

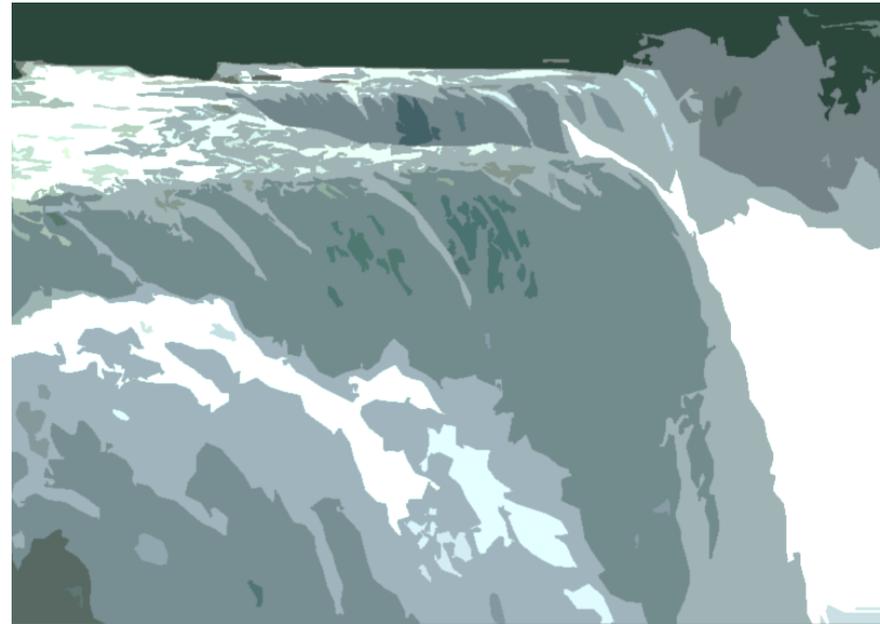
UNA PREMESSA

- ✓ Ultimi 5-10 anni: forti tensioni verso cambiamenti radicali...
- ✓ ...che riguardano l'intero modo di vivere...
- ✓ ...coinvolgendo le Elite, ma presto, a seguire, anche altri



UNA PREMESSA

1. Quali ne sono le principali **cause**?
2. Quali le conseguenze per il mondo dell'**offerta**?
3. Quali le conseguenze nelle culture di **consumo**?



1. LE CAUSE

TRE PRINCIPALI ELEMENTI INNESCANI:

- ✓ La crescita «qualitativa» della popolazione
- ✓ L'affermazione di Internet 2.0
- ✓ Il diffondersi della crisi



