

Andare a **tempo**. 2013

Market driver e strategie

Concept di tendenza per l'innovazione

Il Lightning

8 Maggio 2013

Andare a **tempo**. 2013

Market driver e strategie



8 Maggio, Milano, Fondazione Forma, P.za Tito Lucrezio Caro, 1

- Presentazione della ricerca Astarea: Il Lightning tra domanda ed offerta, vissuti e mercati dal food al fashion.
- Confronto tra Esperti ed Imprese: Il Lightning nella catena del valore.

Ospiti: Alessandro Pasi, Panoramauto; Fabrizio Zago, ICEA; Laura Favretti, Candy-Hoover Group; Laura Michelagnoli, AlésGroupe; Martina Liverani, Curvy, Foodie, Hungry; Piero Capodiecì, Comieco; Raimondo Damiani, BTicino; Santiago Miranda e Perry King, King & Miranda Design; Sergio Tonfi, Philips; Silvana Russo, CraiSecom.

Perché Andare a Tempo

Studiare il cambiamento

- Un tentativo di leggere gli elementi più dinamici
- Un nuovo modo di fare marketing research
- Innovare con metodo e immaginazione

Asse Confluenza vs Individuazione



Inclusività

Cooperazione e reciprocità

Responsabilità

Senso critico

- La crisi dei modelli sociali ed economici vigenti ma soprattutto la prospettiva della scarsità rafforza la dimensione del “NOI”, cioè la tensione alla inclusione programmatica, piuttosto che alla esclusione tipica dei momenti di crisi del secolo XX
- Interdipendenza, cooperazione e reciprocità fondano i nuovi modelli di sviluppo economico e sociale
- La necessità della sopravvivenza suggerisce strategie attive e partecipate, centrate su un maggiore senso di responsabilità collettiva nella scala dei valori, ma anche sul maggiore senso critico
- Di conseguenza anche se germinalmente si prefigura una Umanizzazione dei rapporti tra consumatori e business: importanza, di gestire in un’ottica di controllo, responsabilizzazione e trasparenza il rapporto con il business e gli attori della filiera produttiva e distributiva.

