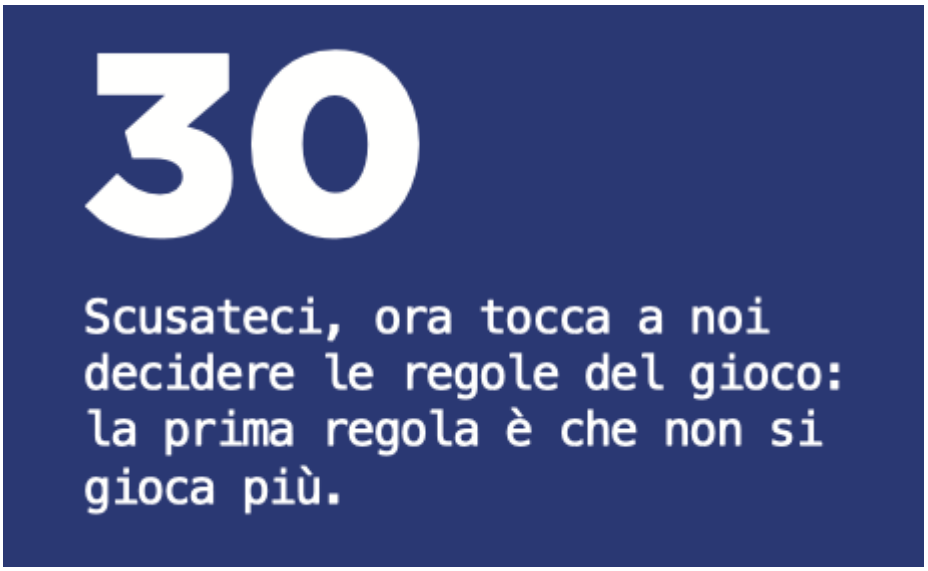
L’ultimo treno



Il Cluetrain compie 20 anni e arrivano 30 nuove tesi, una per ogni anno che manca al collasso del pianeta: The Newtrain Manifesto.

Sono passati esattamente vent’anni dalla prima edizione del Cluetrain Manifesto. Sorvoliamo elegantemente sulla seconda stesura di qualche anno fa e restiamo sulle intenzioni di quelle dirompenti 95 tesi che nel 1999 vedevano arrivare l’iceberg di Internet e suggerivano i giusti atteggiamenti di mercato per non schiantarcisi (*The end of business as usual*, era il sottotitolo di quel documento).

Nel frattempo gli iceberg si sono sciolti, quelle raccomandazioni risultano ancora molto attuali, ma vent’anni dopo ci sono nuove tensioni e alcune di queste sono diventate drammaticamente urgenti. E a dircelo è proprio l’anno che sta per concludersi: **il 2019 ce lo ricorderemo come l’anno del Purpose** e di una sensibilità diffusa verso tematiche valoriali che il mondo del marketing aveva snobbato, confinandole sulle scrivanie della CSR.

> *E ho la netta sensazione che stia passando l’ultimo treno per provare a fare questo mestiere in maniera completamente rinnovata.*

Perché quando si affondano i pennini della pubblicità dentro l'inchiostro dell'etica, dell'attivismo, della presa di posizione, il rischio di una sbavatura è molto alto e soprattutto credo che nessuno di noi in questo momento possa più permettersi malizie seduttive.

Dopo le sbornie solidali del 2019 sarebbe bello assistere a una profonda consapevolezza sul fare mercato, marketing e comunicazione nei prossimi 30 anni. Sembra che il 2050 sia la data ultima prima del collasso: "un'allarmante analisi dei ricercatori del National Center for Climate Restoration australiano delinea uno scenario in cui entro il 2050 il riscaldamento globale supererà i tre gradi centigradi, innescando alterazioni fatali dell'ecosistema globale".

> *Non abbiamo molto tempo, credo sia la nostra ultima occasione.*

Classic Blue (codice 19–4052), il colore dell'anno 2020, secondo Pantone: «offre la promessa di proteggerci, facendo risaltare il nostro desiderio di avere fondamenta solide su cui appoggiarci e costruire».
Ecco perché arriva un nuovo Manifesto, fatto di 30 tesi, una

per ogni anno da qui al 2050. È ispirato al primo Cluetrain, ne prende a prestito il registro e la medesima impellenza. Vuole parlare a chiunque si cimenti con il fare impresa, piccola, media o grande che sia. Fuori e dentro Internet, B2B o B2C, ammesso e non concesso che valgano ancora queste categorie.

Ma soprattutto, è stato scritto da ragazze e ragazzi che hanno tra i 19 e i 29 anni, solo per questo vale la pena leggerlo, rileggerlo, comprenderlo, condividerlo, diffonderlo e provare a usarlo. Perché riguarda chiunque abbia a cuore questo mestiere, e non solo.