1. LE CAUSE | LA CRESCITA «QUALITATIVA»

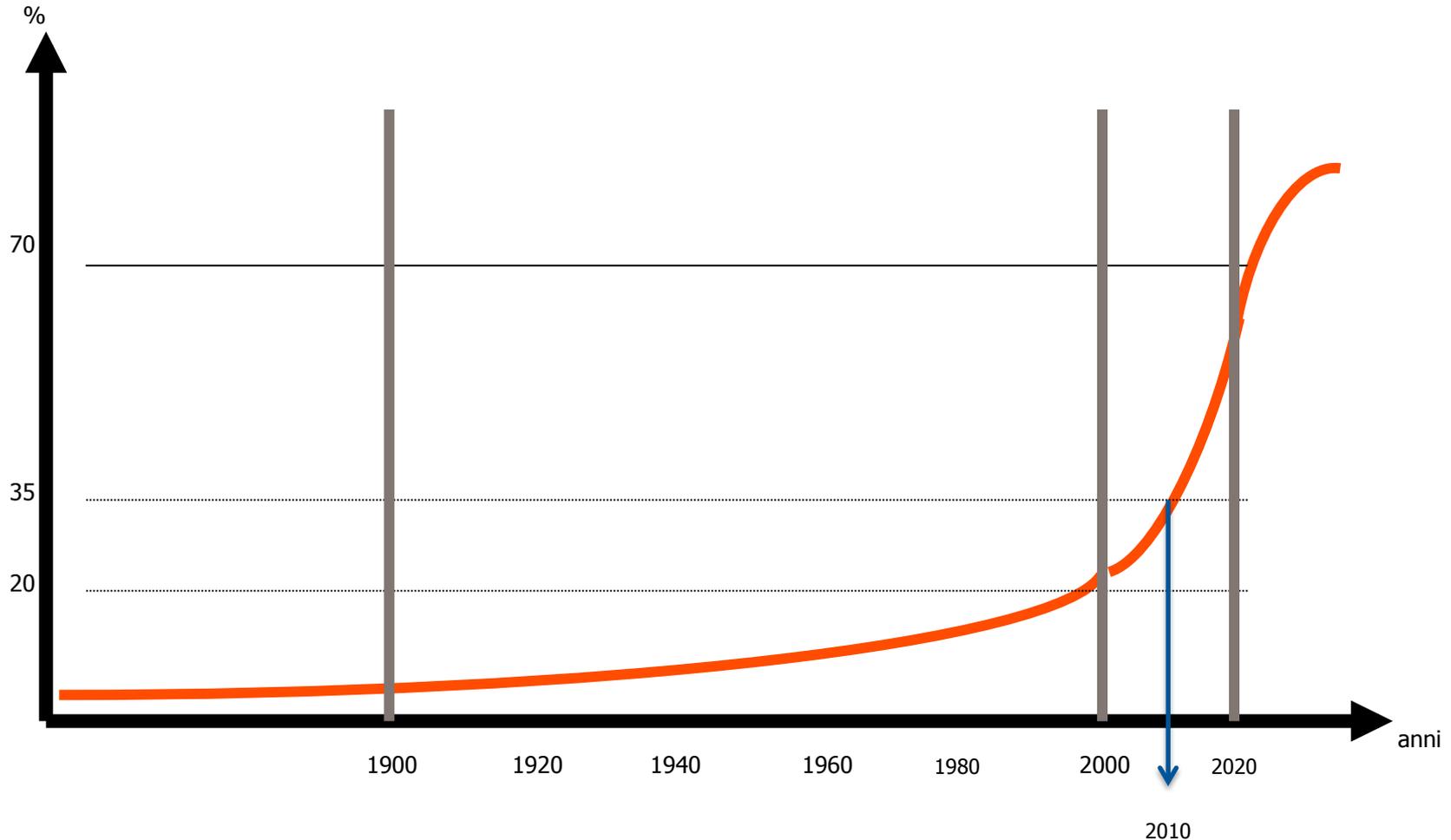
Crescita esponenziale
del senso critico delle
persone...



... innescata da livelli
di istruzione in forte
crescita

1. LE CAUSE | LA CRESCITA «QUALITATIVA»

L'EVOLUZIONE DELL'ISTRUZIONE SUPERIORE



1. LE CAUSE | LA CRESCITA «QUALITATIVA»

LA CRESCITA DELLA CULTURA...

Rafforza il **senso critico**

- capacità di capire
- coscienza di sé

Attiva il desiderio di **partecipare**

- di essere protagonisti
- di fare e creare

Sposta l'attenzione sull'**esterno**

- sul mondo
- sugli altri



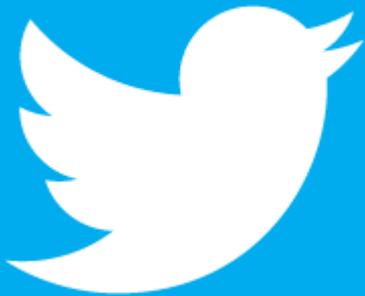
1. LE CAUSE | LA CRESCITA «QUALITATIVA»

CULTURA > CAMBIAMENTO CULTURALE E VALORIALE



1. LE CAUSE | INTERNET 2.0

L'AFFERMAZIONE DEL WEB 2.0 È CONCAUSA DELL'AUMENTO DI AUTONOMIA...



- Ha consentito di uscire dalla dipendenza «verticale» dai mezzi di comunicazione...
- ...e di entrare progressivamente in logiche paritetiche e di «orizzontalità»...

1. LE CAUSE INTERNET 2.0

CON IL WEB 2.0...

