

Rassicurazione e positività: oltre le parole, i fatti

di

Linda Gobbi - Future Concept Lab - @fclmilano

L'assicurazione lavora su un orizzonte futuro e ipotetico, mentre la rassicurazione accompagna le persone nell'immediato, nei luoghi del consumo quotidiano

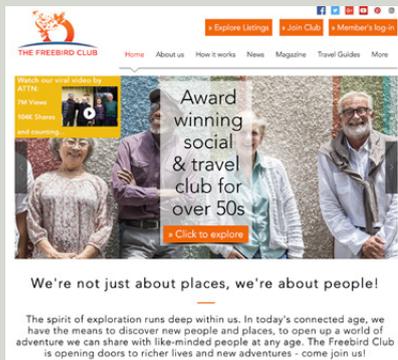
Una delle principali attività per il futuro riguarderà la crescente esigenza di rassicurazione, sia materiale che psicologica, per rispondere alla crescente domanda di sicurezza e tutela, della salute così come della privacy. L'onda lunga iniziata nei primi anni 2000 con alcuni casi eclatanti di contaminazioni alimentari ha portato alla definizione di più stretti protocolli sull'origine delle materie prime, la composizione del mix di ingredienti e i processi di lavorazione. L'industria alimentare, così come quella di cosmesi e beauty, è stata messa sotto stretta osservazione (per ingredienti, filiera produttiva, etichette) da consumatori sempre più attenti e consapevoli. Etichette free from con diciture come: senza parabeni, nichel free, senza petrolati o Peg (molecole poli-etilen-glicole) sono ormai all'ordine del giorno. Analogamente, nel mondo alimentare i consumatori hanno sollevato una crescente domanda da un lato di salubrità e dall'altro di radici (hyper-local food, km zero, filiere sostenibili). Quest'ultimo aspetto porta all'affermazione di prodotti dalla forte identità territoriale e un grande rispolvero valoriale del marchio Made in Italy.

Uno dei casi più recenti è il lancio di Nostrano, zucchero grezzo ricavato dalla barbabietola e 100% Made in Italy. Il nuovo prodotto è stato ideato da Coprob -coopertiva che riunisce i produttori di barbabietola di tre regioni italiane, attiva sia nel canale industriale che in quello consumer con il brand Italia Zuccheri- che ha deciso di puntare su due leve: quella sociale, da sempre suo punto di forza, per valorizzare pienamente la produzione nazionale e quella dell'innovazione, attraverso ingenti investimenti in ricerca e sviluppo per esaltare ancora di più la qualità e l'italianità dei prodotti. Nostrano (sul mercato da fine 2017), perché fa leva su una tradizione che è sapere culturale: è uno zucchero grezzo ricavato dalla barbabietola e non dalla canna da zucchero, come tradizionalmente avviene. "Nostrano è un prodotto che soddisfa i nuovi trend di consumo alimentari sempre più salutistici e orientati verso cibi genuini e poco raffinati", spiega Stefano Dozio, direttore generale di Coprob, ospite al Festival della Crescita nella tappa di Trento del 14 marzo 2018. "Le sue caratteristiche tattili e organolettiche non differiscono da quelle dello zucchero

di canna, in più offre ai consumatori la garanzia della qualità e della sicurezza alimentare tipiche del Made in Italy". Questo caso mette in luce gli ampi spazi di opportunità che si aprono per attività strategiche e di comunicazione che dall'assicurazione -sempre meno efficace- si spostano sulla rassicurazione e l'insegnamento della positività e della difesa intelligente. L'assicurazione lavora su un orizzonte futuro e ipotetico (come perdere peso in un dato tempo o assicurare sullo cyber-stalking), mentre la rassicurazione accompagna le persone nell'immediato, nei luoghi del consumo quotidiano. L'assicurazione promuove "promesse" a volte difficili da mantenere e disattese, come esemplifica il caso Cambridge Analytica. Rassicurare prevede invece azioni da realizzare nel presente, per un futuro di ben-stare e ben-essere relativamente a prodotti e servizi, ma anche per sostenere l'attività di terapeuti, facilitatori relazionali, formatori aziendali, protagonisti della cittadinanza attiva. Inutile "preoccuparsi" per un futuro che non puoi prevedere o governare: molto più utile "occuparsi" concretamente per tenere alta la serenità delle persone. 🍷

