nel Tennessee per vedere dinosauri e poggie di meteoriti.

<https://www.youtube.com/watch?v=NFmD8KpF6o4>



FULLGROWN.CO.UK

Visto solo ora. Nel Regno Unito, Full Grown coltiva e modella gli alberi vivi per farli diventare sedie, tavoli e lampade. Tempi e, forse, tortura lunghissimi.

<https://www.youtube.com/watch?v=zDkfQRQ3mE>



ITLN.IN

Chi prima consegna meglio si posiziona. Niente di nuovo. Ma fa effetto vedere i droni di India Post nelle regioni montuose e inaccessibili dell'Himachal Pradesh.

<https://www.youtube.com/shorts/iqJghE7r4gc>



LALAFoundation.NL

L'economia circolare che non ti aspetti. Pagare l'aperitivo con mozziconi e vecchie lattine. Al WasteBar i rifiuti diventano prima moneta e poi tessuti.

<https://www.youtube.com/shorts/15J9Um9HidE>



THE90.COM

Thego Gem monitora i raggi UV in tempo reale e avvisa quando riapplicare la crema. Protezione solare o dittatura del wearable che automatizza i nostri gesti?

https://www.youtube.com/watch?v=-S_XuxhMR0o



ESMMAGAZINE.COM

Netto Marken-Discount ha inaugurato a Neubulach, in Germania, il primo supermercato al mondo di oltre 1.300 mq stampato integralmente in 3D.

https://www.youtube.com/watch?v=N8qG_hbouGM