- ✓ ...si diventa parte attiva del Sistema e ci si sente protagonisti
- ✓ si crea una democrazia partecipativa della comunicazione
- ✓ si scoprono in sé opportunità e voglia di fare prima nemmeno immaginate

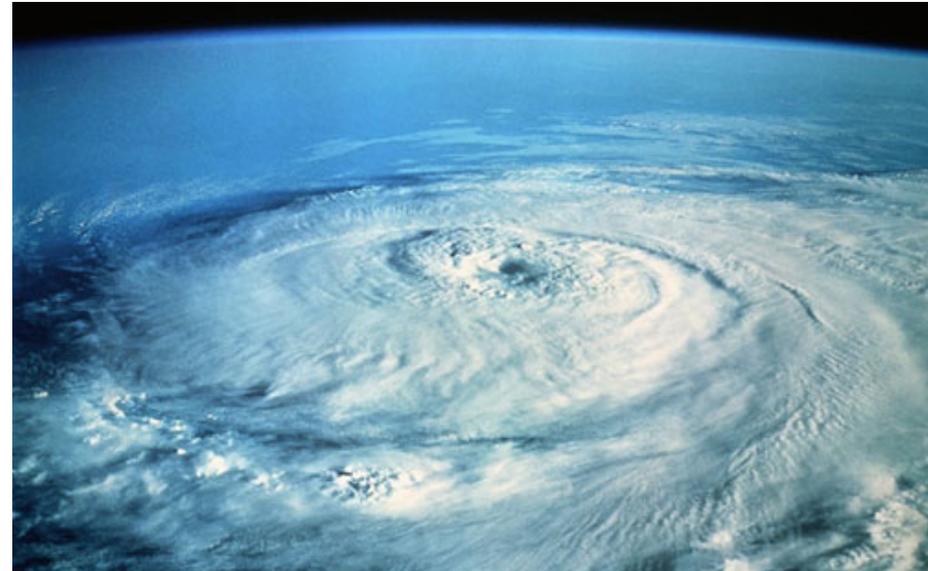


1. LE CAUSE | LA CRISI

LA CRISI È STATA...

**...non causa innescante,
ma acceleratrice**

(quanto meno per i segmenti elitari, che hanno adottato comportamenti culturalmente consequenziali, di potenziale forte condivisione...)



2. LA RELAZIONE CON L'OFFERTA

LA COMPONENTE PRIVATA

Rischi di orientamento allo «short term» che possono:

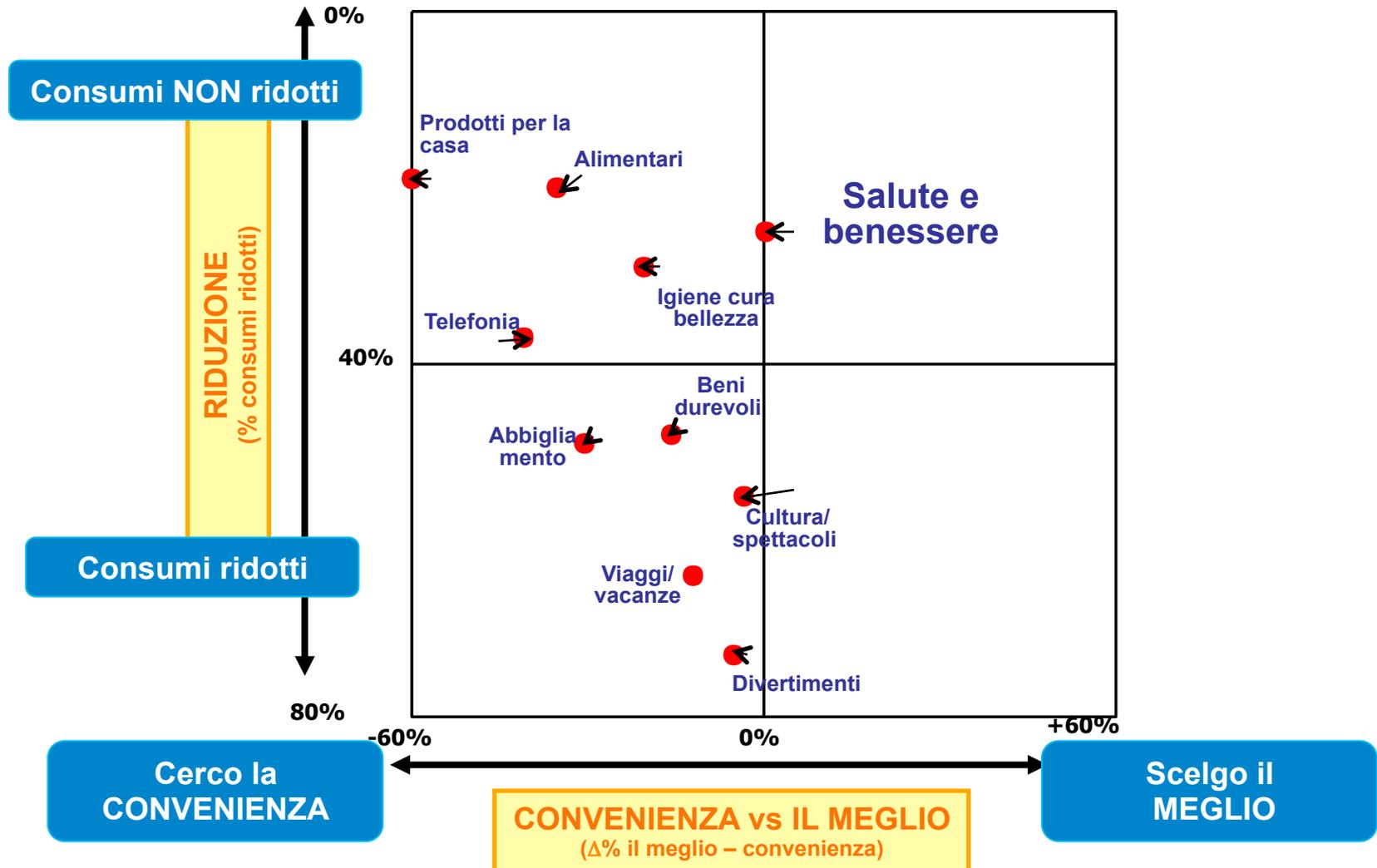
- ✓ Privilegiare i risultati di gestione rispetto alla sostenibilità di lungo periodo
- ✓ Scoraggiare investimenti orientati alla creazione di valore, in termini di:
 - innovazione di prodotto
 - innovazione di processo



