Future concept LAB

**Il mercato osserva e ascolta le persone, al centro di ogni scelta di vita e di consumo?**

**Cosa significa oggi progettare innovazione?**

**Come comprendere e "agire" le direzioni del cambiamento?**

Tre domande diventate strategiche per Imprese e Istituzioni, Agenzie di comunicazione e operatori di settori diversi.

**Future Concept Lab** indagherà le risposte con ***X-Change People,*** il ciclo **FUTURE VISION WORKSHOPS 2016**, offrendo nuove analisi di scenario, indicando direzioni strategiche e contribuendo a progettare soluzioni per il futuro.

Sono quattro le giornate dedicate alla ***Human Centric Innovation*** e alle potenzialità del cambiamento:

> GIOVEDÌ **14 APRILE**
> MERCOLEDÌ **5 OTTOBRE**
> GIOVEDÌ **23 GIUGNO**
> GIOVEDÌ **24 NOVEMBRE**

I seminari presenteranno **16 tendenze** (tra **Estetiche**, **Consumo**, **Comunicazione** e **Retail**) e **16 nuovi profili generazionali**: persone dentro al cambiamento, esploratori di percorsi e soluzioni al di qua e al di là dello specchio. Tutti coloro che sperimentano e influenzano esperienze di vita e di consumo.

CENSIS Francesco Maietta e Sara Giannone del **CENSIS** accompagneranno ognuno dei quattro seminari con un contributo di analisi per ciascun profilo generazionale.

*Future Concept Lab, con* **X-Change People**, *propone visione e concretezza progettuale a partire dalla sua competenza nell'osservazione e interpretazione strategica. Con 27 anni di attività di ricerca, consulenza e formazione, e oltre 10 anni di lavoro sui ConsumAutori, rilancia analisi, strumenti ed esperienze: un* **pensiero avanzato sul tema della Human Centric Innovation**.

**LOCATION**
Teatro Elfo Puccini
Corso Buenos Aires 33
20124 Milano

**INFO**
www.futureconceptlab.com
info@futureconceptlab.com
+39 02 29 51 00 15

Future concept LAB

I **Future Vision Workshops** di **Future Concept Lab** affronteranno temi di natura strategica con l'obiettivo di contribuire all'**innovazione della cultura aziendale**, per la definizione di nuove piste progettuali. Sono rivolti alle **diverse figure professionali** in Azienda che sentono il bisogno di acquisire una **visione globale che intercetta e connette mercati e consumatori**.

**La prima parte di ciascun seminario** sarà dedicata alla descrizione degli scenari dell'innovazione nelle **estetiche**, nel **consumo**, nella **comunicazione** e nel **retail**. Il panorama delle relative tendenze – alla base della successiva elaborazione di **orientamenti strategici** – sarà approfondito da concept e case history di natura globale corredate da immagini e video, tratte dagli **Osservatori internazionali di Settore**, patrimonio di ricerca dell'Istituto.

**Nel pomeriggio** verrà presentato **l'aggiornamento dell'Osservatorio dei ConsumAutori** che si è arricchito nel 2016 di nuovi nuclei generazionali, passando **da 12 a 16 profili**, proposti anche attraverso video interviste. In ciascuna giornata si esploreranno le caratteristiche identitarie di 4 nuclei generazionali di fasce d'età contigue, in termini di **visione estetica, attitudine al consumo, engagement comunicativo e propensione all'acquisto**.

A integrazione delle mattinate, saranno presenti anche **testimonial di casi emblematici** di settori diversi e di rilievo per ciascuno scenario proposto.

La presentazione di ciascun nucleo generazionale sarà **completata con l'analisi di contesto quali-quantitativa** del **CENSIS** a cura di **Francesco Maietta**, Responsabile settore Politiche sociali e **Sara Giannone**, Ricercatrice Area Poltiche sociali.

**LOCATION**
Teatro Elfo Puccini
Corso Buenos Aires 33
20124 Milano

**INFO**
www.futureconceptlab.com
info@futureconceptlab.com
+39 02 29 51 00 15

Future concept LAB

FUTURE VISION WORKSHOPS 2016

# ChangePeople

GIOVEDÌ **14 APRILE**

GIOVEDÌ **23 GIUGNO**

MERCOLEDÌ **5 OTTOBRE**

GIOVEDÌ **24 NOVEMBRE**

## GIOVEDÌ **14 APRILE**

### LE 4 TENDENZE DELLE ESTETICHE

I nuovi **territori estetici** delineano un panorama evolutivo orientato alla **ridefinizione delle forme**, del corpo e dei materiali. Se da un lato assistiamo a sperimentazioni che superano il concetto classico di funzionalità, dall'altro nuove tecniche di lavorazione **affinano la relazione con il materiale**, nella direzione di una cura quasi chirurgica, tra tocco artigianale e sofisticazione industriale. Anche le **poetiche del recupero** – sia culturale che formale – modulano un sottile gioco "decadente", ma al contempo deciso e ribelle. Infine, le più evolute dinamiche progettuali promuovono forme sempre più avanzate di collaborazione inaspettata, portatrice sana di innovazione profonda.

