



Future Vision Workshop 2008

Future
concept
LAB



B R I C e Made in Italy

Il fenomeno della globalizzazione ha ormai assunto una dinamica che si allontana dalla concezione omologante di qualche anno fa, e prende invece le mosse da una rivalutazione delle culture locali, nonché dalla capacità di gestire l'incontro tra mercati diversi. La sfida del Made in Italy, come quella delle grandi multinazionali, diventa allora quella di individuare i valori e le tendenze di ciascuna area del mondo, che siano compatibili con le specificità e i talenti della propria produzione.

Per il ciclo di 4 seminari in programma per il 2008, Future Concept Lab presenta «**BRIC e Made in Italy**», per mettere a fuoco lo stato dell'arte sulla globalizzazione avanzata.

Ognuno dei 4 seminari esplora la **relazione fra le esperienze eccellenti** di un paese del BRIC - Brasile, Russia, India, Cina - con le **elaborazioni strategiche** di un Laboratorio dedicato al *Senso dell'Italia* (dal libro omonimo di Francesco Morace, Libri Scheiwiller febbraio 2008), promosso da Future Concept Lab con alcune Aziende di spicco.

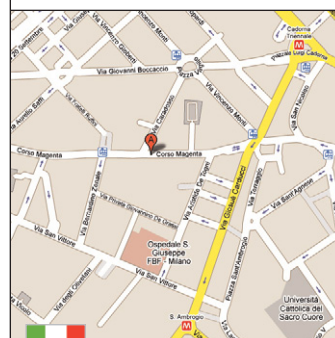
Da un lato si trova dunque il Laboratorio che, nato da un progetto dell'Istituto con la partecipazione di Aziende e professionisti di rilievo internazionale, si muove attorno all'idea di un **Terzo Rinascimento** delle professioni e del mercato: sia nel rilancio dei valori umanisti proposti anche dal nascente Humanistic Management, sia nella valorizzazione del design e nella definizione di strategie di lungo termine per il miglioramento della qualità della vita e del suo gusto quotidiano.

Dall'altro, grazie agli Osservatori Internazionali e Programmi di Ricerca dell'Istituto, viene fornita un'analisi mirata dei caratteri dei Paesi del BRIC, anche grazie al contributo di testimoni eccellenti (responsabili di Aziende e di Istituti di formazione, designer e consulenti strategici brasiliani, russi, indiani e cinesi), fornendo il quadro di sviluppo nei mercati internazionali dal punto di vista delle Estetiche, dei Consumi, della Comunicazione e della Distribuzione.

Il programma annuale è così articolato:

- 7 aprile **Le tendenze dell'Estetica contemporanea e il «laboratorio Brasile»**
- 26 giugno **Le tendenze del Consumo e il «drago cinese»**
- 9 ottobre **Le tendenze della Comunicazione e le «narrazioni indiane»**
- 20 novembre **Le tendenze della Distribuzione e la «la Russia e le nuove visioni del lusso»**

	7 aprile
	26 giugno
	9 ottobre
	20 novembre



Il Seminario del 20 novembre 2008 si terrà presso il **Palazzo delle Stelline** Corso Magenta, 61 - Milano

Per informazioni e iscrizioni:
Future Concept Lab
Tel.: +39 02 29510015
info@futureconceptlab.com
www.futureconceptlab.com



**Retail Trends 2008:
la Russia e le nuove visioni del lusso**

Giovedì
20 novembre 2008

Sala Leonardo
(piano terra)

Palazzo delle Stelline
Corso Magenta, 61
Milano

Programma:

- 9.30 – 10.00 **Introduzione:** «Il mercato russo tra incertezza e possibilità»
Dialogo tra *Francesco Morace* e *Giorgio Arfaras*, scrittore e opinionista, esperto di mercati finanziari
- 10.00 – 10.30 **Trasformazione Pluriverso**
Le molteplici dimensioni del lusso e il protagonismo del Consum-Autore: la realtà fluida.
Video su ISaloni WorldWide – Mosca Design Week di *Elena Nemkova*
- 10.30 – 11.15 **Rinascimento Multiplayer**
La dimensione del gioco e la sperimentazione creativa come nuova ricchezza: l'iperrealtà del mondo giovanile e le nuove icone del lusso.
Il caso Kreation, *Sergio Nava*, Creative Director
- 11.15 – 11.45 Coffee Break
- 11.45 – 12.15 **Percezione Virtuosa**
La raffinatezza del lusso attraverso la cura dei dettagli e la ricchezza dell'esperienza: il lusso come piacere quotidiano.
- 12.15 – 13.00 «La centralità del mercato russo per il *made in Italy*»
Testimonianza di *Luigi Rubinelli*, Direttore Mark Up
- 13.00 – 14.00 Lunch
- 14.00 – 14.30 «Il nuovo immaginario del retail in-store e on-line»
Testimonianza di *Felice Limosani*, Art Director
- 14.30 – 15.15 **Memoria Visionaria**
La memoria come serbatoio creativo e la dimensione visionaria del lusso: la centralità dell'esperienza artistica.
Il mercato del collezionismo d'arte: dialogo tra *Elisabetta Pasini* e *Giovanna Bertazzoni* – Head of Department Christie's, Londra
- 15.15 – 15.40 **Creatività Pubblica**
La città come luogo di scambio ed interazione tra la dimensione pubblica e quella privata.
- 15.40 – 16.00 **Emozione Sostenibile**
Il lusso necessario: la dimensione etica ed eco-compatibile come nuova frontiera per i prodotti di lusso. La realtà sostenibile e la centralità del progetto, dell'ascolto e della reciprocità.
- 16.00 – 16.15 Tea Break
- 16.15 – 16.40 «Il licensing e i nuovi mercati: il caso Riva»
Elena Gatto, Project Manager Daniele Di Montezemolo & Associati Licensing
- 16.40 – 17.00 **Body Sense**
La qualità del lusso come edonismo vitale: la dimensione dell'eccesso, della trasgressione e della carica energetica. La realtà come teatro espressivo.
- 17.00 – 17.30 **Conclusioni strategiche**
Tendenze globali e innovazione.
La creatività delle realtà locali e le nuove sfide per il *made in Italy*.
I Future Vision Workshop 2009 – Panel FCL

Per informazioni:
Future Concept Lab
Tel.: +39 02 29510015
info@futureconceptlab.com
www.futureconceptlab.com

B R I C e Made in Italy

Future
LAB concept



Giovedì 9 ottobre

Le tendenze della **Comunicazione** e le «**narrazioni indiane**»

La comunicazione riflette oggi una realtà umana, densa e molteplice, nella sua rinnovata esigenza di performance esistenziale, individuale e collettiva. Il parallelo con quanto accade e si diffonde - simbolicamente e concretamente- dall'India al mondo si rivela, in questo contesto, un utile filo conduttore di riflessioni e casi: dall'evoluzione e trasformazione di una mitologia ad **alta densità iconografica e comunicativa**, allo sviluppo delle tecnologie legate all'informazione, fino all'influenza trasversale della performance mediatica (un esempio per tutti: Bollywood).

La **nuova comunicazione**, sia personale che aziendale, non si dispiega più nella logica emittente-ricevente ma diventa **circolare, reticolare**, e permette affratellamenti e complicità. In questo scenario, messo a fuoco nel seminario, le persone si mettono in gioco in modo nuovo, trasformando la comunicazione in circolazione di icone, di storie, di immagini di sé.



India - Street Signals Program



7 aprile



26 giugno



9 ottobre



20 novembre

Giovedì 20 novembre

Le tendenze della **Distribuzione** e la «**Russia come boutique del mondo**»

Le molteplici dimensioni del lusso costituiscono nel panorama del retail avanzato una **dimensione di grande creatività in costante evoluzione** sempre più collegata a innumerevoli dimensioni della vita quotidiana di cui le persone sono le vere protagoniste.

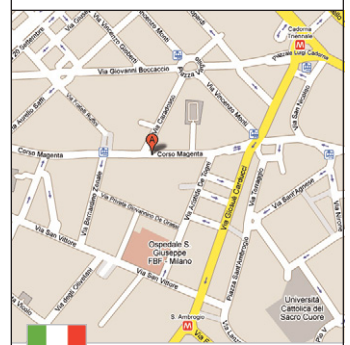
Nella Russia contemporanea queste forme convivono con la **dimensione del lusso più elitaria e tradizionale** e compongono un nuovo scenario che offre grande esclusività e grande visione.