3. LE CONSEGUENZE SULLE CULTURE DI CONSUMO POST CONSUMISMO E «SOSTENIBILITÀ»

- La crisi ha accelerato le richieste di sostenibilità (che da anni si stavano affacciando), favorendo il passaggio ad un'epoca di post consumismo.
- Si consuma di meno ma i consumi si riempiono di «**senso**» e «**significati**» in cui l'**individuo** è al **centro**:
 - ✓ *territorio, autenticità, memoria, relazione, emozioni ...*

3. LE CONSEGUENZE SULLE CULTURE DI CONSUMO LE STRATEGIE VERSO I CONSUMI...



3. LE CONSEGUENZE SULLE CULTURE DI CONSUMO ...E L'OBIETTIVO DI UN BENESSERE ARMONICO

Cresce la ricerca di un vero benessere che riguardi, in una sorta di **armonia complessiva**:

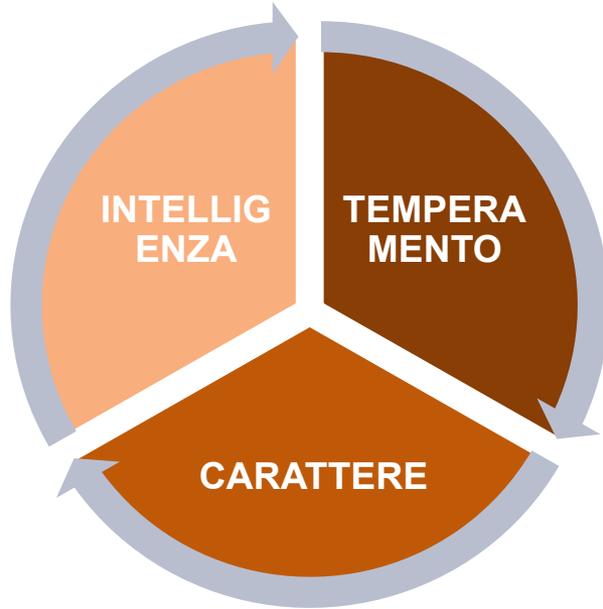
- la propria persona
- il proprio futuro
- gli altri
- il contesto