Asse Progetto vs Bricolage



Tensione al cambiamento

Risorse scarse e sviluppo

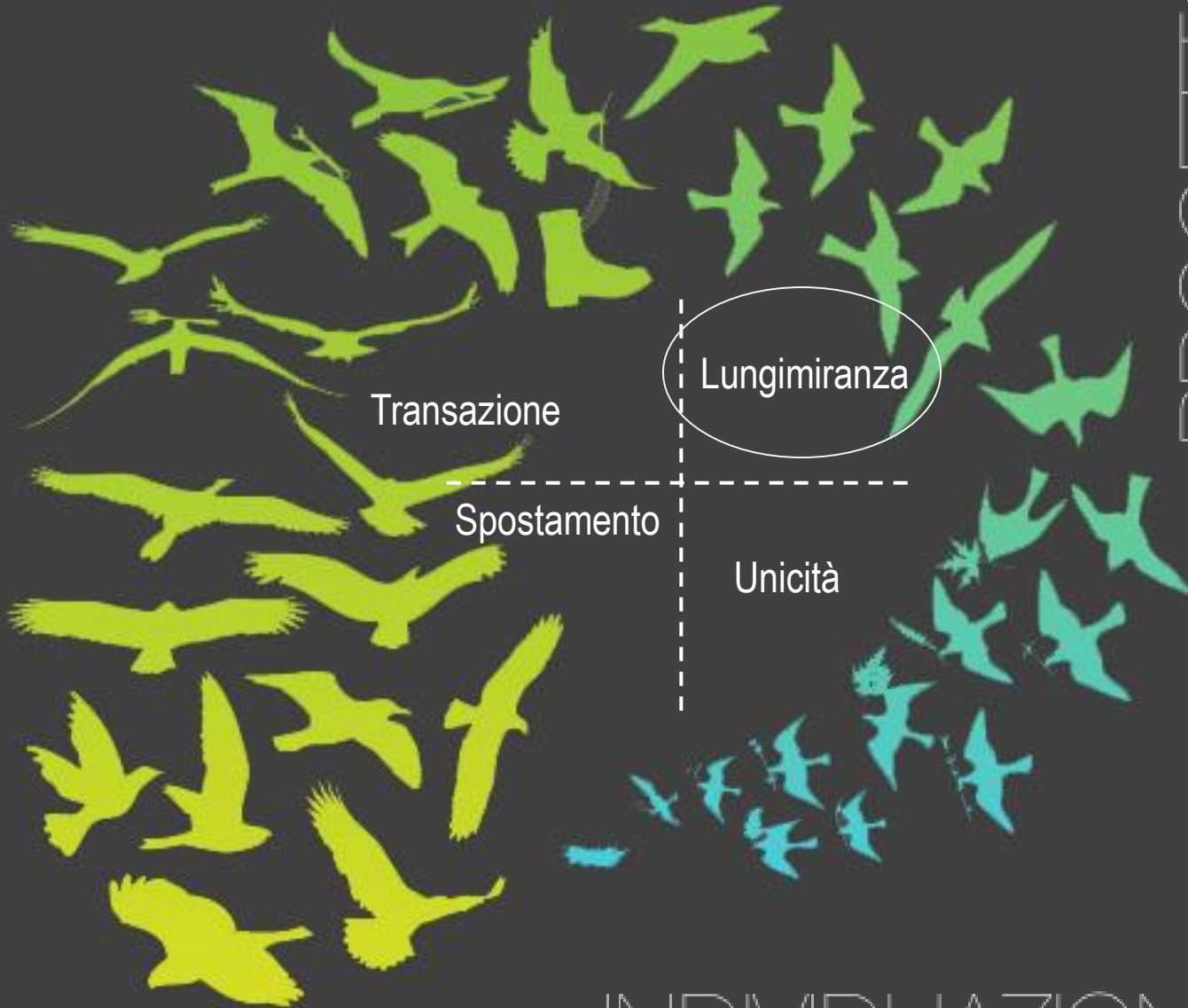
Supersocietà

Sostenibilità strategica

- Definisce l'attitudine programmatica di approccio al futuro, terreno di espansione e di prospettiva
- L'atteggiamento costruttivo e progettuale si ispira alla necessità di gestire risorse scarse in un'ottica non di sopravvivenza ma di sviluppo; le nuove soluzioni sono guidate più da razionalità ed applicazione della tecnologia che da emotività
- La vision sulla innovazione si fonda e a sua volta genera logiche partecipative ma anche valorizzazione del particolare che si nutre di eredità e di riconversione e ottimizzazione dell'esistente.

