

Mercati e commercio, ecco i paradigmi del 2012

Sono quattro e rappresentano lo scenario dei trend che si consolideranno nel corso dell'anno aumentando il proprio peso strategico

di **Francesco Morace**

Alla fine di un anno è sempre interessante attivare un esercizio di riflessione sul futuro. Peraltro in questa fase molto delicata che segna il passaggio per certi versi drammatico tra il 2011 e il 2012, l'esercizio diventa ancora più importante e strategico.

La crisi economica che ogni giorno di più si dimostra una crisi sistemica e la condizione politico-istituzionale del nostro Paese - a dir poco precaria - creano paradossalmente le condizioni ideali per un salto di qualità e una visione davvero innovativa del mercato e del retail.

Sembra ormai essere un problema di sopravvivenza.

Sarà importante ripartire in questo senso dai 4 paradigmi che i lettori di Mark Up ritroveranno anche nel nuovo libro I paradigmi del futuro. Lo scenario dei Trend pubblicato dalla Nomos Edizioni. ■



1. Crucial & Sustainable

Il paradigma Crucial & Sustainable valorizza schemi e filosofie di vita legate a una nuova concezione della sostenibilità. Tornare alle origini, tutelando nel tempo tutto ciò che ci circonda: il nostro patrimonio economico, quello ambientale, e nello stesso tempo anche sociale e culturale. Riscoprire l'importanza delle risorse

cruciali, che dimostrano di avere un ruolo decisivo nella nostra vita. Da questi nuclei concettuali deriva la definizione di cruciale e sostenibile. Un paradigma che si basa su un vero e proprio cambiamento d'epoca che nel 2012 si paleserà definitivamente, indicando le nuove fondamenta su cui costruire i mercati del futuro, che a loro volta garantiscano

la tutela delle specificità più virtuose. La capacità selettiva - in termini di idee, processi, materiali, comportamenti - costituisce in questa dinamica un passaggio essenziale. La responsabilità di decidere cosa vale davvero, per le singole persone e per la società, si dimostra la chiave determinante per essere "crucial".

L'ESEMPIO

BrightFarms. Qualcuno ha calcolato che se tutti i tetti piani di New York fossero trasformati in orti, si riuscirebbe a coprire quasi il doppio dei consumi di verdure dell'intera città, eliminando il trasporto e le emissioni di CO2 collegate a tale attività. BrightFarms, una start-up con base a New York, ha trovato una soluzione con l'obiettivo di ridurre i consumi energetici per la produzione agricola urbana. La società finanzia, progetta, costruisce e gestisce serre idroponiche sui tetti dei supermercati, con un modello di business

semplice, ma che punta alla grande distribuzione mainstream. L'accordo prevede che BrightFarms possa costruire a sue spese una serra idroponica sul tetto del supermercato, per poi gestirla utilizzando impianti per la raccolta del calore disperso, per esempio, dall'aria condizionata o dai frigoriferi. Il supermercato, oltre a mettere a disposizione il tetto e il calore disperso, si impegna ad acquistare da BrightFarms, ad un prezzo fisso per un periodo di 10 anni, un quantitativo costante dei vegetali prodotti nella serra. Per BrightFarms il periodo è quello necessario per rientrare nell'investimento.

2. Quick & Deep

È questo il paradigma legato alla qualità del quotidiano in cui emergono con forza i temi della felicità quotidiana e della tempestività. Per anni siamo stati convinti che la velocità fosse l'elemento chiave del successo, il parametro attraverso cui misurare il cambiamento sociale e professionale. La realtà è diversa e il 2012 lo dimostrerà.

Il tema decisivo, infatti, si sta dimostrando piuttosto la tempestività: la capacità di farsi trovare al posto giusto nel momento giusto. Alternando nella propria esperienza vitale la lentezza alla velocità. Ecco perché spesso è necessario prendere una pausa di riflessione, di apparente lentezza per poter reagire al meglio

nell'istante in cui è necessario. La capacità selettiva - in termini di idee, processi, materiali, comportamenti - costituisce in questa dinamica un passaggio essenziale. La responsabilità di decidere cosa vale davvero, per le singole persone e per la società, si dimostra la chiave determinante per essere "crucial".