Quattro aree concettuali ...
...per otto parole fondamentali

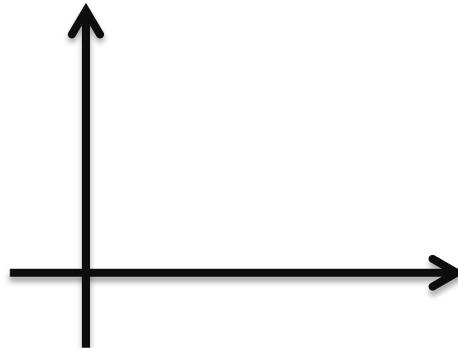


4/8

3. LE CONSEGUENZE SULLE CULTURE DI CONSUMO QUATTRO AREE CONCETTUALI/1: LA PERSONA



2. PERSONALITA'



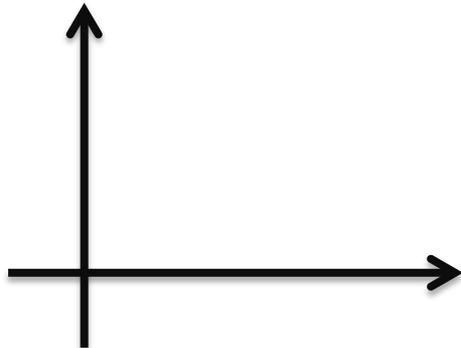
1. SALUTE



3. LE CONSEGUENZE SULLE CULTURE DI CONSUMO QUATTRO AREE CONCETTUALI/2: **IL FUTURO**



4. SICUREZZA (SOCIALE E PERSONALE)



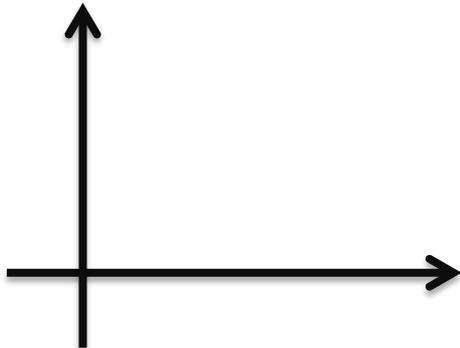
3. RISPARMIO



3. LE CONSEGUENZE SULLE CULTURE DI CONSUMO QUATTRO AREE CONCETTUALI/3: **GLI ALTRI**



6. RELAZIONI, AMICIZIA



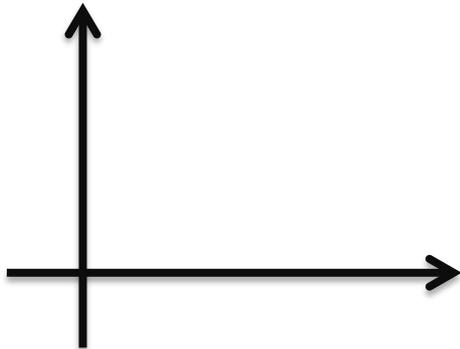
5. CONDIVISIONE



3. LE CONSEGUENZE SULLE CULTURE DI CONSUMO QUATTRO AREE CONCETTUALI/4: **IL CONTESTO**



