


Il nostro esperto

* Giampaolo Colletti è un manager di impresa e giornalista. Collabora col Sole24Ore scrivendo di innovazione e marketing. Ha fondato la community dei lavoratori della rete wwwworkers. Ha scritto libri per Gruppo24Ore, Egea, Hoepli.



In un anno così particolare tutto assume un significato diverso. Anche il futuro. E il dubbio diventa centrale

COME SARÀ IL FUTURO? «NON LO SO»

Settembre da sempre segna l'inizio. Di scuola, lavoro, partite di calcio, quotidianità. Ma vale anche nel nuovo mondo sospeso, incerto, fragile, rallentato e accelerato, con la pandemia che non accenna a passare? Probabilmente no o forse sì. Perché ricominciare dà anche un senso alle cose. Però la ripresa per tutti (liberi professionisti, lavoratori nelle aziende) è legata all'incertezza delle prossime azioni, alla ricerca di una stabilità, al tentativo di essere prudenti e al tempo stesso di osare, di fare, di dare il massimo. Un dubbio che diventa centrale. Lo ha scritto poche settimane fa anche la scrittrice Michela Marzano, in un corsivo pubblicato sul mensile *IL* del Gruppo24Ore. "Il mondo che verrà è lontano dalle finte certezze e dai falsi profeti e dai tuttologi. L'unica cosa che vorrei sentire è il dubbio di chi, onesto con se stesso, sia capace di dire semplicemente non lo so" ha scritto Marzano. Allora diventa difficile provare ad azzardare proiezioni. Ma c'è chi studia i fenomeni e si avventura in nuovi possibili, non certi, scenari legati al futuro, all'innovazione, al lavoro. Provando a fare un esercizio di visione e a gettare il cuore oltre l'ostacolo con lucidità e positività.

1.200 DESIGNER IMMAGINANO IL FUTURO

Così ci hanno provato 1.200 designer e sviluppatori di 33 studi nel mondo. Dalle loro visioni sono emersi 7 trend che si inseriscono nel mondo colpito dalla pandemia, stabilendo nuove priorità nei comportamenti d'acquisto, nuove filiere e processi, nuove strategie di mercato. Nasce così Fjord Trends 2020, la 13ª edizione del rapporto promosso da Fjord, società che all'interno di Accenture si occupa di design e innovazione. C'è una cosa che colpisce: la tecnologia si lega al tratto umano, all'intuizione geniale portata dall'estro creativo, al valore aggiunto rappresentato dall'uomo e accelerato dalla tecnologia. Diventeremo tutti cyborg? Pare di no. Lavoreremo travolti da piattaforme e tecnologie sempre più invasive? Non sembra, almeno lasciando la parola ai designer intervistati. Forse il futuro non sarà come il passato che abbiamo lasciato. O forse sì. Quel che resterà centrale sarà quella *human intelligence*, che sarà soppiantata dall'*artificial intelligence*. Vivere per credere.

17 trend del futuro

1 Il futuro sarà nel *purpose*

La "ragion d'essere" delle imprese sarà ancora centrale. Così le aziende punteranno su valori di tutela sanitaria, sostenibilità, inclusione.

2 ... sarà nel denaro virtuale

Cambieranno ancora di più le relazioni di acquisto tra consumatore e azienda per pagamenti istantanei, invisibili, semplificati.

3 ... sarà nei corpi tracciabili

Avremo identità digitali, alla ricerca di un difficile compromesso tra privacy, mercato e bisogni sociali.

4 ... sarà nelle esperienze ibride

I clienti diventeranno liquidi e si esploreranno nuove dinamiche di relazione, condivisione e acquisto.

5 ... sarà nel design intelligente

Ovvero combinare intelligenza umana e artificiale per migliorare la qualità di vita delle persone e i loro consumi.

6 ... sarà nella comunità

Al bando le risposte a bisogni meramente individuali. La chiave per competere sarà abbracciare valori sociali.

7 ... sarà nei sosia digitali

La pandemia, con il *lockdown* e la ripartenza, ci ha consegnato una maggiore fiducia nella tecnologia. E tutto questo resterà nel tempo.

