



## l'opinione

di Francesco Morace

# Il mercato dovrà sposare l'estetica con l'etica

**D**a questa crisi economico-finanziaria, che sembra non avere fine, emerge chiaramente un'indicazione: sarà necessario re-inventare i paradigmi per la costruzione di un nuovo scenario dal quale tutte le imprese e le istituzioni non potranno prescindere nei prossimi dieci anni. Questo scenario sarà la base del nuovo modello di business che il mondo dell'eccellenza dovrà proporre con successo, fondandosi sull'intensità dell'esperienza e del gusto in una direzione "fair", di rispetto delle nuove esigenze espresse dalla società. Diventa strategica la rigenerazione sostenibile dell'alta gamma e del lusso. Queste due direzioni sono oggi complementari: i consumatori passeranno da un'esperienza all'altra, in una dimensione di economia ibrida.

Ogni azienda dovrà, dunque, definire con precisione un territorio d'azione declinando i nuovi paradigmi e incontrando in modo originale la "social innovation". Il nuovo mercato punterà su standard innovativi, intensità dell'esperienza, trasparenza dei processi produttivi e moltiplicazione della conoscenza. La sensibilità estetica legata al gusto e alla bellezza verrà trasformata in una dimensione comunicativa e commerciale fortemente sostenibile.

### Concezione rinnovata dei beni comuni

Si cercherà sempre più un punto d'incontro tra variabili estetiche e variabili etiche. Ciò che vale oggi solo per aziende e imprenditori illuminati diventerà

chiave universale per individuare i nuovi parametri della qualità. L'incontro progressivo tra prodotti e servizi di settori diversi avverrà all'insegna di questa alleanza tra etica ed estetica. Si rafforzeranno anche nel lusso nuove triangolazioni strategiche tra moda, alimentazione, design e bellezza.

In questo scenario rigenerato acquisterà importanza la concezione rinnovata dei beni comuni, la visione di un'esperienza libera e accessibile in una dimensione di economia ibrida in cui la gratuità e il valore commerciale convivranno. Sempre più importante sarà la semplificazione della vita che si libererà definitivamente dall'aura New Age segnando un ritorno all'essenza delle cose e al cuore delle esperienze. La qualità autentica si libererà in questo modo da tutte le complicazioni del consumo e dagli inutili eccessi. Per dimostrare questa indicazione ecco tre esempi pratici di successo.

### Tre esempi

"Your online source for beautiful brows", è il claim del sito americano *eyebrowz.com* dedicato alla bellezza e all'espressività del volto attraverso la cura delle sopracciglia. Il sito propone una vastissima selezione di stencil che ricreano le diverse forme delle sopracciglia femminili e maschili. È possibile acquistare - esclusivamente online - i kit di stencil ritenuti più adatti al proprio volto, dopo una valutazione guidata e scientifica delle proprie caratteristiche fisiognomiche. Attraverso un'applicazione di stencil sul

volto si può valorizzare il profilo delle sopracciglia, oppure modificarlo in base allo stato d'animo. Moltissimi i prototipi di bellezza dal mondo delle star della moda o del cinema.

Il secondo esempio è rappresentato dal più grande flagship store europeo di Sephora, a Milano, un concentrato di innovazione, arte, performance, musica, luci e colori su una superficie di oltre 1.200 mq. Accanto ai grandi classici della cosmetica e alle marche di nicchia esclusive, si possono infatti sperimentare i molteplici servizi dedicati alla bellezza, grazie agli innovativi Beauty Bar, per un immediato aggiornamento del look, per una consulenza di beauty routine personalizzata, con la presenza di alcuni artisti stranieri del make-up.

Il terzo caso, ci riporta all'attività di due designer olandesi, Christiaan Maats e Dirk-Jan Oudshoorn, inventori della prima scarpa sportiva ("sneaker") completamente biodegradabile, prodotto per il quale si sono aggiudicati il secondo premio della Green Fashion Competition dell'Amsterdam International Fashion Week. Le Oat Shoes, risultato di quasi due anni di ricerca, sono confezionate a partire da materiali naturali totalmente biodegradabili (mais, canapa, cotone, candeggina senza cloro, plastica biodegradabile) e per questo, esaurito il loro ciclo di vita, si possono gettare nel compost o addirittura piantare nel terreno. Nella linguetta della calzatura sono inseriti dei semi che faranno fiorire la scarpa. ■

### Le strategie del gioco

- Partire dalla cultura del corpo e del benessere per immaginare nuovi percorsi progettuali di comunicazione e retail, individuandone il tasso di possibile condivisione
- Individuare nuovi comportamenti nel quotidiano da sostenere e proporre con nuovi prodotti, servizi, esperienze nei punti di vendita, dedicati alla condivisione del gusto lento e profondo per la cura del sé, individuale e sociale
- Conciliare diverse discipline nella visione "fair", socialmente corretta del benessere, al servizio di una capacità innovativa che si avvicina alle logiche dell'arte