8. NATURA



7. TEMPO LIBERO
E RILASSATO

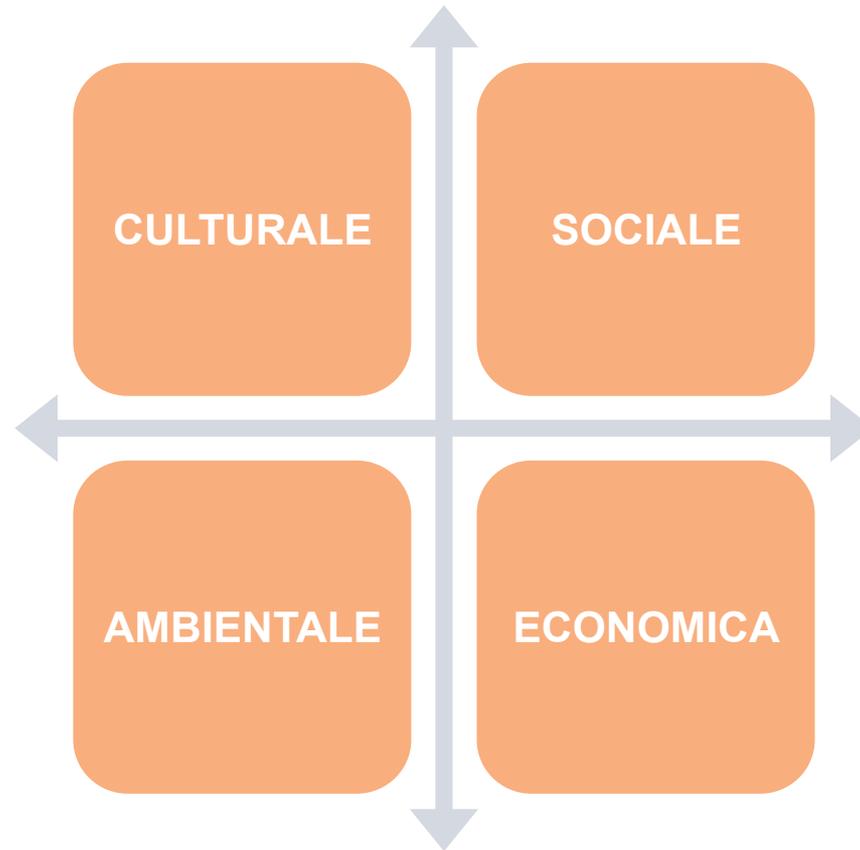


3. LE CONSEGUENZE SULLE CULTURE DI CONSUMO BENESSERE E SOSTENIBILITÀ

Il *Benessere*
rappresenta in sostanza il vero
sviluppo della
***Sostenibilità*,**
in tutte le sue forme



3. LE CONSEGUENZE SULLE CULTURE DI CONSUMO LE QUATTRO AREE DELLA SOSTENIBILITÀ



3. LE CONSEGUENZE SULLE CULTURE DI CONSUMO LA SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

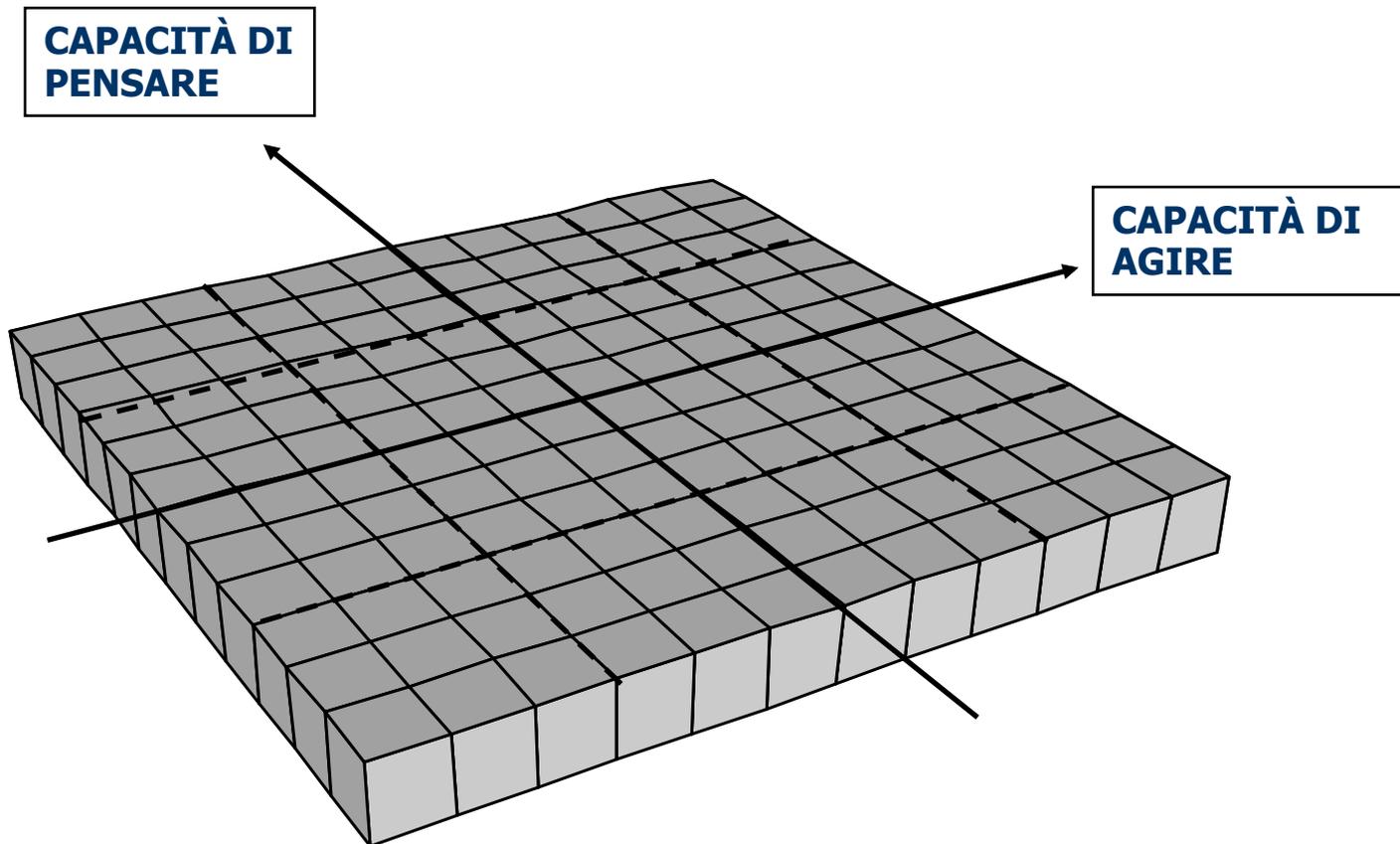
Per raggiungere la Sostenibilità Economica è necessario che si esca dalle logiche di sfruttamento del valore e dalle speculazioni finanziarie di breve periodo.