Queste caratteristiche fanno del retail russo un **business in costante espansione** estremamente attrattivo per i brands europei.

Parleremo delle **straordinarie potenzialità del retail in Russia** e delle sue costanti innovazioni attraverso le nuove tendenze delineate attraverso il nostro osservatorio internazionale e la testimonianza di esperti e profondi conoscitori del paese come Giorgio Arfaras e Luigi Rubinelli.



Russia - Street Signals Program



I Seminari del 9 ottobre e 20 novembre 2008 si terranno presso il **Palazzo delle Stelline** Corso Magenta, 61 - Milano

Per informazioni e iscrizioni:
Future Concept Lab
Tel.: +39 02 29510015
info@futureconceptlab.com
www.futureconceptlab.com



Le tendenze della comunicazione e le "narrazioni indiane"

Come comunicare nel labirinto contemporaneo

Programma:

- 9.30 – 10.00 **Introduzione** a cura di *Francesco Morace* e *Piero Bassetti*
- Presidente Fondazione Bassetti e Globus et Locus - sul tema:
«Italici. Il possibile futuro di una community globale»
- 10.00 – 10.30 **Trasformazione pluriverso.** Il media sono io.
Il nuovo equilibrio tra protagonismo del media e protagonismo
del consumatore. Il rapporto tra web e telefono.
- 10.30 – 11.00 **Rinascimento Multiplayer.**
Il gioco delle identità e delle occasioni comunicative.
Il caso dei videogiochi indiani e del web integrato.
- 11.00 – 11.30 **Percezione Virtuosa.** Il virtuosismo dei linguaggi.
La perizia, l'emozione, il controllo sul contenuto.
Il caso dei video musicali e dei racconti indiani.
- 11.30 – 12.00 Coffee Break
- 12.00 – 12.30 Comunicazioni virtuose per le brand del futuro.
Testimonianza di *Felice Limosani*, Art Director.
- 12.30 – 13.00 **Memoria Visionaria.** Come attraverso canali, logiche ed emozioni,
i media del passato e quelli del futuro si incontrano in modo inaspettato.
Il rapporto tra web e radio.
- 13.00 – 14.00 Lunch
- 14.00 – 14.30 **India, il grande bazaar: economia, cultura e forme di comunicazione
nella più grande democrazia del mondo.**
Testimonianza di *Dipak Pant*, antropologo.
- 14.30 – 15.00 **Creatività pubblica.** La comunicazione sarà nella dimensione pubblica
una dinamica sempre più legata alla responsabilità del luogo.
Il rapporto tra web e affissioni.
- 15.00 – 15.30 **Globalità, globalizzazione e la sfida indiana.**
Dialogo tra *Roberto Panzarani*, Presidente Studio Panzarani & Associates –
autore del libro «L'innovazione a colori: una mappa per la globalizzazione» –
e *Piero Bassetti* sulla creatività pubblica.
- 15.30 – 16.00 Tea Break
- 16.00 – 16.15 **Emozione sostenibile.** Nell'ambito della visione sostenibile
e dell'approccio sistemico, emerge l'approccio reticolare dell'immaginario
contemporaneo.
- 16.15 – 16.45 Il caso Hybrid Tuk Tuk, testimonianza di *Elmar Stroomer* e *Oriol Pascual*,
Enviu, Innovators in sustainability
- 16.45 – 17.15 **Body Sense.** La centralità e il protagonismo del corpo emergono
con forza nel racconto mediatico e nella nuova comunicazione.
Il caso dei nuovi realities televisivi e il rapporto con il web.
- 17.15 – 17.30 **Conclusioni strategiche** a cura di *Linda Gobbi* e *Francesco Morace*

Giovedì
9 ottobre 2008

presso la **Sala Manzoni**
(1° piano)
Palazzo delle Stelline
Corso Magenta, 61
Milano

Per informazioni:
Future Concept Lab
Tel.: +39 02 29510015
info@futureconceptlab.com
www.futureconceptlab.com