IL CASO

Dall'esterno, Sparc potrebbe sembrare una galleria d'arte, ma è invece una sorta di farmacia, un dispensario medico per la distribuzione di cannabis. Secondo gli ideatori di questo spazio la marijuana allevia la nausea, il dolore e l'insonnia, e stimola l'appetito: comunque da qualche anno la sua vendita è legalizzata in 15 Stati negli Usa. Questa realtà non profit, fondata da Erich Pearson, che ha legalmente coltivato cannabis a San Francisco negli ultimi 12 anni, è stata recensita dalla rivista Fast Company come un luogo che

"che unisce l'eleganza di un negozio Apple con la qualità della marijuana che i californiani si aspettano". Due anni fa Pearson decise che per sostenere l'immagine della marijuana bisognasse creare un punto di contatto diretto con le persone interessate al suo consumo, oltre a fornire garanzie e controlli di qualità. Il progetto è stato affidato a Sand Studios, un studio di architettura che ha optato per la progettazione di uno spazio moderno e semplice, in cui tutto è stato pensato fino al minimo dettaglio per comunicare attraverso l'estetica la legittimità della causa.

3. Trust & Sharing

Il paradigma Trust & Sharing ridefinisce una nuova catena del valore che prende forma attraversando tutti i settori di mercato: la reciprocità delle relazioni ripropone una economia delle non-equivalenze, rigenerando un rapporto basato sulla lealtà e sulla condivisione con il consumatore. Quello dello

sharing è un tema che solo cinque anni fa non sarebbe stato così rilevante e che nel 2012 segnerà un punto di non ritorno. Facebook muoveva i suoi primi passi ed era impensabile che un miliardo di persone potessero e volessero ogni giorno scambiarsi storie, racconti ed emozioni, rivitalizzando e

stravolgendo la concezione stessa dell'"amicizia". È chiaro quindi che la dimensione dello share è, e sarà, sempre più legata alla dimensione della lealtà personale e, in futuro, il dialogo e la condivisione continueranno con quegli strumenti che non solo saranno visibili, ma punteranno sempre più decisamente alla credibilità.

L'ATENE

Stanford Engineering Everywhere. Dal 10 ottobre al 12 dicembre 2011 la prestigiosa Università di Stanford in California offre gratuitamente un corso online di introduzione all'Intelligenza Artificiale, aperto a coloro che, in tutto il mondo, sono interessati al tema. Il corso, tenuto da due massimi esperti della Silicon Valley - Sebastian Thrun e Peter Norvig - è nato dalla contaminazione felice tra la Khan Academy, Microsoft e Google, avvenuta attraverso il TED, e ha attratto oltre 140.000 studenti da tutto il mondo, più di tutti quelli che

frequentano il famoso campus messi insieme. Il programma si articola in due percorsi: "advanced" - con test, prove di esame e un regolare diploma finale - e "basic", che si rivolge a chi vuole un'introduzione qualificata sull'argomento, che prevede solo un attestato di frequenza. Il corso è il primo dei tre offerti in via sperimentale dal Dipartimento di Informatica per diffondere la conoscenza e le competenze di Stanford nel mondo: consente di aumentare il proprio bacino di utenza in maniera esponenziale, e l'università riesce ad attrarre e a selezionare i talenti migliori in tutto il mondo

4. Unique & Universal

Il paradigma Trust & Sharing ridefinisce una nuova catena del valore che prende forma attraversando tutti i settori di mercato: la reciprocità delle relazioni ripropone una economia delle non-equivalenze, rigenerando un rapporto basato sulla lealtà e sulla condivisione con il consumatore. Quello dello sharing è un tema che solo cinque anni fa non sarebbe stato così rilevante e che nel 2012 segnerà un punto di non ritorno. Facebook muoveva i suoi primi passi ed era impensabile che un miliardo di persone potessero e volessero ogni giorno scambiarsi storie, racconti ed emozioni, rivitalizzando e stravolgendo la concezione stessa dell'"amicizia". È chiaro quindi che la dimensione dello share è, e sarà, sempre più legata alla dimensione della lealtà personale e, in futuro, il dialogo e la condivisione continueranno con quegli strumenti che non solo saranno visibili, ma punteranno sempre più decisamente alla credibilità.

IL RISTORANTE

Il ristorante Mugaritz di Erreterria, si trova in aperta campagna a pochi chilometri da San Sebastian, in una antica casa colonica molto local... Lo chef Andoni Luis Aduriz è però sempre alla ricerca di linguaggi universali, legati alla cultura alimentare. Negli ultimi anni, ha esplorato non solo tecniche nuove nella preparazione di piatti, ma si è proteso verso nuove mete per stabilire un rapporto originale tra cibo, arti visive e musica. Con il progetto teatrale del Fura del Baus, Degustación de Titus Andronicus, ha aggiunto il gusto al linguaggio estetico della drammaturgia.