CONFLUENZA

PROGETTO

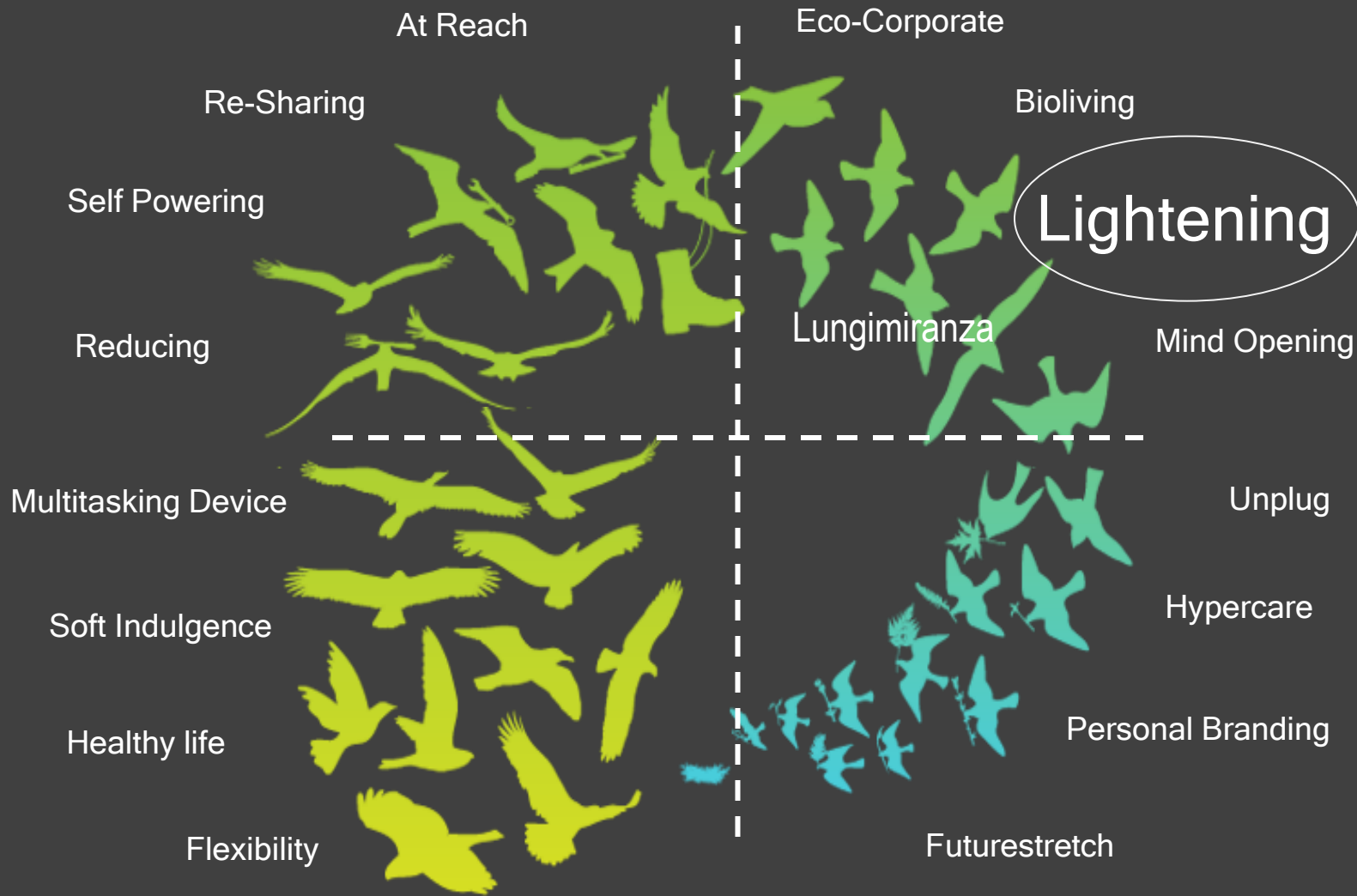


BRICCOLAGE

INDIVIDUAZIONE

Il Lightning si colloca nell'area strategica della Lungimiranza, all'incrocio degli assi Confluenza (vs Individuazione) e Progetto (vs Bricolage)

- E' l'ambito della progettualità focalizzata sui valori della essenzialità, della socialità, della sostenibilità
- E' l'area dei modelli innovativi e delle nuove opportunità per imprese, consumatori, cittadini che si basano su modi di vita più leggeri e nomadi
- La crisi sollecita a pensare avanti ed in questo la sostenibilità, al di là della reputation, assume un valore economico per l'impresa e diviene fattore di fiducia. Cambia la relazione con la natura, che entra non solo potentemente come materia e ingrediente nei prodotti, ma diventa ispiratrice dei processi produttivi.





