

L'innovazione della solitudine

Raiffeisen Economic Research

economic-research@raiffeisen.ch

Tel. +41 (0)44 226 74 41



Una persona si accorge del fatto di invecchiare anche perché ai suoi occhi non tutto ciò che è nuovo brilla di luce propria. Non solo si affievolisce l'entusiasmo della novità, ma anche la curiosità di fare nuove scoperte. Prima di provarle, molte cose vengono messe in discussione con occhio critico.

E di alcune di esse non si sente nemmeno più il bisogno di fare la conoscenza. L'Apple Watch, ad esempio, non mi convince per niente – tantomeno quando è etichettato sotto la categoria dell'innovazione. Eppure questo smartwatch riscuote non pochi consensi, e sicuramente non per la sua funzione misurazione del tempo in quanto orologio, bensì per tutti gli ulteriori servizi utili. Quando parlano dei formidabili vantaggi dell'Apple Watch, alcuni si accendono di vero e proprio entusiasmo. Io invece mi chiedo se questo gadget non sia del tutto ridondante, in quanto in realtà possiamo (o potremmo) fare da soli tutto ciò che esso ci «vende» come presunte semplificazioni della vita quotidiana; oppure potremmo comunque utilizzare altri dispositivi, come le innumerevoli app sul nostro smartphone.

Contare ogni giorno i propri passi, poter monitorare 24 ore su 24 la propria frequenza cardiaca, inviare messaggi vocali dall'orologio, oppure portare al polso previsioni meteo, navigatore satellitare o carte geografiche, e il tutto fino a 50 metri sott'acqua: ma si tratta veramente di una facilitazione della "difficile" quotidianità? A tale riguardo, bisogna forse precisare che solo l'Apple Watch Series 2 è veramente impermeabile, mentre le prime due generazioni erano semplicemente resistenti agli spruzzi d'acqua. High tech, ma inservibile in caso di umidità eccessiva: una vera e propria innovazione, noh?

La mia app e io

Si dice che l'orologio della mela morsicata sia estremamente pratico per chi pratica sport di resistenza: durante il jogging, attraverso il collegamento Bluetooth è possibile ascoltare musica memorizzata offline – una funzione offerta praticamente da tutti gli smartphone, ma non certo al polso. E grazie al nuovo chip GPS non devo più sincronizzare il mio Apple Watch con l'iPhone prima di visualizzare su una carta geografica il percorso effettuato a piedi o in bicicletta, in quanto la funzione è inclusa direttamente nell'orologio. C'è solo da chiedersi quale sia il reale vantaggio. È innovativo se in un secondo momento posso consultare su una carta geografica o via satellite dove sono stato, molto probabilmente solo soletto, durante la mia attività sportiva? E chi, tranne me, vuole davvero vedere il percorso che ho svolto? Con tutta probabilità sarò solo io a farlo, come del resto accade con la mia app per lo sci sullo smartphone. Infatti, a ben pochi

interessa se ho toccato una nuova velocità massima durante una discesa o quanti chilometri di piste ho percorso ieri.

Responsabilità sociale

Ciononostante, il settore dell'high tech non manca di ribadire che queste "diavolerie" ci consentono di condividere (share) i nostri hobby con gli altri. E la pubblicità dei prodotti ci inculca costantemente proprio questo aspetto. I big della Silicon Valley giocano la carta "social" in modo estremamente abile. Google & co. vogliono infatti farci credere che l'innovazione da esse concepita ha uno stampo spiccatamente altruista e non capitalistico. Tutte le loro ricerche sarebbero infatti incentrate su un mondo migliore, su una vita eterna e senza incidenti, sulla bellezza imperitura di noi esseri umani. Secondo il messaggio di marketing trasmesso, le attività dei produttori non vertono tanto sulla vile Mammona, quanto sulle scoperte con cui latecnologia ci aiuta non solo a superare gli ostacoli della quotidianità, bensì anche a mettere in contatto tra di loro le persone. Proprio come Facebook, che avvicina le persone (almeno superficialmente) oppure che sostiene il Telefono amico (seppure con scarsa convinzione). Probabilmente condividendo con gli altri su Facebook le proprie imprese sportive si riesce a catturare qualche "like". Ma la mia gioia non è in fondo contenuta, se qualcuno condivide online con me il suo ultimo stato di forma fisica? E come reagisco?

