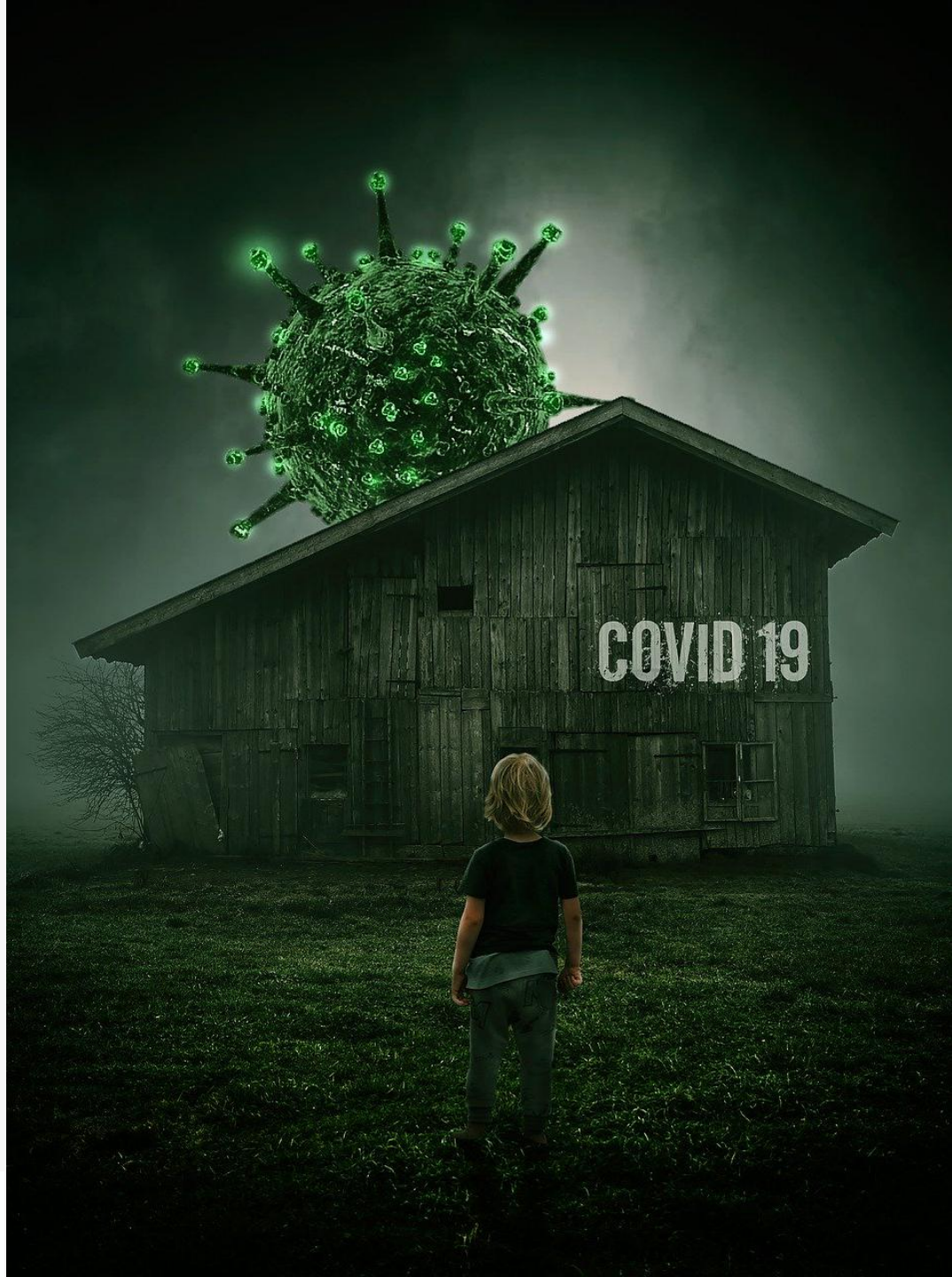


Baby Future



05. Marker Valoriale n.5: Noi, sono Italiano

Il quinto di 7 approfondimenti sui Marker Valoriali.



Una nuova capacità: gestire l'incertezza, a ogni livello.

Cosa ha provocato, oltre ai suoi aspetti
drammatici, l'avvento del Covid 19?



**UN CAMBIAMENTO
VIOLENTO DELLE NOSTRE
ABITUDINI DI VITA.**



**LA PERCEZIONE DI
INCERTEZZA, AD OGNI
LIVELLO.**

Perché?



Baby Future

É uno strumento dedicato alle aziende che vogliono prendere il futuro nelle proprie mani.

Il focus infatti è sul futuro e su come farlo crescere in queste mutate condizioni.

Osserviamo sistematicamente i **fenomeni emergenti**, per selezionarne quelli più rilevanti a livello economico, sociale e ambientale.

Identifichiamo i «**MARKER VALORIALI**» più significativi, ovvero gli indicatori di sistema che ispirano gli orientamenti e timbrano i comportamenti di consumo delle persone.

Identifichiamo i «**SEGNALI FERTILI**», ovvero quelle manifestazioni di stili di vita o di consumo poco visibili al momento, ma che contengono delle potenzialità germinative utili per la rinascita delle nostre imprese.

Tutto è pronto per focalizzare, grazie ai segnali fertili, delle opportunità di business, e trasformarle in prodotti e servizi di successo.

