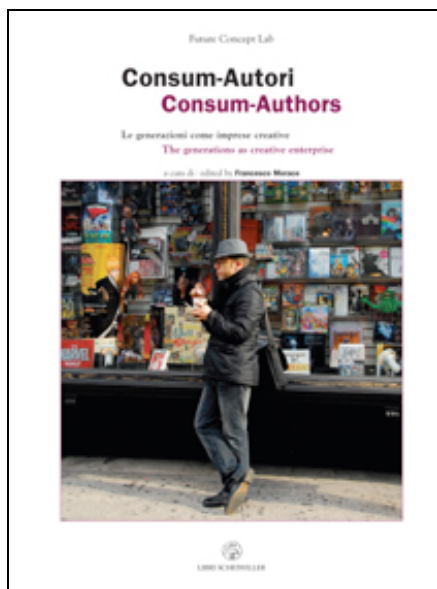


LIBRI SCHEIWILLER



**Future Concept Lab**  
**Consum-Autori**  
**Le generazioni come imprese creative**  
A cura di Francesco Morace

**Edizione italiano/inglese**  
**Editore:** Libri Scheiwiller  
**Formato:** 16 x 24 cm  
**Pagine:** 200  
**Illustrazioni:** 140  
**Prezzo:** 29,90€  
**ISBN** 978-88-7644-597-2  
**In libreria a dicembre 2008**

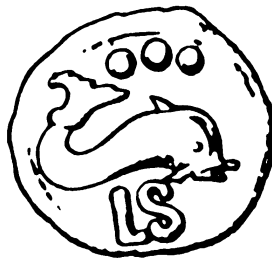
Libri Scheiwiller presenta il nuovo "libro-laboratorio" di **Future Concept Lab: Consum-Autori. Le generazioni come imprese creative** a cura di Francesco Morace e in libreria da dicembre 2008.

Il libro presenta un nuovo protagonista del mondo dei prodotti e delle merci: il Consum-Autore, un individuo con l'innovazione nel sangue e nel cervello, e con attese sempre più esigenti in ogni campo, dalla moda alla tecnologia, dai media ai piccoli consumi quotidiani.

L'obiettivo dell'opera è quello di porre il mercato al centro di una nuova visione strategica che concilia la qualità dei prodotti, del management e della vita quotidiana, secondo una pratica interdisciplinare, innovativa e umanistica: le analisi di Future Concept Lab dimostrano come da anni si dia spazio sempre maggiore alla visione neo-rinascimentale delle professioni, del consumo e del mercato che attraversa tutte le generazioni e, in molti paesi del mondo, accompagna la nascita e la diffusione del Consum-Autore.

Nei 10 capitoli del libro vengono analizzati altrettanti nuclei generazionali che incarnano la condizione creativa della propria generazione, e che costituiscono quindi il nocciolo duro dei Consum-Autori nelle proprie fasce di età:

- **Posh Tweens** (8-12 anni): sono i pre-adolescenti amanti delle novità, forse gli ultimi e unici a seguire le logiche tradizionali dell'ultima moda e proporre estetiche omologate e riconoscibili, incasellabili nello scenario di marche e *griffe*.
- **Expo Teens** (12-20 anni): i *teen-ager* che vivono la propria identità come "esposizione" che comprende l'esibizione ma anche l'esposizione alle tecnologie, l'uso dei codici delle tribù, la sensibilità ai vari linguaggi. E che su questo creano il proprio mondo estetico.
- **Linker People** (20-35 anni): sono nuovi soggetti *multiplayer* che vivono la condizione urbana come un infinito serbatoio di stimoli, da proporre e da collezionare. Si rivelano *trend setters* nei comportamenti di consumo e grandi sperimentatori della rete e di nuove tecnologie.