### I 4 NUCLEI GENERAZIONALI

Lively Kids – 5-8 anni

TechTweens – 9-12 anni

ExpoTeens – 13-15 anni

ExperTeens – 16-19 anni

## GIOVEDÌ **23 GIUGNO**

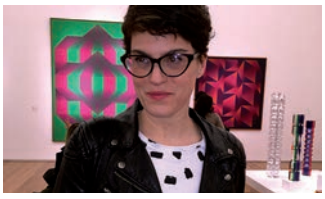
### LE 4 TENDENZE DEL CONSUMO

L'evoluzione dei consumi si orienta sempre più nella direzione delle **esperienze di vita memorabili**, con un consumatore alla ricerca di prodotti acquistati non tanto per soddisfare desideri sempre più sofisticati, quanto per garantire un mix di caratteristiche: il portato **emozionale**, la durata nel tempo e **la promessa di un futuro migliore.** Non è la capacità di possedere nuovi prodotti o servizi a dimostrarsi prioritaria nelle scelte di consumo, ma la possibilità di **elevare l'esperienza** – a livello psicologico e fisico – verso nuove direzioni esistenziali, con prodotti **e servizi in sintonia con le nuove sensibilità ed esigenze dei consumatori.**

### I 4 NUCLEI GENERAZIONALI

CreActives – 20-25 anni

ProActives – 25-30 anni



ProFamilies – 30-35 anni

ProTasters – 35-40 anni

**LOCATION**
Teatro Elfo Puccini
Corso Buenos Aires 33
20124 Milano

**INFO**
www.futureconceptlab.com
info@futureconceptlab.com
+39 02 29 51 00 15

Future concept LAB

FUTURE VISION WORKSHOPS 2016

# ChangePeople

GIOVEDÌ **14 APRILE**

GIOVEDÌ **23 GIUGNO**

MERCOLEDÌ **5 OTTOBRE**

GIOVEDÌ **24 NOVEMBRE**

## MERCOLEDÌ **5 OTTOBRE**

### LE 4 TENDENZE DELLA COMUNICAZIONE

Nel mondo della comunicazione **la variabile tempo** si contrae sempre di più, fino a **condensarsi nel presente**, in un'ottica di istantaneità, creando una relazione nuova tra comunicazione, produzione ed esperienza del prodotto. **I marchi** assumono **un ruolo** paragonabile a quello di **opinion leader**, proponendo forme avanzate di comunicazione sempre più vicine all'arte oratoria, declinata sul digitale. Anche **la dimensione più genuinamente artistica** incontra le forme più classiche di comunicazione, evolvendo dall'idea di **convergenza profonda tra fenomeni di nicchia e mainstream.** Infine, si riscopre il valore del "non detto", ovvero di forme di comunicazione discrete, sussurrate e quasi nascoste.

### I 4 NUCLEI GENERAZIONALI

New Normals – 40-50 anni

Singular Women – 40-60 anni

Mind Builders – 50-60 anni

Premium Seekers – 50-70 anni

## GIOVEDÌ **24 NOVEMBRE**

### LE 4 TENDENZE DEL RETAIL

Nella **varietà di scelta** di un numero sempre **crescente di fonti di acquisto**, i consumatori si dimostrano sempre più eclettici: **esperti, curiosi e attenti** a scegliere il canale di vendita che meglio corrisponde a un'esperienza d'acquisto specifica. **Tra pragmatismo quotidiano e costante eccitazione emotiva**, sono sempre più alla ricerca di occasioni di consumo che ne **valorizzino l'unicità,** promotori essi stessi di **nuove forme di personalizzazione**, in cui la tecnologia gioca un ruolo decisivo. In un mercato in rapido cambiamento, sospeso tra on e offline, se nuovi player si affacciano all'orizzonte con proposte innovative talvolta spiazzanti, la risposta di quelli mainstream non si fa attendere.

### I 4 NUCLEI GENERAZIONALI

Job Players – 65-75 anni

Pleasure Growers – 65-80 anni

Family Activists – 65-80 anni

Health Challengers – 75-90 anni

**LOCATION**
Teatro Elfo Puccini
Corso Buenos Aires 33
20124 Milano

**INFO**
www.futureconceptlab.com
info@futureconceptlab.com
+39 02 29 51 00 15

Future concept LAB

FUTURE VISION WORKSHOPS 2016

# ChangePeople

## GIOVEDÌ **23 GIUGNO 2016**

9.30 _9.45 Introduzione alla giornata
a cura di *Linda Gobbi*

9.45_10.00 HUMAN CENTRIC INNOVATION
E SPERIMENTAZIONI DEL POSTCAPITALISMO
a cura di *Francesco Morace*