I MARKER VALORIALI

I SEGNALI FERTILI

LE OPPORTUNITA' DI
BUSINESS

I NUOVI PRODOTTI
I NUOVI SERVIZI

I 7 Marker valoriali





1. Il Contagio Psicologico:

convivere con il desiderio di stare assieme e la paura di avere contatti fisici



2- Io sono quel che faccio:

riscoprire la propria identità attraverso il “fare” o il “comprare”



3. Io, il Pianeta: aver “visto” che il Pianeta può stare meglio



4. L'lo Smart:

decidere se continuare a vivere e a lavorare “smart” o se tornare al “tradizionale”



5. Noi, sono Italiano:

l'orgoglio scatenato dal coraggio e la competenza di chi opera in prima linea



6. L'Allerta

Permanente: una “nuova” abitudine alla prevenzione, per i campioni del problem solving



7. Seguire le regole è

Figo: la piacevole sensazione del rispettare le regole, le persone, gli impegni.. e la evidente importanza del pagamento delle tasse

Sono gli indicatori di sistema che ispirano gli orientamenti e timbrano i comportamenti di consumo delle persone.

Marker Valoriale #5: Noi, sono Italiano

“Mi sento personalmente orgoglioso di come noi Italiani sappiamo affrontare, insieme, le più grandi difficoltà”.

I SEGNALI FERTILI

Italians do it better

L'erba più verde è quella del nostro giardino e quindi la preferisco ad altre “estranee”

Il noi come io collettivo

La scoperta che il noi non è solo una folla indistinta, ma un insieme di persone hanno le mie stesse radici culturali e valoriali

Implicazioni di scenario a breve termine: 6 mesi

a) Il prodotto Italia

La ricerca del “made in Italy” con rinnovato orgoglio sarà un contributo alla ripresa per ogni tipologia di prodotto e servizio con DNA italiano: alimentare, moda, beauty, cultura, arte, salute e turismo.

La narrazione di prodotti e servizi privilegerà l’evocazione non solo della storia e tradizione italiani, ma anche dei neo eroi del periodo buio.

Verrà privilegiata ogni eventuale componente italiana dei prodotti esteri

Le filiere locali verranno potenziate in modo da limitare la dipendenza da forniture internazionali

Sentimento di riconoscenza nei confronti dei Brands che hanno dimostrato compassione o sostegno all’Italia durante l’emergenza.

Gratitudine verso quelle insegne e/o punti di vendita della Grande Distribuzione Organizzata che hanno garantito servizi durante le emergenze attraverso un circuito di solidarietà

Sostegno ai piccoli commercianti di quartiere che hanno superato ogni tipo di difficoltà per fare la loro parte da italiani (ad esempio consegne a domicilio, ordini via WhatsApp, via chat).

Verrà stimolato il rapporto diretto produzione-consumo come testimonianza del contributo individuale dei cittadini alla sopravvivenza della micro-impresa italiana (agricola, artigiana)

Ri-affermazione della cucina home made tradizionale italiana come sentimento identitario

b) La comunità italiana

Aumento della consapevolezza di alcune categorie da proteggere: anziani come memoria storica

Aumento del contributo individuale alle attività sociali di volontariato, anche al di là delle semplici donazioni: es cucinare pasti, dare sostegno ai senior per facilitare l’adozione delle tecnologie digital.

Implicazioni di scenario a medio termine: 12 mesi

Iper_local

- Eccellenze locali: sviluppo di comparti e distretti ad alta specializzazione
- Incremento di piccole attività artigianali locali finanziate da consumatori sostenitori
- Sviluppo di piccole cooperative di consumo locali per rispondere alla competitività internazionale
- Sostegno privato alle iniziative imprenditoriali dei giovani sostenute dai contributi comunitari europei

Implicazioni di scenario a lungo termine: 18 mesi

Premium value

- Incremento nei consumi dei prodotti a totale filiera italiana
- Incentivi per aumentare l'indipendenza produttiva del paese da catene logistiche internazionali (ad esempio tramite lo sviluppo di programmi formativi verso nuove competenze professionali)
- Preferenza ai Brand che fanno qualcosa per il Paese (ad esempio sanità, ricerca, istruzione, sviluppo infrastrutture...).

Chi Siamo

VVA Business Consulting stimola i Clienti a generare, sviluppare e cogliere nuove o innovative opportunità di crescita, in scenari in continua trasformazione, lavorando a fianco dei Clienti con la logica del collega aggiunto. VVA Business Consulting è un Network di Consulenza aperto ai migliori talenti in grado di creare valore aggiunto per le Imprese, le Persone, i Territori che le ospitano.

- **BABY FUTURE**
Identificazione di segnali anticipatori di futuri trend di consumo.
- **NEW BUSINESS SCOUTING**
Ricerca nazionale e internazionale di nuove opportunità di business.
- **CUSTOMER NETWORKING MANAGEMENT**
Crescita del fatturato, della fiducia e dell'entusiasmo dei clienti, con modalità tradizionali e digitali.
- **VALUE ADDED**
Strategia e crescita del valore d'impresa.
- **DESIGN THINKING**
Ideazione, progettazione e realizzazione di nuovi prodotti e servizi.
- **AGILE MANAGEMENT**
Innovare processi e assetto organizzativo per anticipare e governare ogni cambiamento di scenario competitivo.
- **IMPACT MARKETING**
Innovazione dei processi di marketing, per armonizzare obiettivi di profitto, di soddisfazione delle persone, di rispetto dell'ambiente.

Soluzioni

VVA Gli autori
Valdani Vicari & Associati
BUSINESS CONSULTING

Gianluigi Contin

Stefano Trentini

Alessandra Zorzi

Memo Mormina

Andrea Balletta

Francesco Savoia

Baby Future continua. Non perdere il prossimo Marker Valoriale!

Gianluigi Contin

Partner VVA

email: g.contin@vva.it

web: www.vva.it

VVA Business Consulting
Via Torino 61, 20123 Milano



**MARKER
VALORIALE #6:
«L'Allerta
Permanente»**