E' necessario che si creino entità finanziarie nuove:

- sostenute da investitori incentivati ad operare nel lungo periodo
- che investano in aziende che sviluppino politiche di medio-lungo periodo, **creando valore** attraverso investimenti per **innovazione di prodotto**, ed ottimizzando la produzione attraverso **innovazioni di processo**

ALLEGATO 1: LA GRANDE MAPPA

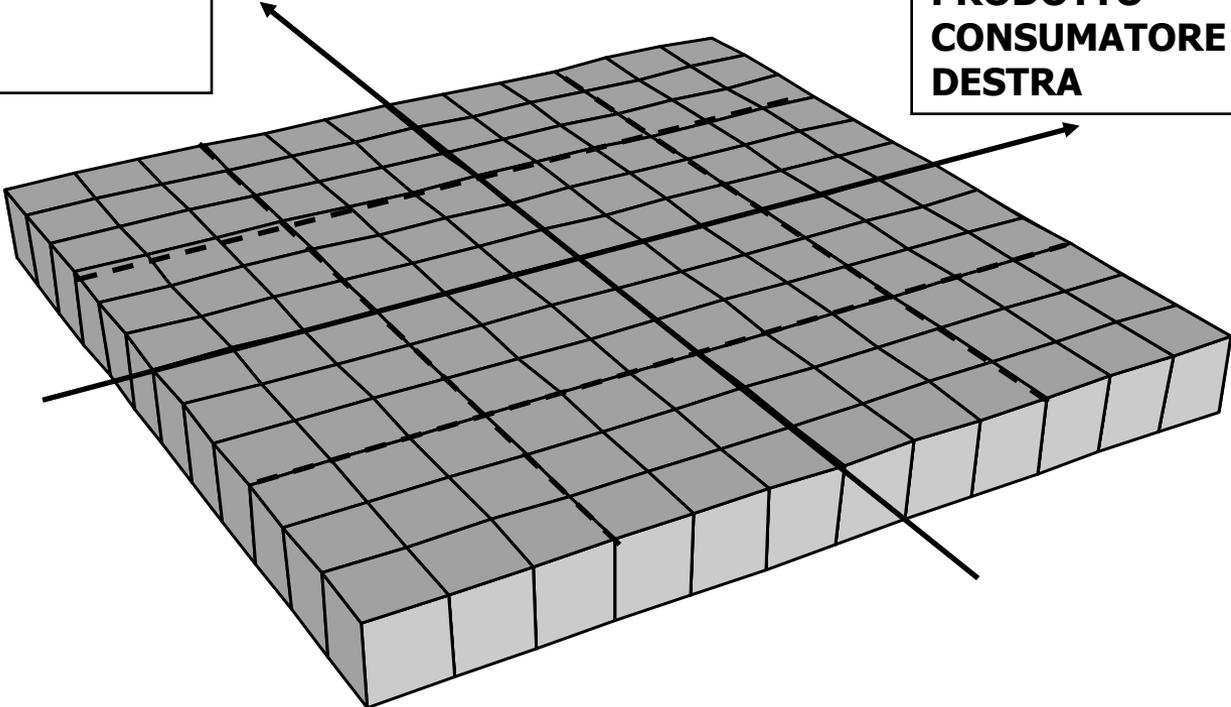
LA GRANDE MAPPA: LE DIMENSIONI SOCIO-DINAMICHE DELLA SOCIETA'



