

Genius Plus, è tornato il tempo del talento

La creatività che ognuno esprime e fa circolare sui social, stravolge le regole di mercato e di consumo

di Francesco Morace
twitter @francescomorace

→ Il mercato del futuro si orienterà sempre più chiaramente verso il talento e la creatività personale: la domanda e l'offerta si incontreranno quindi in quella dimensione che possiamo definire Genius Plus. Ciò avverrà attraverso il riconoscimento dell'unicità personale, in termini di human touch e di potenziale creativo, di talento. "Genio" e capacità creativa personali saranno il differenziale nel lavoro e nel consumo, per consolidare le forme di eccellenza dal punto di vista produttivo e da quello più strettamente economico e sociale. Arte, moda e design costituiranno quindi i tre pilastri per l'esperienza quotidiana del futuro. Esploriamo insieme queste tre dimensioni, presentando alcuni esempi emblematici di applicazione. ←

ARTE

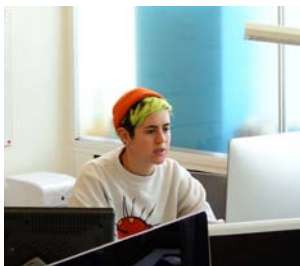
La definitiva e inesorabile affermazione del consum-autore e della sua vocazione creativa, definisce uno scenario socioculturale orientato al Genius Plus. Il valore aggiunto di individualità creativa che ciascuno di noi è ormai in grado di produrre e di far circolare sui social network, sta già oggi stravolgendo le regole del mercato

e del consumo. Anche per questo l'insegnamento e l'apprendimento dell'arte, dei suoi meccanismi creativi e del suo funzionamento fondato sul talento, diventa il passaggio chiave nella moltiplicazione del valore esistenziale e imprenditoriale. Analizziamo una scuola d'arte riconosciuta a livello internazionale e un caso di successo come quello di Kate Moross.



Écal, l'Università di Arte e Design di Losanna ha implementato progetti di collaborazione con aziende leader in vari settori come Christoffe, Nestlé, Vitra. Gli studenti vedono le loro opere esposte (a volte prodotte), e le aziende scoprono idee e talenti. Sull'onda del Genius Plus.

Kate Moross artista multidisciplinare avvia una carriera sempre a metà tra arte pura e lavori con le multinazionali più avanzate: Nike, Virgin, Top Shop. Le collaborazioni si sono moltiplicate all'insegna del Genius Plus.



MODA

La moda ha costituito per trent'anni il sistema dominante nella produzione del valore nei consumi. Le logiche di breve termine in-out, del trend e della coolness, hanno impregnato l'intero sistema produttivo, individuando nelle tendenze e nello stile decisi dall'alto da pochi esperti, l'unica chiave di produzione del valore. Stili ed estetiche aspirazionali che oggi vengono

soppiantati da prodotti e progetti innovativi, attraverso i quali aziende e creativi dimostrano capacità di investimento sul lungo termine. L'intera storia di Moncler, con la quotazione in Borsa alla fine del 2013, e il progetto Vogue Talents, per sostenere i giovani stilisti in modo nuovo, dimostrano una capacità ritrovata del Fashion System di investire creativamente sul futuro.



Vogue Talents è una sezione permanente del sito Vogue. it e svolge un ruolo di catalizzatore delle informazioni e amplificatore di opportunità in termini di Genius Plus. Molti nuovi stilisti gli devono buona parte del loro successo.

Moncler è un riferimento nel settore del lusso e della moda offrendo ricerca, sperimentazione e glamour senza perdere in tecnicità e performance. Il Genius Plus in questo caso declina funzione ed estetica.



Il mondo del design propone la lezione del design thinking, cioè di un modo completamente diverso di progettare e produrre esperienze quotidiane, segnate da una visione creativa che coinvolge non più solo l'estetica dei prodotti, ma anche i loro processi produttivi e di circolazione nel mercato. In questa prospettiva, si premia la capacità di focalizzarsi su una

co-progettazione che veda la collaborazione di protagonisti creativi abituati a lavorare nella propria torre d'avorio. I casi di una azienda storica come Kartell che facilita la co-progettazione tra i propri designer, o di Interno Italiano attraverso cui Giulio Iacchetti propone la collaborazione tra design e artigiani eccellenti, si dimostrano emblematici a questo riguardo.



Il cuore e l'anima del progetto Interno Italiano è quello della **Fabbbrica Diffusa**, un percorso che armonizza gli oggetti in catalogo nati da un processo alla pari tra designer e artigiano. Definendo in modo nuovo la rilevanza del Genius.

Per i 10 anni della lampada Bourgie (Ferruccio Laviani), Kartell invita i suoi designer a reinterpretarla e creando l'evento **Kartell goes Bourgie**. A fine 2014, un'asta online le venderà per beneficenza: valore per tutti con il Genius Plus.