THE FREEBIRD CLUB

Si tratta di una community aperta agli over 50, ma pensata per persone ancora più mature, che si propone come un club internazionale a iscrizione peer-to-peer per viaggiatori e ospiti. Una specie di Airbnb tra senior, che pone molta più attenzione agli aspetti di relazione personale e di condivisione, andando al di là del semplice affitto di una casa. Il fondatore, il 45enne irlandese Peter Mangan, ha avuto l'idea osservando il padre settantenne accogliere gli ospiti interessati alla sua grande casa vuota messa in affitto, divertirsi nel consigliare cosa visitare in città e andare con loro a bere qualcosa. The Freebird Club offre a questa generazione una modalità più adatta e rassicurante di godere della sharing economy. Tra gli accorgimenti vi sono, ad esempio, l'uso del telefono e degli sms invece del solo sito web (modalità meno praticata); una fee di iscrizione di 25 euro, che viene usata per controlli di sicurezza; la richiesta di un profilo utente autenticato in aggiunta alle foto della proprietà da affittare. La community vanta 1.500 membri in 38 diversi Paesi e ha già vinto diversi riconoscimenti, come il primo Smart Ageing Innovation Award rilasciato dallo Ireland Smart Ageing Exchange.



PAROLE OSTILI

Le parole hanno un potere grande: danno forma al pensiero, a conoscenza e cooperazione, incantano e guariscono, ma possono anche ferire, calunniare, ingannare, distruggere, emarginare, negando la nostra umanità. Ecco perché dobbiamo usarle bene e consapevolmente sia nel mondo reale che in rete, come recita il Manifesto della comunicazione non ostile, in 10 punti.

Se è vero che la rete e i social network sono luoghi virtuali dove si incontrano persone reali, dobbiamo domandarci chi siamo e come vogliamo vivere e comunicare anche mentre abitiamo questi luoghi. Parole O_Stili ha l'ambizione di ridefinire come stiamo in rete e responsabilizzarci alla scelta delle parole.



BRIGHT SIDE. IL LATO POSITIVO DELL'INFORMAZIONE

Il progetto ha messo insieme una comunità di migliaia di persone normali che hanno deciso di dedicare pochi minuti della loro giornata a dare la caccia alle buone notizie nascoste nelle pieghe dei media e di condividerle. Persone stanche di essere sommerse solo e sempre di cattive notizie o peggio di fakenews.



SCIENCE FOR PEACE

Il progetto Science for Peace è nato su iniziativa di Umberto Veronesi nel 2009, per sottolineare che la scienza può e deve contribuire con azioni concrete al raggiungimento della pace. Il movimento e la Conferenza mondiale annuale vedono il sostegno di protagonisti del mondo della scienza, della cultura, dell'economia, fra cui 16 premi Nobel. La Carta di Science for Peace è un documento redatto nel 2010 da un gruppo formato da sociologi, filosofi e genetisti, con l'obiettivo di sfatare il credere ineluttabile la guerra nel destino dell'uomo. Sottoscritta da 6 Premi Nobel, numerosi scienziati e uomini di cultura, la Carta aggiorna i contenuti della Dichiarazione di Siviglia emanata dall'Unesco nel 1986. La Carta è stata inoltre adattata per il mondo della scuola ed è diventata uno strumento educativo per diffondere tra i giovani e giovanissimi una cultura del dialogo e della non violenza. È possibile così scaricare versioni per i diversi cicli scolastici, dal nido alle secondarie.

