

DAL BISOGNO DI GRATIFICAZIONE Istantanea ALLA SPERIMENTAZIONE CONSAPEVOLE

Intervenire e sperimentare con tempismo: sono queste le parole chiave della logica “snap”. L'immediatezza d'uso passa in secondo piano mentre si amplifica la rilevanza di soluzioni che sono in grado di ottimizzare il tempo e le risorse personali, garantendo un maggior controllo e intervento in specifiche occasioni di vita.

di FRANCESCO MORACE E LUCIA CHROMETZKA
www.futureconceptlab.com



➔ Abbiamo sottolineato negli ultimi anni l'importanza della fruizione come atto istantaneo e dell'acquisto trainato dall'impulso, anche nel mondo della comunicazione. Durante l'ultimo decennio, grazie alla presenza costante di nuovi dispositivi tecnologici che hanno permesso il coinvolgimento attivo delle persone, abbiamo osservato un graduale ma costante rafforzamento

del “potere” creativo e performativo dei consumatori. Ma il vero cambiamento è stata la transizione dal bisogno di gratificazione istantanea con l'ossessiva possibilità “one-click”, alla sperimentazione consapevole grazie a tecnologie “illuminate”, che amplificano il proprio know how. Si moltiplicano le scelte, attraverso prodotti semplici ma innovativi, per un consumatore che

non si accontenta della fascinazione ludica, ma che desidera risolvere “task” specifici durante la propria quotidianità. Si applica la “logica snap” con l'obiettivo principale di trovare risposte specifiche e “short-cuts” a problematiche presenti in vari ambiti della propria vita, nel pubblico e nel privato, come i pagamenti veloci o l'archiviazione digitale dell'informazione.

casi dal mondo



← I SUPER-EMOJI DI LINE

Line, è una azienda giapponese fondata nel 2011 che sta rivoluzionando il settore della messaggistica mobile. Non è casuale che oggi in Giappone i giovani spesso si scambino la Line ID come pochi anni fa si scambiavano indirizzi email o numeri di telefono. Il successo del marchio parte dall'intuizione di sviluppare una smartphone messaging app gratuita, con la possibilità di inserire immagini di simpatici personaggi animati, una sorta di super-emoji, che appaiono più grandi sullo schermo. Questi "adesivi digitali" permettono di esprimere emozioni difficili da trasmettere in parole, ma che attraverso personaggi come Brown l'orso e Cony la coniglietta, risultano meno impegnative. L'idea di poter inviare digital stickers, vinti o comprati,

è diventata subito molto popolare tra i giovani in Giappone, paese in cui Line conta più di 50 milioni di utenti. Line oggi, oltre alla messaggistica, offre intrattenimento attraverso giochi sul telefonino, da soli o in condivisione con altri utenti Line, e una sitcom, dove i protagonisti sono personaggi famosi e il contesto è l'azienda stessa.

→ PSSST THE SPEAKER

Creato da un gruppo di studenti del Royal College of Art di Londra, PSSST the Speaker è stato pensato per facilitare i cittadini nel sostenere cause pubbliche, con un sistema tra attivismo estremo e quello da poltrona. Le persone



che visitano la piattaforma online trovano le diverse cause da sostenere (dalle istanze relative all'immigrazione a quelle sul costo del trasporto pubblico) o possono richiedere un altoparlante per sostenere una nuova causa. Gli utenti possono prendere in prestito gli altoparlanti per trasmettere il loro messaggio, piazzandoli in giro per la città. Il messaggio viene trasmesso quando i passanti si trovano in prossimità del dispositivo. Nel sito web è possibile vedere la posizioni dei diffusori, ottenere dati in tempo reale e tracciare i promotori e i sostenitori di ogni causa. L'utilizzo in fase sperimentale del sistema, che emanava odori e suoni, si è ispirato al modello comunicativo basato su feromoni delle formiche, che cooperano per raggiungere un obiettivo comune.



LESSON LEARNED

1 Adottare le logiche snap per ottimizzare tempo e risorse.

2 Facilitare il controllo tempestivo dell'informazione



← IL SERVIZIO FILL-UP & GO DI SHELL

I servizi di pagamento via smartphone sono un ambito di attività in grande fermento e se il tanto atteso servizio Apple Pay non è stato ancora lanciato, altri grandi players si stanno attivando per snellire le procedure e velocizzare i tempi di attesa legati ai pagamenti quotidiani. Nel Regno Unito, ad esempio, è già possibile fare rifornimento alle stazioni di servizio Shell e pagare senza neppure scendere dalla propria automobile, grazie a un sistema di mobile payment messo a punto dalla multinazionale insieme a PayPal, la società statunitense che offre servizi di pagamento digitale e di trasferimento di denaro tramite Internet. Dopo una fase di

test condotta con successo nel 2013, a partire da Aprile 2015 il servizio Fill-Up & Go è disponibile in 35 stazioni, per tutti gli automobilisti iscritti allo Shell's Drivers Club che hanno un account PayPal e l'app Motorist di Shell o l'app di PayPal. Il servizio, che entro l'anno sarà esteso a tutti i 1.000 distributori Shell del Paese, non ha costi aggiuntivi e funziona in modo molto semplice. Entrati con l'auto nel piazzale, basta scegliere una pompa, fare la scansione del codice QR o digitarne il numero ID sul proprio smartphone, attraverso l'app, quindi inserire l'importo che si desidera spendere, compreso tra le 20 e le 150 sterline. L'App sblocca la pompa e quindi è possibile fare il rifornimento e ripartire. La ricevuta viene poi inviata automaticamente sul telefono.

