

Il ciclo 2010 dei seminari Future Concept Lab sarà dedicato alla «struttura naturale» che caratterizza i trend. Il **campo naturale ed energetico delle tendenze** ha infatti costituito in questi anni il mondo di riferimento del marketing e del consumo per migliaia di manager e milioni di consumatori.

L'abilità nel leggere i Trend è necessaria, ma in realtà chi lavora seriamente sulle tendenze sa che esiste una **continuità nell'evoluzione** progressiva di quelle che contano davvero. Una direzione che è possibile individuare, un orientamento da cogliere e **applicare praticamente** nella definizione delle proprie strategie di impresa, di marca, di prodotto.

Il percorso che verrà realizzato nel **ciclo dei Future Vision Workshops 2010** metterà a punto i passaggi obbligati che oggi tutte le Aziende e Istituzioni, grandi e piccole, italiane o straniere, devono affrontare per trasformare la crisi in opportunità.

Passaggi obbligati intesi come «ponte necessario» dalla crisi alla transizione di paradigma. Caposaldi per una nuova cultura del marketing, della comunicazione e del commercio.



Il percorso **The Trends' Structure** si svolgerà attraverso 4 appuntamenti di studio e lavoro:

Giovedì 22 Aprile **Gli Atlanti della creatività e le estetiche iniziatriche del «naturale».**  
**Il potere pragmatico della Natura.**

**IL CASO BONOTTO E LA FABBRICA LENTA**

«*In futuro le estetiche supporteranno prodotti definitivi, in grado di sostenere la magia del consumo*»

Giovedì 1 Luglio **Il consumo vocazionale e le illusioni del neuro-marketing.**  
**Lo scenario delle motivazioni e delle vocazioni.**

**IL CASO YOOX E IL CONSUMO SPERIMENTALE**

«*In futuro i padri analogici acquisiranno i comportamenti cognitivi dei figli digitali*»

Giovedì 14 Ottobre **L'autenticità della rappresentazione.**  
**La comunicazione e nuovi paradigmi dell'opinione.**

**IL CASO VENETA CUCINE E LA COMUNICAZIONE DEL BUON VIVERE**

«*In futuro la comunicazione dovrà confrontarsi con la passione del fare che arriva dalla tradizione artigianale*»

Giovedì 25 Novembre **Il commercio e lo scambio del simbolico.**  
**Lo scenario delle economie di condivisione.**

**IL CASO MOLESKINE TRA SOGGETTIVITÀ E CONDIVISIONE**

«*In futuro la distribuzione costituirà il punto di incontro tra modelli commerciali ed economici della condivisione*»





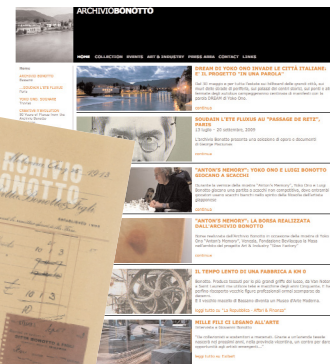
Giovedì 22 Aprile

## Gli Atlanti della creatività e le estetiche iniziatiche del «naturale». Il potere pragmatico della Natura.

Le macro-tendenze in atto nei valori e nei comportamenti, dispiegano una energia che si convoglia in alcuni stili di pensiero – completamente nuovi – come quello **che abbiamo definito Natural Nourishment: il nutrimento naturale dell'esperienza**. La natura biologica del pianeta costituirà il grande nucleo «estetico» di rigenerazione dell'esistenza, come avviene nella straordinaria favola ecologica rappresentata da *Avatar*.

Nel nuovo scenario bisognerà essere in grado di **articolare la nuova sostanza del naturale e il suo potere estetico e iniziatico**: la progettazione e l'estetica dovranno orientarsi verso la struttura biologica dei trends.

- I temi della giornata:
- I paradigmi della post-opulenza
  - La progettazione «estetica» di *Avatar*
  - L'emozione sostenibile
  - Gli scenari del naturale
  - **IL CASO BONOTTO E LA FABBRICA LENTA**  
Giovanni Bonotto, *Amministratore Delegato*  
e *Direttore Creativo Lanificio Bonotto*



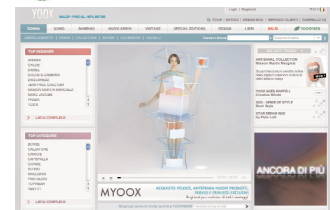
Giovedì 1 Luglio

## Il consumo vocazionale e le illusioni del neuro-marketing. Lo scenario delle motivazioni e delle vocazioni.

Gli standard innovativi per il mondo del consumo saranno nel prossimo decennio spinti creativi e spirito critico.

In questo modo i consumi verranno plasmati sulla **variabile della vocazione e non più della semplice evocazione**. Parleremo di motivazioni profonde, di talenti che si trasformano in competenze, di vocazioni quasi religiose da lanciare e da condividere. Un nuovo scenario di motivazioni e vocazioni che aggirano la logica del **neuro-marketing che ancora sogna un soggetto da manipolare**.

- I temi della giornata:
- Dall'evocazione alla vocazione
  - La percezione virtuosa tra micro e macro
  - Le nuove piattaforme della leadership trasformativa nel consumo
  - Gli scenari della motivazione nell'era digitale
  - **IL CASO YOOX E IL CONSUMO SPERIMENTALE**  
Federico Marchetti  
*Fondatore e Amministratore Delegato Yoox*



## Modalità di partecipazione

- 1** La sottoscrizione all'intero ciclo di seminari 2010 è di 16.000 Euro + IVA\*, e comprende la partecipazione alle 4 giornate di Workshop fino a un massimo di 10 persone per Azienda, nonché l'acquisizione di tutto il materiale cartaceo e digitale.
- 2** Per chi voglia comprendere lo spirito del nuovo percorso formativo, è prevista la possibilità di partecipare come «osservatore» a un singolo seminario del ciclo formativo 2010, al costo di 1.600 Euro + IVA\* a persona.

## Coupon di iscrizione

Vi prego di voler iscrivere il/i Sig./Sig.ri

Nome e Cognome

---

Società/Organizzazione

---

Posizione ricoperta

---

Indirizzo

Città

---

Partita IVA

---

Telefono

Fax

---

e-mail

---

- Partecipazione di gruppo all'intero ciclo di seminari (**punto 1**)
- Partecipazione individuale a un singolo seminario (**punto 2**)

\* Importo da versare tramite bonifico o assegno bancario al momento dell'iscrizione presso:  
Banca Popolare di Milano Ag. 23 – Milano – IBAN IT37 P055 8401 6230 0000 0015 086