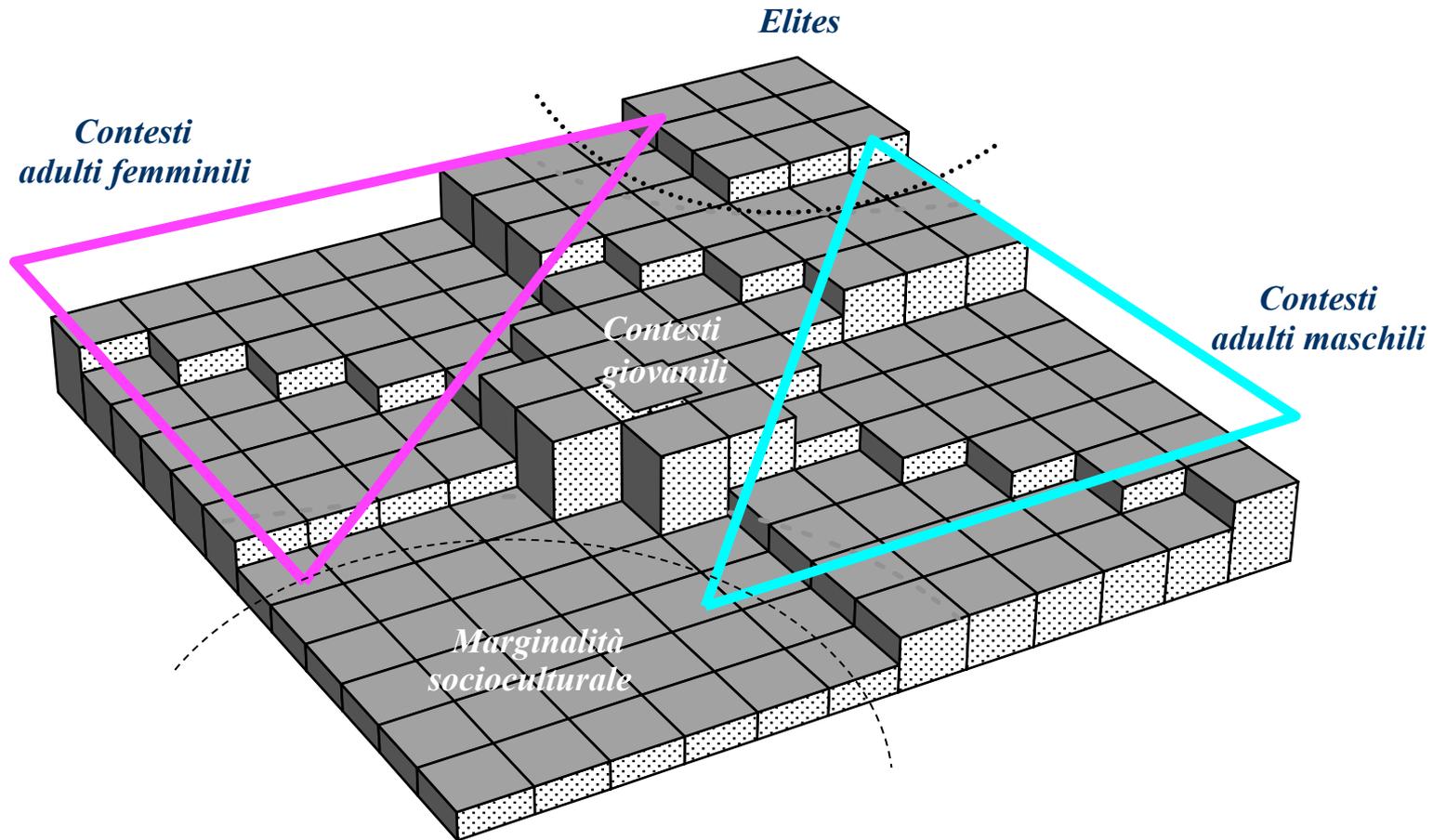
LA GRANDE MAPPA: LE DIMENSIONI SOCIO-DINAMICHE DELLA SOCIETA'

CAPACITA' DI PENSARE
TRATTI MORBIDI
ATTENZ. AGLI ALTRI
APPROCCIO FEMMINILE
ESSERE
FORMA/SOVRASTR.
ESPERIENZE/EMOZIONI
MERCATO
CITTADINO
SINISTRA

CAPACITA' DI AGIRE
TRATTI DURI
ATTENZ. A SE'
APPROCCIO MASCHILE
AVERE
SOSTANZA
CONSUMI
PRODOTTO
CONSUMATORE
DESTRA



I DIFFERENTI CONTESTI SOCIOCULTURALI



L' "INGRESSO" DEL MUTAMENTO E DELL'INNOVAZIONE

