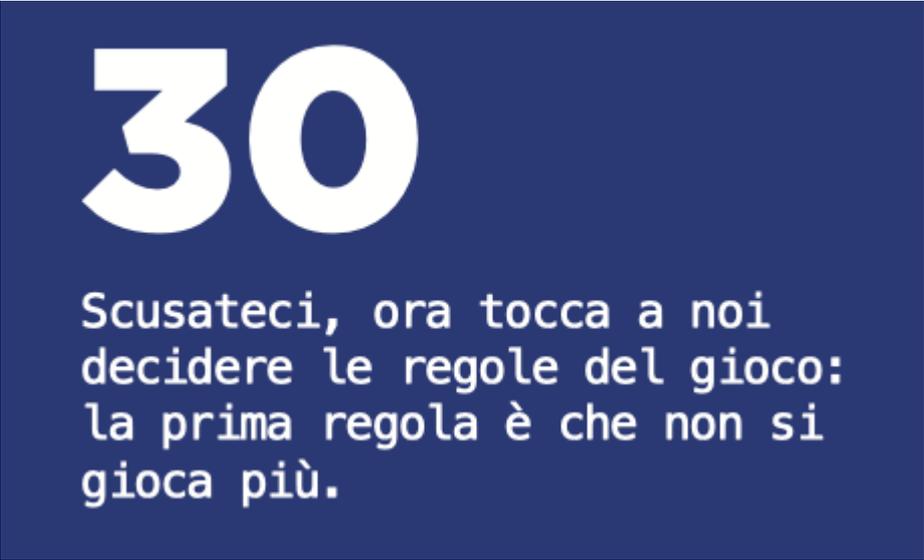


Tempo di lettura: 3 min

Autore:

---

## L'ultimo treno



30

Scusateci, ora tocca a noi  
decidere le regole del gioco:  
la prima regola è che non si  
gioca più.

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

# CREATORIdiFUTURO.it

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 schiantarsi (*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.

# CREATORIdiFUTURO.it

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.*



# CREATORIdiFUTURO.it

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, dividerlo, 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.

# CREATORIdiFUTURO.it

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

# CREATORIdiFUTURO.it

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

# CREATORIdiFUTURO.it

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.

# CREATORIdiFUTURO.it

---

*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

# *CREATORIdiFUTURO.it*

