

In vista dell'Assemblea

Francesco Morace e il Terzo Rinascimento: filosofia e retroscena delle prossime assise imprenditoriali

— di Gian Andrea Positano —

Professor Morace, il tema dell'evoluzione del consumatore sarà il filo conduttore della prossima assemblea pubblica di Unipro. Sappiamo che è un tema che le sta particolarmente a cuore e sul quale ha in programma una serie di approfondimenti.

Può darci qualche anticipazione?

L'evoluzione del consumatore costituisce la grande sfida del futuro. I comportamenti cambiano sulla base delle nuove esperienze, ad esempio a partire dalle nuove tecnologie.

Nel modo di vivere il consumo tra le giovani generazioni emergono ad esempio con sempre maggior evidenza: la capacità e la passione combinatoria tipica del *taglia e incolla* creativo, la velocità relazionale dell'*sms*, la condivisione progettuale del *file-sharing*, l'approfondimento narrativo del *Dvd*, l'esplorazione personalizzata del territorio tipica del navigatore satellitare, la memoria selettiva possibile con l'*iPod*, le forme del *do-it-yourself* conviviale tipiche della video-fotografia digitale o la sperimentazione espressiva dei *Dj*. Queste indicazioni si sposano poi con nuove tendenze culturali presenti nelle generazioni più adulte che ad esempio portano alla valorizzazione del *genius loci* attraverso una forma di affermazione nazionale della qualità e dei prodotti nazionali, e che si affianca alla combinazione sempre più frequente tra etnico ed etico.



Per la prossima assemblea stiamo preparando delle interviste a testimoni eccellenti che ci parleranno della loro visione con riferimento all'evoluzione dei consumi e degli scenari di breve-medio periodo. Come intende usare questi contributi?

I contributi delle persone intervistate forniranno un quadro importante per definire lo scenario competitivo dei prossimi anni, ed estendere il concetto di marketing e comunicazione in una dimensione strategica che possiamo definire l'innovazione per molti, e non più solo per le nicchie privilegiate del lusso

La nostra assemblea proseguirà con un dibattito fra alcuni

protagonisti dell'industria cosmetica che, attraverso la sua stimolazione culturale, proporranno la loro visione del mercato futuro. Quali saranno secondo lei i temi da approfondire?

I temi da approfondire con i protagonisti dell'industria cosmetica saranno quindi quelli che maggiormente segnano lo scenario del consumo che evolve: il rapporto tra etica ed estetica, la relazione tra bellezza e benessere, la fame di sicurezza e nello stesso tempo l'esigenza di sperimentare nuovi prodotti, nuove soluzioni, nuove qualità della vita.

Il progetto Terzo Rinascimento è una lezione che ci ha proposto in alcune sue riflessioni, ce ne può parlare e spiegare come si integra nel progetto di Unipro e quali sono gli scenari per le imprese cosmetiche?

La sfida del futuro è quella di ricostruire le condizioni culturali e commerciali per sostenere un Terzo Rinascimento. L'esperienza estetica – nella sua espressione più italiana legata al "sentire", al gusto e all'intuizione – permea ormai il consumo in tutto il mondo e riapre i giochi consegnandoci un mercato da ripensare, da ricreare, da ridisegnare.

Un mercato in permanente trasformazione in cui il verso è multiplo: architettura, moda, design, grafica, arti visive. In questo percorso il consumatore è quanto di più vicino ci sia all'esperienza rinascimentale di incrocio tra arte, spirito e tecnologia, di cui le invenzioni di Leonardo rimangono l'esempio più

**Assemblea Pubblica UNIPRO
25 giugno 2008, ore 15.30
Auditorium Federchimica
Milano**

**"Il consumatore globale:
istruzioni per l'uso"**

Video interviste con

Innocenzo Cipolletta,
Presidente Ferrovie dello Stato

Ferruccio De Bortoli,
Direttore Il Sole 24Ore

Giorgina Gallo,
Presidente L'Oreal Italia

Matteo Montezemolo,
Consigliere Poltrone Frau

Michele Norsa,
Amm. Del. Ferragamo

Lino Stoppani,
Amm. Del. Peck Spa

Approfondimento guidato da

Francesco Morace,
Presidente Future Concept Lab

Ne parlano

Sami Kahale,
Amm. Del. Procter & Gamble

Thomas Ingelfinger,
Amm. Del. Beiersdorf

Fabio Rossello,
Presidente Paglieri

Giorgio Gazzaniga,
Presidente Shiseido Italia

Conclude

Fabio Franchina
Presidente Unipro

elevato. E' in questa dimensione che va ripensato anche il senso dell'innovazione nell'industria cosmetica, che propone il senso del corpo e della bellezza al centro della propria missione.