## LIBRI SCHEIWILLER

- **Unique Sons** (20-35 anni): è la generazione dei figli unici. Individualisti, egocentrici, narcisisti e consumasti, sono e si sentono unici, ma sono continuamente alla ricerca dei fratelli “perduti”. Questo è il nucleo motore della nuova società dei consumi.
- **Sense Girl** (25-40 anni): sono giovani donne raffinate, sensibili, esotiche, che si pongono al centro di una rivoluzione etica ed estetica segnando un profondo mutamento fondato sulla sensibilità personale.
- **Mind Builders** (25-50 anni): sono i nuovi esistenzialisti, appassionati del pensiero e della lettura. Intellettuali cosmopoliti e esperti di tecnologia, sono orgogliosi delle proprie radici e legati al territorio. Sono cultori dei ‘linguaggi’ e dello scambio interculturale.
- **Singolar Women** (35-50 anni): sono le donne che esprimono la singolarità femminile attraverso l’audacia di nuovi progetti di vita, così come nel rilancio di visioni ed esperienze del corpo e della mente. Con una forte propensione all’arte e all’identità di ‘genere’.
- **DeLuxe Men** (45-60 anni): un gruppo generazionale che si identifica nel concetto di prestigio e distinzione, raccogliendo tutte le espressioni del “nuovo vero lusso” che viene proposto dai nuovi ricchi soprattutto nei mercati emergenti di Brasile, Russia, India e Cina.
- **Normal Breakers** (45-60 anni): i nuovi ribelli, con una visione critica e creativa della realtà, convivono con normalità e trasgressione. La tecnologia costituisce un compagno di vita insostituibile nelle forme del file sharing, del blogging e di tutte le strategie dello sharing tecnologico.
- **Pleasure Growers** (ultra sessantenni): sono i senior, uomini e donne che riscoprono e rilanciano i valori delle loro utopie giovanili, filtrate dall’esperienza e dalla maturità raggiunta. Con loro emerge una nuova “estetica”, completamente rigenerata. Informale, giovanile, energetica, psichedelica.

**Future Concept Lab** è un Istituto di Ricerca e Consulenza Strategica che si distingue nel panorama internazionale come uno dei centri più avanzati della ricerca di marketing e nella lavorazione e previsione di tendenze di consumo. Con attività e clienti in Europa, USA, Asia e Sudamerica, Future Concept Lab nasce come progetto globale. Ha sede a Milano e corrispondenti in venticinque paesi del mondo, con l’obiettivo di proporre a livello internazionale nuovi concept di prodotto, comunicazione e distribuzione per affrontare i mercati avanzati ed emergenti, lavorando sulle parole chiave del futuro. L’Istituto realizza interventi di ricerca integrati con metodologie specifiche che conducono alla definizione di scenari di settore; svolge attività di consulenza e formazione; realizza pubblicazioni che rappresentano il risultato del proprio lavoro di laboratorio e osservatorio internazionale, come nell’ultimo *Real Fashion Trends* (Libri Scheiwiller, 2007).

**Francesco Morace**, sociologo, lavora dal 1981 nel mondo della ricerca e della consulenza con una specializzazione in tendenze di consumo e innovazione d’impresa. E’ presidente di Future Concept Lab. **Luisa Aschiero**, **Isabella Guitoli** e **Nicoletta Vaira** sono ricercatori dell’Istituto dove seguono in modo particolare l’area delle ricerche quali-quantitative. **Elisabetta Pasini** lavora come senior consultant ed è autrice dello storyboard in appendice. **Giovanni A. Viscomi** lavora come concept designer e come traduttore di concep e tendenze nel mondo anglosassone.

Gli autori curano rubriche e servizi su diverse riviste specializzate, tengono corsi e seminari alla Domus Academy , al Politecnico di Milano, all’Istituto Marangoni e in aziende e università a livello internazionale.

### Ufficio stampa Libri Scheiwiller

Natalina Costa, Giulia Zanichelli Tel 02 30076255 [giulia.zanichelli@24oremottacultura.it](mailto:giulia.zanichelli@24oremottacultura.it)

### Ufficio stampa Future Concept Lab

Sabrina Donzelli Tel 02 29510015 [sdonzelli@futureconceptlab.com](mailto:sdonzelli@futureconceptlab.com)