

## OSSERVA ITALIA

Come sono cambiati e come si evolvono i consumi degli italiani. Un osservatorio in tempo reale sull'andamento delle vendite, dei prezzi e degli stili di vita. Giorno per giorno con numeri, persone, fatti e storie

# Il futuro è sempre più #dark: ecco i consigli per affrontarlo





Non stupisce che sia **Dark il leit motive del prossimo futuro**, come indica l'annuale report di **Baba Consultant**, basti pensare al successo di Games of Thrones che proprio in questi giorni sta rilasciando i suoi super dark trailer o di Black Mirror con la sua puntata natalizia che tutto fa tranne sfavillare ... un dark non necessariamente negativo ma sicuramente nebuloso e incerto.

“#DARK! è la percentuale di rischio che marca gli sviluppi di questa congiuntura temporale, In una continua tensione oppositiva tra oscurità e profondità, concentrazione e negazione. Mistero (provvisorio) di un mondo possibile ancora non definibile, e temporaneo blackout in attesa di maggiori certezze” così lo racconta Giulia Ceriani, ceo di Baba. Uno scenario in cui la marca torna protagonista, vestendo i panni “oscuri”: in che modo?

Quattro sono gli scenari indicati da Baba

- 1. TO FACE #DARK:** fronteggiare l'oscurità, azione ai limiti dell'aggressività per marche che non fanno compromessi e per “shouter”, personaggi che “non la mandano a dire”.
- 2. TO RETREAT #DARK:** al contrario del precedente, si cerca rifugio nell'indifferenza alla relazione umana, a favore della tecnologia e degli strumenti digitali. In questo scenario avranno la meglio gli “osservatori”.
- 3. TO DARE #DARK:** una sfida. Per marche con identità forti che non si fanno intimorire e che perseguono l'unicità e vivono il cambiamento come parte della loro essenza.
- 4. TO REJECT #DARK:** in questo scenario, vale il rifiuto, la negazione, la chiusura. Emergeranno i bastian contrari, le marche che innovano riproponendo il passato.

sostitutivi quali ancora di salvezza per un futuro incerto, per l'appunto ... dark.

Concentrazione e sostituzione saranno attivamente perseguiti dal mondo delle **bevande**.

La **mobilità** guarderà sempre più all'automazione con l'obiettivo di sostituire o potenziare l'elemento umano.

**Cosmetica e salute** si concentreranno sulla prevenzione e il beauty cercherà soluzioni cross-gender.

Il **fashion** ambirà a un ruolo sociale, criticando, giudicando.

Corsa alla tecnologia per il **retail**, obiettivo automatizzare il più possibile; farà capolino anche l'intelligenza artificiale.

Il settore **Tech** continuerà nella sua sovraesposizione, guardando, come da richiesta di altri settori, alla sostituzione uomo-macchina.

Al contrario, nei **media** piacerà la vita reale in contrapposizione all'eccesso di vita digitale.

Infine, **home design** sempre più votato alla adattabilità, "spazio instabile" come lo definiscono i ricercatori di Baba "schermo, nicchia, filtro che si modifica e aumenta le potenzialità esistenziali dei suoi abitanti". Per dirla con Trono di Spade ... "winter is coming" e ognuno farà quel che può.

\*direttore **Markup** e **Gdoweek**

La Repubblica si fonda sui lettori come te, che ogni mattina ci comprano in edicola, guardano il sito o si abbonano a Rep:. È con il vostro contributo che ogni giorno facciamo sentire più forte la voce del giornalismo e la voce di Repubblica.

Abbonati a Repubblica

## OSSERVA ITALIA

Il rapporto sui consumi  
Un'iniziativa di Affari & Finanza  
in collaborazione con Conad e Nielsen



---

## AFFARI&FINANZA

### A cura di

Luigi Gia e Paola Jadeluca

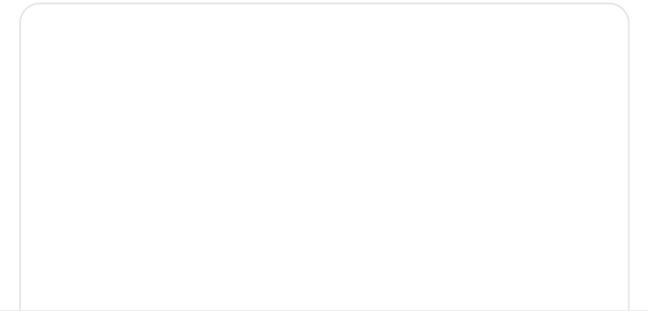
### Hanno collaborato

Stefania Aoi, Adriano Bonafede, Stefano Carli, Vito de Ceglia, Luigi Dell'Olio, Silvano Di Meo, Sibilla Di Palma, Marco Frojo, Walter Galbiati, Mariano Mangia, Eugenio Occorsio, Raffaele Ricciardi

### Segreteria Affari&Finanza

Stefano Fiori telefono 0649822539  
e-mail stefano.fiori@repubblica.it  
segreteria\_affari\_finanza@repubblica.it

[#osservaitalia](#) [@osservaconsumi](#) L'industria della pizza made in Italy vale 30 miliardi [@pignatti1](#)  
[@fpugliese\\_conad](#) [@luigi\\_gia](#) [@pino\\_zuliani](#)  
[@savinovurchio](#) [@InformaCibo](#) [@fabbog](#) [@Clazzati](#)  
[@PaolaJadeluca](#) [repubblica.it/economia/rappo...](https://repubblica.it/economia/rappo...)



[Incorpora](#)

[Visualizza su Twitter](#)

## IL NETWORK

[Espandi](#) 

[Fai di Repubblica la tua homepage](#) [Mappa del sito](#) [Redazione](#) [Scriveteci](#) [Per inviare foto e video](#) [Servizio Clienti](#) [Pubblicità](#) [Privacy](#) [Codice Etico e Best Practices](#)