Lightening

Dal vocabolario.....

alleviare

diminuire

ridurre

rimuovere

togliere

vuotare

sfoltire

sfrondare

Lightening

Lo scenario: alla base del Lightning

- Il sentiment dei consumatori/cittadini
 - Oltre la crisi, nuovi paradigmi
 - Ri-definizione dei bisogni
 - Ri-gerarchizzazione delle scelte

Lo scenario: alla base del Lightning

- Strategia: puntare all'essenziale
 - Riduzione selettiva delle spese
 - Desiderio di consumare ridimensionato
 - Innovazione: valorizzati i benefit tangibili

Lo scenario: alla base del Lightning

- Risparmio di risorse e attenzione allo spreco
 - Un allarme istituzionale
 - Lenta crescita di una mentalità antispreco
 - Acquisti leggeri e riuso

Lo scenario: alla base del Lightning

- Il fattore spazio
 - Strutturale diminuzione delle superfici
 - Riduzione degli ambienti superflui
 - Richiesta di soluzioni per progetti componibili e mutanti

Lo scenario: alla base del Lightning

- Multi-tasking
 - Moltiplicazione dei compiti
 - Economia di tempo: un must per tutti
 - Riduzione della fatica, guida del quotidiano

Lo scenario: alla base del Lightning

- **Wireless esistenziale**
 - Declutteirng: liberarsi dell'inutile
 - L'apologia del silenzio
 - Istituzioni easy

Lo scenario: alla base del Lightning

- Il Protagonismo dell'home-living
 - La casa territorio ludico
 - Convivialità destrutturata
 - Domesticizzazione dei servizi

10 parole chiave per le imprese

facilitazione

immediatezza nella percezione e comprensione
accesso più libero a strutture, ambienti, prodotti

semplificazione

valorizzazione dei benefit sostanziali
focalizzazione delle promesse

smaterializzazione

minore peso
agilità nella gestione

miniaturizzazione

disingombro
moltiplicazione delle occasioni di uso

portabilità

supporto alla mobilità in door e out-door
up-grading creativo

multifunzionalità

più funzioni in un oggetto
più servizi in uno

modularità

versatilità nell'impiego
personalizzazione delle modalità di uso

destressing

alleggerimento dalla fatica mentale
dalla punizione alla gratificazione

destrutturazione formale

riduzione delle ridondanze non funzionali
compattezza ed ergonomia nell'uso

sobrietà stilistica

abolizione di eccessi e ripetizioni
estetiche pulite e comunicazione incisiva

Esempi

BUYING/RETAIL

- percorsi di acquisto più liberi, layout aperti a disposizione
- soluzioni facilitanti l'esperienza di spesa
- integrazione di servizi alla vendita di prodotti, all in one
- offerta più assottigliata e assortimento più profondo
- logistica: materiali leggeri e modularità

FOOD

- buste della spesa più leggere, più rotazione del frigo
- crescita dei pronti e della quarta gamma
- la riscossa dei «senza»
- formati adatti all'on the go
- qualità e preziosità leggere: Street food gourmand

ELETTRONICA DI CONSUMO

- senza fili, uno state of mind: mobilità fluida e semplice
- integrazione funzionale salvaspazio e micro
- efficienza nella smaterializzazione
- semplificare per accedere alla complessità
- meno materiali e minor peso

MOVING

- razionalizzazione dei flussi di trasporto metropolitano
- promozione di un approccio flessibile e mix dei mezzi
- focus sul basso impatto
- il futuro è tendenzialmente elettrico
- bici nuova star urbana

BEAUTY

- ritorno della USP: poche promesse ma chiare
- semplificazione delle formule in funzione salute
- valorizzazione della qualità affidabile no frills
- il fenomeno dell'all in one
- free fitness

FASHION

- destrutturazione della costruzione
- multifunzionalità modulare mobile
- ergonomia vestimentale
- valorizzazione total light
- fluidità



A S T Ā R E A

Astarea srl
T. +39 02 89423927
F. +39 02 83390294
infoastarea@astarea.it
www.astarea.it