The Newtrain Manifesto

1. L’ecosostenibilità è un prerequisito per stare sul mercato. È una pretesa urgente e indispensabile, non potrà più essere un vanto pubblicitario o un’invenzione di marketing.
2. La prima cosa di cui ci accorgiamo è quella che cercate di nascondere. Amiamo trasparenza, autenticità e rispetto. Non provate a manipolarci.
3. Per anni ci avete studiato, analizzato, *clusterizzato*, ora tocca a noi: vogliamo conoscere ciò che siete, non quel che dite di essere. Vogliamo incontrare gli scopi del vostro agire, spogliatevi e lasciateci guardare.
4. Se è vero che i dati sono il nuovo petrolio, non siate i nuovi petrolieri. Ce la fate a non inquinare anche il mondo digitale?
5. Più *big* sono i vostri *data*, più *small* sarà il nostro consenso.
6. Com’è che faceva quella canzone? *What goes around comes around*. Mettere a punto una filiera certificata e sostenibile è l’unico modo per stare sul mercato.

7. La scelta delle materie prime e il trattamento delle risorse umane sono il vostro biglietto da visita, se vi siete sbagliati, riscrivetelo.
8. In natura non esiste scarto, ogni cosa viene riutilizzata o riciclata: prendete esempio.
9. Vogliamo prodotti di qualità, che durino nel tempo. Cominciate a produrli, altrimenti l'unica obsolescenza programmata sarà la vostra.
10. **Le intelligenze artificiali sono tra noi, non usate gli algoritmi per trasformarci nei vostri bancomat.**
11. I vostri lavoratori e le vostre lavoratrici possono diventare i vostri primi influencer. Nel bene e nel male.
12. Il loro benessere e la loro soddisfazione sono specchio del vostro successo. Esiste il PIL della felicità, fatevi due conti.
13. Datevi del tu. Le aziende fanno parte della stessa collettività, è inutile continuare a ragionare per compartimenti stagni.
14. Se vi state chiedendo cos'è l'equità, forse avete sbagliato mestiere o siete semplicemente in ritardo. Ma non c'è più tempo.
15. Le questioni di genere non sono una bandiera e i diritti LGBTQ+ non sono un accessorio da sfoggiare.
16. Non vi è chiaro? Parità di genere = parità di doveri = parità di riconoscimenti.
17. Non tirate in ballo l'inclusività solo per la vostra reputazione, la differenza acquisisce valore solo se è ben rappresentata.
18. Non è più il tempo del *purché se ne parli*, bisogna che se ne parli per ragioni credibili, pertinenti e rilevanti.
19. Il traffico non è consenso: non siamo numeri, siamo individui. Le relazioni valgono più di milioni di view.
20. **Non siamo arrabbiati, siamo solo delusi.**
21. Non è sulle false promesse che si costruisce un rapporto duraturo. Provate con un patto sincero, se volete la

nostra fiducia.

22. Non confondete la fiducia con la fidelizzazione, perché non ci sarà difficile trovare qualcun altro.
23. I racconti delle marche ci piacciono anche, ma abbiamo bisogno di sentir risuonare la verità. Non vendeteci i vostri bisogni, liberateci dai nostri.
24. Ricordatevi che avete un peso: non siamo sulla luna! A ogni azione corrisponde una reazione, fare mercato vuol dire anche fare cultura.
25. Avete mai pensato alla bellezza come strumento di marketing? La bellezza è coerenza, consapevolezza, curiosità, stupore, coinvolgimento. Mettetela nei vostri Powerpoint.
26. Le aziende in grado di stare generosamente sul mercato saranno vincenti.
27. Vi sembrerà impossibile, ma guadagneremo tutti: voi, noi e le generazioni che verranno.
28. Supportate i valori che vi rispecchiano e rispettate quelli che non sentite vostri.
29. Aderite alle nostre battaglie, se credete, ma non provate a strumentalizzarle. Non ce ne facciamo nulla del vostro sostegno interessato.
30. Scusateci, ora tocca a noi decidere le regole del gioco: la prima regola è che non si gioca più.

Gli autori e le autrici sono al primo anno del biennio Story Design della Scuola Holden.

Simone Aragona, Luisa Capuani, Clarissa Ciano, Francesco Chironna, Vittoria Duò, Ottavia Guidarini , Laura Izzo, Aurora Longo, Alice Nicolin, Antonella Raso, Giorgio Remuzzi, Chiara Sanvincenti, Alice Serrone, Mattia Tresoldi, Serena Vanzillotta, Luisa Zhou.

Tutor: Roberto Tucci