

THE REAL TRENDS 2007

Future
LAB concept

Nei due seminari autunnali che completeranno il ciclo **THE REAL TRENDS 2007** di Future Concept Lab, verranno analizzate le dimensioni della comunicazione pubblicitaria e della distribuzione commerciale, con particolare riferimento ai target generazionali.

Le riflessioni sociologiche emerse dai primi due seminari realizzati ad aprile e luglio (rispettivamente su Estetiche e Consumi), verranno quindi applicate mettendo a fuoco le attività operative che tutti I giorni aziende ed agenzie si trovano ad affrontare.

In particolare verranno fornite risposte concrete a chi comprende che l'evoluzione generazionale produce nuove domande:

Come comunicare a giovani e giovanissimi sempre più tecnologici?

*Come raggiungere i loro genitori in crisi di identità,
o i loro nonni che vivono una seconda giovinezza?*

*Come utilizzare nuove tecniche di comunicazione e di vendita
per soddisfare i gusti e i comportamenti dei nuovi target?*

Come valorizzare le potenzialità della rete e delle nuove comunità?

Come gestire la relazione sempre più stretta tra comunicazione e distribuzione?

Il programma ricco e articolato delle due giornate (11 ottobre per la Comunicazione e 22 novembre per la Distribuzione) aiuta ad affrontare questi punti critici, attraverso la riflessione e le testimonianze di esperti e aziende che racconteranno, insieme ai ricercatori/consulenti di Future Concept Lab, le proprie esperienze e punti di vista.

Comunicazione

11 ottobre 2007

La giornata sulla Comunicazione presenterà il profilo comunicativo degli 8 principali target generazionali: Posh Tweens, Expo Teens, Linker Boys, Sense Girls, Mind Builders, Normal Breakers, DeLuxe Guys e Pleasure Growers.

Il seminario vedrà la partecipazione di una grande Agenzia come Young & Rubicam che proporrà la sua esperienza degli ultimi 10 anni attraverso la testimonianza del suo Direttore Creativo, Aldo Cernuto, che affiancherà FCL nella riflessione sui target, presentando le campagne di maggiore successo curate dall'Agenzia.

Distribuzione

22 novembre 2007

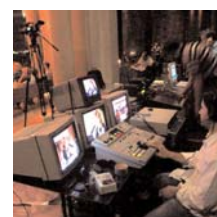
La giornata sulla Distribuzione vedrà invece la presentazione degli 8 percorsi di retail che hanno caratterizzato la distribuzione commerciale negli ultimi 10 anni: Brand Expression, Unexpected Link, New Basic, New Luxury, Convivial Connection, Proactive Proximity, Club Cultures, Experimental & Archetypical.

Il seminario vedrà la presentazione di 5 casi eccellenti che completeranno le considerazioni strategiche emerse dalle tendenze: la creazione del centro Eatly a Torino, le nuove Agenzie Tu di UniCredit Banca, la collaborazione di Coincasa con giovani designers, i nuovi progetti di Autogrill e la creazione del primo Temporary Store di Nivea.

Il ciclo **THE REAL TRENDS 2007** si tiene presso il Teatro Litta, Corso Magenta 24, Milano.

Per informazioni: Future Concept Lab · Tel. 0229510015

info@futureconceptlab.com · www.futureconceptlab.com



Comunicazione

11 ottobre (ore 9:30 – 17:30)

Programma:

- 9:30 - 10:00 **La musica e la voce come driver decisivi della comunicazione.**
Introduzione alla giornata a cura di Francesco Morace seguita dalla testimonianza audio-visiva del regista Toni Brunetti
- 10:00 - 10:30 **Posh Tweens (8-12 anni)**
L'evoluzione comunicativa dei pre-adolescenti precoci
- 10:30 - 11:00 **Expo-Teens (13-19 anni)**
La "syndrome CoCo" (consumo e comunicazione sfrenata) degli adolescenti
- 11:00 - 11:30 **Linker Boys (20-25 anni)**
Comunicazione, connessione e condivisione creativa attraverso la comunicazione tecnologica
- 11:30 - 11:45 Coffee Break
- 11:45 - 12:15 **Forum: la sfida degli adolescenti**
Francesco Morace, Linda Gobbi e Aldo Cernuto, *Direttore Creativo Young & Rubicam Italia* dialogano sul tema
- 12:15 - 12:45 **Sense Girls (25-35 anni)**
Un mondo femminile di valori che avanza nella dimensione dei giovani adulti
- 12:45 - 13:15 **Le incognite della "X generation"**
I casi selezionati dalla Young & Rubicam
- 13:15 - 14:15 Lunch
- 14:15 - 14:35 **La metamorfosi digitale di un broadcaster: dalla ubiquità alla rilevanza. Il caso MTV**
Gian Paolo Tagliavia, *VP Multimedia e DTT - Telecom Italia Media*
- 14:35 - 15:00 **Mind Builders (35-45 anni)**
L'ascesa dei creativi culturali e della loro comunicazione
- 15:00 - 15:25 **Normal Breakers (40-50 anni)**
Alternanze e alternative nella nuova comunicazione critica
- 15:25 - 15:50 **DeLuxe Guys (45-60 anni)**
Comunicazione di lusso per i 'baby boomers'
- 15:50 - 16:15 **Pleasure Growers (Da 60 anni in poi)**
Comunicazioni per l'edonista maturo
- 16:15 - 16:30 Coffee Break
- 16:30 - 17:00 **Generi, Generazioni e Famiglie**
La vocazione di Young & Rubicam per i marchi "familiari"
- 17:00 - 17:30 **Self-portrait Performance**
La fotografa Cristina Nuñez presenta gli auto-ritratti dei partecipanti

Distribuzione

22 novembre (ore 9:30 – 17:30)

Programma:

- 9:30 - 10:00 **Situazionismo commerciale e nuove architetture sul territorio**
Introduzione alla giornata a cura di Francesco Morace
- 10:00 - 10:20 **Brand Expression**
Tra casa della marca e codice del territorio
- 10:20 - 10:40 **Unexpected Link**
Tra territorio della sorpresa e sorpresa del territorio
- 10:40 - 11:10 **Il caso del primo Temporary Store di Nivea**
Giuseppe Berardi, *Direttore marketing Beiersdorf Italia*
- 11:10 - 11:30 **Simple Sample**
Nuovo basic tra creatività accessibile e fascinazione veloce
- 11:30 - 11:45 Coffee Break
- 11:45 - 12:10 **I nuovi progetti di Autogrill**
Giulio Ceppi, *Total Tool*
- 12:10 - 12:30 **Selective Sensitivities**
Nuovo lusso tra selezioni creative e sensibilità personali
- 12:30 - 13:00 **Il nuovo progetto di Coincasa con la nazionale dei giovani designer italiani**
- 13:00 - 14:00 Lunch
- 14:00 - 14:20 **Convivial Connection**
Tra convivialità reale e connessioni virtuali
- 14:20 - 14:50 **Il caso Eataly**
- 14:50 - 15:10 **Proactive Proximity**
Malls come mercati e mercati come brand
- 15:10 - 15:30 **Club Cultures**
Il club diventa commercio, il servizio diventa club
- 15:30 - 15:45 Coffee Break
- 15:45 - 16:15 **Agenzia Tu di UniCredit Banca: comunicazione e layout di un nuovo modello di agenzia**
Sara Pagliuca, *Direzione marketing e comunicazione UniCredit Banca*
- 16:15 - 16:45 **Experimental & Archetypical**
Consumatori come produttori e negozi come editori
- 16:45 - 17:30 **Conclusioni strategiche**