



LETTO PER VOI

Sul filo della tessitura incessante che ha attraversato un intero decennio, dal fatidico 11 settembre a oggi, questo lavoro di Francesco Morace racconta e sintetizza lo scenario delle tendenze presenti e future, elaborate dall'attività di Future Concept Lab. Con sedi a Milano e San Paolo del Brasile e 50 corrispondenti in 40 città del mondo, l'istituto affianca quotidianamente aziende e Pubblica Amministrazione nell'elaborazione degli scenari futuri. Dopo la descrizione di una nutrita batteria di tendenze e concetti relativi a diversi settori e un'analisi articolata dei 12 nuclei generazionali emersi a livello globale dall'osservazione dell'Istituto, l'autore tratteggia i 4 paradigmi emersi da una ricerca realizzata per Accenture e che orienteranno il futuro globale.

UNIQUE & UNIVERSAL

Il paradigma Unique & Universal riassume e supera l'antinomia locale/globale che ha caratterizzato per due decenni la riflessione - spesso superficiale - sulla globalizzazione. Basti pensare alla proposizione di una idea distorta di globalizzazione che appiattisce e uniforma prodotti ed esperienze, o sull'altro versante allo slogan di gran voga qualche anno fa presso le multinazionali americane "pensa globale, agisci locale". Entrambe sono in realtà visioni prive di fondamento, così come il concetto confusivo della globalizzazione che non chiarisce la dinamica in atto: si parte dal locale o dal globale? Il paradigma che proponiamo - e verso cui la realtà sembra orientarsi - sottolinea invece un locale in grado di produrre un carattere talmente intenso da potersi trasformare in riferimento universale, in altri termini un locale in grado di unicità a livello globale. Così emerge il paradigma Unique & Universal come modalità di valorizzazione delle realtà locali e di comprensione per i successi globali, sottolineando il ruolo dell'eccezione locale e dell'attrattiva universale che nel 2012 saranno concetti-guida.

CRUCIAL & SUSTAINABLE

Il paradigma Crucial & Sustainable valorizza schemi e filosofie di vita legate a una nuova concezione della sostenibilità. Tornare alle origini, tutelando nel tempo tutto ciò che ci circonda: il nostro patrimonio economico, quello ambientale, e nello stesso tempo anche sociale e culturale. Riscoprire l'importanza delle risorse cruciali, che dimostrano di avere un ruolo decisivo nella nostra vita. Da questi nuclei concettuali deriva la definizione di cruciale e sostenibile. Un paradigma che si basa su un vero e proprio cambiamento d'epoca che nel 2012 si paleserà definitivamente, indicando le nuove fondamenta su cui costruire i mercati del futuro, che a loro volta garantiscano la tutela delle specificità più virtuose. La capacità selettiva costituisce in questa dinamica un passaggio essenziale. La responsabilità di decidere cosa vale davvero, per le singole persone e per la società, si dimostra la chiave determinante per essere "crucial". La sostanza e la consistenza contribuiscono poi a definire il nucleo stesso del nuovo mercato e della società emergente, costituendo la piattaforma abilitante per ciò che può e deve essere sostenibile.

TRUST & SHARING

Il paradigma Trust & Sharing ridefinisce una nuova catena del valore che prende forma attraversando tutti i settori di mercato: la reciprocità delle relazioni ripropone una economia delle non-equivalenze, rigenerando un rapporto basato sulla lealtà e sulla condivisione con il consumatore. Quello dello sharing è un tema che solo cinque anni fa non sarebbe stato così rilevante e che nel 2012 segnerà un punto di non ritorno. Facebook muoveva i suoi primi passi ed era impensabile che un miliardo di persone potessero e volessero ogni giorno scambiarsi storie, racconti ed emozioni, rivitalizzando e stravolgendo la concezione stessa dell'"amicizia". È chiaro quindi che la dimensione dello share è e sarà sempre più legata alla dimensione della lealtà personale e, in futuro, il dialogo e



↑
I paradigmi del futuro.
Lo scenario dei trend
di Francesco Morace
Nomos Edizioni
pp 232 - 19 euro

la condivisione continueranno con quegli strumenti che non solo saranno visibili, ma punteranno sempre più decisamente alla credibilità. Una differenza enorme se parametrata sul mondo del marketing e della comunicazione che ha vissuto per decenni incardinato sulla convinzione opposta che l'immagine prevalesse su qualsiasi altra logica, dando credito e respiro all'illusione post-moderna. I due passaggi assiomatici legati a questo paradigma definiscono quindi la credibilità dell'ambito del trust e naturalmente la condivisione nell'ambito dello sharing.

QUICK & DEEP

È questo il paradigma legato alla qualità del quotidiano in cui emergono con forza i temi della felicità quotidiana e della tempestività. Per anni siamo stati convinti che la velocità fosse l'elemento chiave del successo, il parametro attraverso cui misurare il cambiamento sociale e professionale. La realtà è diversa e il 2012 lo dimostrerà. Il tema decisivo infatti si sta dimostrando piuttosto la tempestività: la capacità di farsi trovare al posto giusto nel momento giusto. Alternando nella propria esperienza vitale la lentezza alla velocità. Ecco perché spesso è necessario prendere una pausa di riflessione, di apparente lentezza per poter reagire al meglio nell'istante in cui è necessario. Si tratta quindi di un concetto legato al quick, alla reazione veloce, ma allo stesso tempo al deep, alla capacità cioè di essere profondi e felici nelle risposte.