→ THE SELF-DESTRUCTING BOOK

Per 5 giorni nel mese di gennaio, 1000 appassionati di thriller sono stati invitati a provare il vero pericolo, gustando il nuovo romanzo "Private Vegas" dell'autore di bestseller James Patterson. L'esperienza digitale The Self-Destructing Book disegnata dall'autore con Mother New York, una società di marketing creativo, ha dato alle persone 24 ore per leggere una copia digitale in anticipo, sfidandoli a finire la storia o accettare le conseguenze esplosive. I lettori che hanno avuto accesso con codici segreti, hanno corso contro il tempo attraverso un orologio nel sito web che ha permesso anche di "rubare" frammenti di tempo agli altri partecipanti. Un facoltoso lettore ha acquistato per \$ 294.038 l'unica copia fisica autodistruttiva che comprendeva anche una cena con l'autore e la consegna del libro da parte di una squadra SWAT.



3 Garantire immersione tecnologica e moltiplicazione delle scelte.

4 Immaginare “scorciatoie” che permettono al consumatore di risolvere problemi specifici.

5 “Nascondere” azioni complesse dietro modalità di fruizione leggere e disinvolte.

→ LE BISTROT DU LION

L'evoluzione del foodtruck in versione lusso è firmata Peugeot e combina la cucina francese a cinque stelle con un concept dai tipici tratti delle ultime produzioni della storica casa automobilistica. Uno degli “ambasciatori” del Design e della cultura gastronomica francese alla settimana del design a Milano e a Expo 2015 è Le Bistrot du Lion, ideato da Peugeot Design Lab - laboratorio di Global Brand Design al servizio dei clienti esterni al settore dell'auto - adottando forme e funzionalità inedite per un foodtruck, al servizio di esperienze nuove e di una ristorazione veloce, in movimento e di qualità. Si tratta di un'originale interpretazione di cosa possono diventare un veicolo commerciale,

rivisto a fondo nel design della carrozzeria, con una tinta specifica e i tratti distintivi delle vetture della casa e un ristorante viaggiante, capace di ospitare 30 coperti e fornire una cucina da chef stellato. Il tutto grazie a un sistema di aperture laterali, che svelano la cucina collocata nel vano dietro la cabina, ma anche con un rimorchio destinato a zona caffetteria, senza tralasciare l'intrattenimento assicurato da un impianto audio di livello.



→ IL QUADERNO TECNOLOGICO ROCKETBOOK

Appunti, schizzi, idee e brainstorming di ogni tipo richiedono spesso carta e penna; per garantire un accesso veloce e immediato all'informazione prodotta a mano è richiesto tanto spazio per cartelle e contenitori, e tempo prezioso in caso di archiviazione digitale. Rocketbook è un sistema che propone

la soluzione a tutto questo, un quaderno tutto tecnologico con anima analogica, la cui campagna per il finanziamento su Indiegogo.com ha raccolto, alla fine di marzo 2015, 388 mila dollari, ben oltre l'obiettivo prefissato di 20mila. In primis Rocketbook sembra un semplice blocco appunti, ma affiancato dalla Rocketbook app (per iOS e Android) è una vera rivoluzione tecnologica. Grazie alla funzione brevettata di image capturing dell'app, si può fare un veloce digital editing di ogni foglio, semplicemente inquadrando le pagine del block-notes con l'obiettivo di qualsiasi tablet o smartphone. La vera innovazione che facilita in maniera brillante l'archiviazione degli appunti si trova al fondo di ogni pagina, dove ci sono 7 icone con funzione di pulsanti virtuali: scarabocchiandone uno, al momento della “scansione” si attiva l'invio automatico delle proprie note a uno dei recipienti cloud, a scelta fra Dropbox, Evernote, Google Docs o email. Il blocco ha inoltre una lunga vita: è riutilizzabile fino a 25 volte perché è realizzato con un materiale che si cancella completamente dopo il passaggio nel forno a microonde. In 30 secondi, infatti, le pagine torneranno bianche, pronte per un nuovo utilizzo, se si ha avuto la cura di scrivere usando la penna Pilot FriXion, con inchiostro termosensibile, facilmente reperibile nelle cartolerie.