:-)

Spesso con un "emoticon", ovvero soprattutto (ma non solo) con questi smiley attraverso i quali oggi trasmettiamo agli altri il nostro stato d'animo – ad esempio via SMS. In passato si facevano disegni su una lettera scritta a mano. Oggi ci sono persone che con una sequenza di dieci o più emoticon esprimono il loro umore in modo così esaustivo da non dare adito ai propri interlocutori per chiedere ulteriori lumi a riguardo. Chi non fa della responsabilità sociale o sociopolitica soltanto uno sterile vessillo, in realtà non dovrebbe creare strumenti di interazione interpersonale la cui intensità emotiva e il cui grado di coinvolgimento si riducono a immagini prive di veri messaggi – ovvero a un livello di mera superficialità. Facebook, ad esempio, attinge i propri introiti quasi esclusivamente (al 98%, per la precisione) dalla pubblicità. Ma non si tratta di qualcosa di rischioso, piuttosto che di innovativo?

In fondo, altri player del settore pubblicitario hanno dovuto nel frattempo ammainare la propria bandiera, e anche le case editrici di quotidiani e periodici sono sotto forte pressione, in quanto la torta pubblicitaria non è diventata molto più ampia – a fronte tuttavia di un massiccio effetto di dislocazione. Se Facebook dovesse ora esaurire lo spazio disponibile per la pubblicità nei Newsfeed – cosa che peraltro si sta concretizzando –

L'innovazione della solitudine

cercherà senz'altro di agganciarsi altrove alla catena di creazione del valore. Si tratta tuttavia di un gioco a somma zero, e quindi anche l'utilità economica risulta piuttosto limitata. Eppure, nonostante tutto, il mondo si getta quasi ciecamente nelle braccia di Facebook & co. Altrimenti Snap(chat), un'azienda che lo scorso anno ha realizzato circa 500 milioni di perdite a fronte di un fatturato nell'ordine dei 400 milioni, difficilmente potrebbe raccogliere oltre 20 miliardi dalla prevista quotazione in borsa. Una situazione con sentori analoghi a quella del 1999: anche a questo riguardo l'innovazione sembra fare difetto.

Martin Neff, Economista capo di Raiffeisen

Importanti note legali

Esclusione di offerta

I contenuti della presente pubblicazione vengono forniti esclusivamente a titolo informativo. Essi non costituiscono dunque né un'offerta agli effetti di legge né un invito o una raccomandazione all'acquisto, ovvero alla vendita, di strumenti di investimento. La presente pubblicazione non rappresenta né un annuncio di quotazione né un prospetto di emissione ai sensi dell'art. 652a o dell'art. 1156 CO. Le condizioni complete applicabili e le avvertenze dettagliate sui rischi relativi a questi prodotti sono contenute nel rispettivo prospetto di quotazione. A causa delle restrizioni legali in singoli paesi, tali informazioni non sono rivolte alle persone la cui nazionalità o il cui domicilio si trovi in un paese in cui l'autorizzazione dei prodotti descritti nella presente pubblicazione sia soggetta a limitazioni.

La presente pubblicazione non ha lo scopo di offrire all'investitore una consulenza in materia d'investimento e non deve essere intesa quale supporto per le decisioni d'investimento. Gli investimenti qui descritti dovrebbero essere effettuati soltanto dopo un'adeguata consulenza Clientela privata e/o dopo l'analisi dei prospetti informativi di vendita vincolanti. Decisioni prese in base alla presente pubblicazione avvengono a rischio esclusivo dell'investitore.

Esclusione di responsabilità

Raiffeisen Svizzera società cooperativa intraprenderà tutte le azioni opportune atte a garantire l'affidabilità dei dati presentati. Raiffeisen Svizzera società cooperativa non fornisce tuttavia alcuna garanzia relativamente all'attualità, all'esattezza e alla completezza delle informazioni contenute in questa pubblicazione.

Raiffeisen Svizzera società cooperativa non si assume alcuna responsabilità per eventuali perdite o danni (diretti, indiretti e consecutivi), causati dalla distribuzione della presente pubblicazione o dal suo contenuto oppure legati alla sua distribuzione. In particolare, non si assume alcuna responsabilità per le perdite derivanti dai rischi intrinseci ai mercati finanziari.

Direttive per la salvaguardia dell'indipendenza dell'analisi finanziaria

La presente pubblicazione non è il risultato di un'analisi finanziaria. Le «Direttive per la salvaguardia dell'indipendenza dell'analisi finanziaria» dell'Associazione Svizzera dei Banchieri (ASB) non trovano pertanto applicazione in questa pubblicazione.