10.00_10.20 SPUNTI SULLE NUOVE TENDENZE
DEL CONSUMO
a cura di *Luigi Rubinelli,*
*direttore di RetailWatch.it*

10.20 _10.40 **Touching Science**
OLTRE LA MAGIA, PER SPERIMENTARE
NUOVE FORME DI PERSONALIZZAZIONE
a cura di *Lucia Chrometzka*

10.40 _11.00 **ExtrActing Matter**
OLTRE LA SOFISTICAZIONE,
PER FARE EMERGERE LA NATURA
E IL SENSO DELLE COSE
a cura di *Lucia Chrometzka*

11.00_11.20 COFFEE BREAK

11.20_11.50 OLTRE LA SPESA: COSTRUIRE
UNA RELAZIONE TRA PROCESSO
D'ACQUISTO, CONSUMO E TERRITORIO
*Marco Porcaro, CEO - Founder Cortilia*

11.50_12.20 **Urging Control**
OLTRE LA SEMPLIFICAZIONE, VERSO
LE NUOVE SOGLIE DELLA PIANIFICAZIONE
a cura di *Lucia Chrometzka*

12.20_12.40 **Adapting Formula**
OLTRE LA CONDIVISIONE, PER SISTEMI
CHE SI MODELLANO
SULLE POTENZIALITÀ INESPRESSE
a cura di *Lucia Chrometzka*

12.40 _13.00 DOMANDE E DISCUSSIONE

13.00_14.00 LUNCH

14.00_14.30 ANALISI DI CONTESTO QUALI-QUANTITATIVA
a cura di *Francesco Maietta,*
*Responsabile Settore Politiche sociali CENSIS*

14.30_15.00 **CreActives** (20-25 anni)
GENERAZIONE ERASMUS: LA NUOVA
FRONTIERA DEL POSTCAPITALISMO
a cura di *Linda Gobbi, Francesco Morace*
e *Isabella Guaitoli*

15.00_15.30 **ProActives** (25-30 anni)
I GIOVANI PROFESSIONISTI: LE NUOVE
COMUNITÀ MULTIPLAYER GLOBALI
a cura di *Linda Gobbi, Francesco Morace,*
e *Isabella Guaitoli*

15.30_15.45 COFFEE BREAK

15.45_16.15 I MILLENIALS E L'INFORMAZIONE
AI CONSUMATORI
*Massimiliano Dona, Segretario Generale*
*Unione Nazionale Consumatori*

16.15_16.45 **ProFamilies** (30-35 anni)
I TRADIZIONALISTI *COOL*:
LA RETE FAMILIARE A SOSTEGNO
DEI SUCCESSI PERSONALI
a cura di *Linda Gobbi, Francesco Morace*
e *Isabella Guaitoli*

16.45_17.15 **ProTasters** (35-40 anni)
I NEO-ESTETI: LE ESPERIENZE VITALI
A PARTIRE DALL'INTELLIGENZA EMOTIVA
a cura di *Linda Gobbi, Francesco Morace*
e *Isabella Guaitoli*

17.15 _17.30 DOMANDE E DISCUSSIONE
CONCLUSIONI STRATEGICHE
a cura di *Linda Gobbi* e *Francesco Morace*

**LOCATION**
Teatro Elfo Puccini
Corso Buenos Aires 33
20124 Milano

**INFO**
www.futureconceptlab.com
info@futureconceptlab.com
+39 02 29 51 00 15

Future concept LAB

FUTURE VISION WORKSHOPS 2016

# ChangePeople

## MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE

| | | |
|---|---|---|
| **1** | pacchetto aziendale che comprende:<br>**tre seminari**<br>(partecipazione fino a max 10 persone) * | *Euro 12.000 + IVA*** |
| **2** | pacchetto aziendale che comprende:<br>**uno dei tre seminari**<br>(partecipazione fino a max 10 persone) * | *Euro 5.000 + IVA*** |
| **3** | prima partecipazione di una sola persona a **un seminario** * | *Euro 900 + IVA*** |

## COUPON DI ISCRIZIONE

Nome e Cognome

Società/Organizzazione

Posizione ricoperta

Indirizzo Città

Partita IVA

Telefono Fax

e-mail

**1** ☐ pacchetto aziendale di tre seminari

**2** ☐ partecipazione aziendale a uno dei tre seminari

**3** ☐ prima partecipazione di una sola persona a un seminario

* *L'iscrizione, oltre alla partecipazione al seminario, comprende l'acquisizione della documentazione FCL (cartacea e digitale), coffee break e lunch.*

** *Importo da versare tramite bonifico o assegno bancario al momento dell'iscrizione presso:*
*Banca Popolare di Milano Ag. 23 – Milano*
*IBAN IT37 P055 8401 6230 0000 0015 086*

**LOCATION**
Teatro Elfo Puccini
Corso Buenos Aires 33
20124 Milano

**INFO**
www.futureconceptlab.com
info@futureconceptlab.com
+39 02 29 51 00 15