

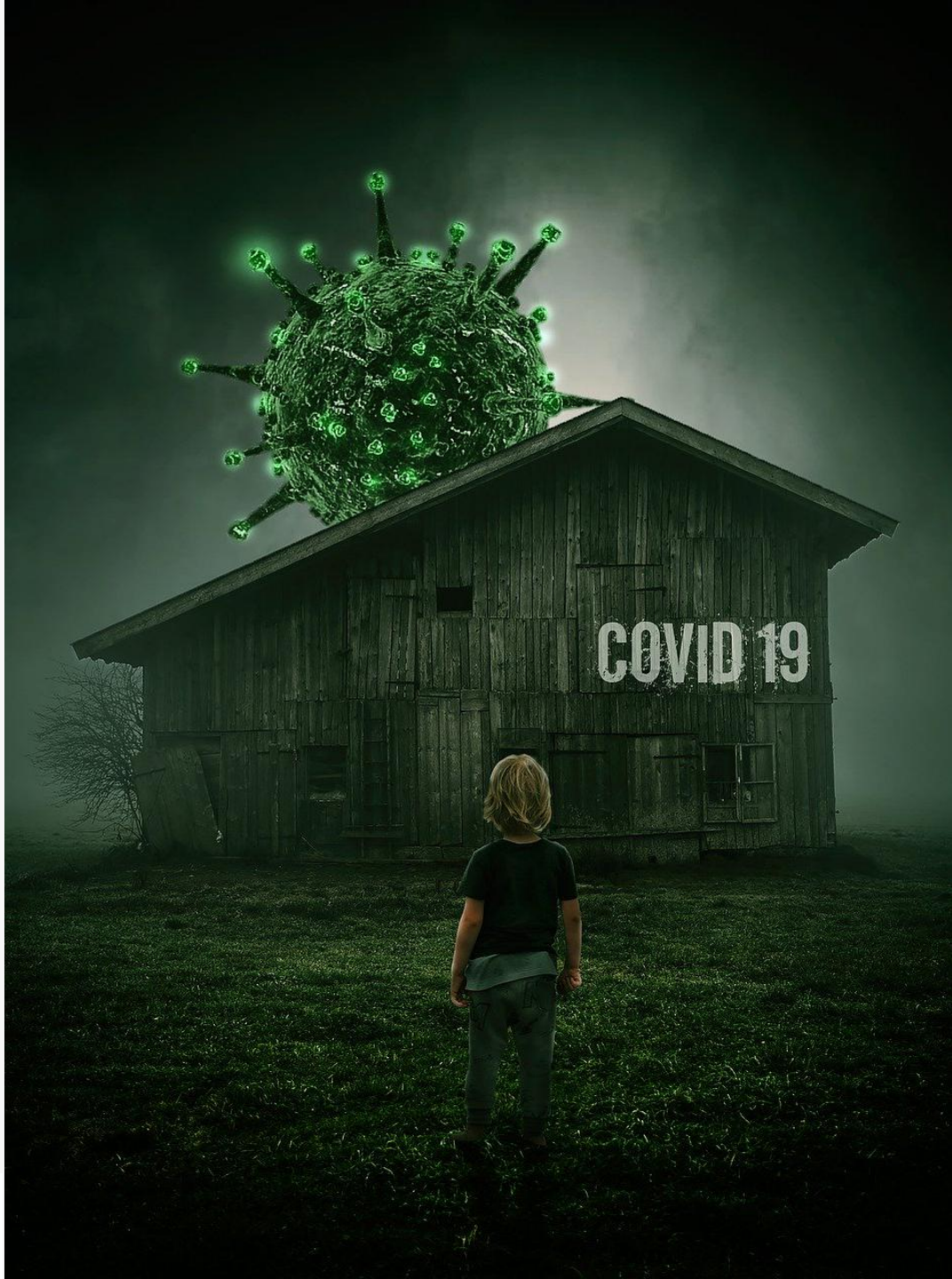
Baby Future



01

06. Marker Valoriale n.6: L'Allerta Permanente

Il sesto 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.**



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 #6: L'Allerta Permanente

IL SEGNALE FERTILE

“Restare vigile e non abbassare la guardia è il mio nuovo scudo per prevenire le conseguenze delle situazioni che non posso evitare”.

Il neo-pragmatismo di massa

Un impegno nuovo da parte della gente comune per fare concretamente qualcosa di “logico” e sentirsi meno dipendente dagli eventi

Implicazioni di scenario a breve termine: 6 mesi

Le scorte lunghe

- Aumenterà la preferenza verso una prolungata shelf life dei prodotti per garantirsi una scorta minima a lungo termine degli alimenti base e degli ingredienti necessari a coltivare la cucina home made: farina, pasta, salse, condimenti
- Anche i packaging risponderanno più a logiche di scorta: non tanto con aumenti di grammatura (bandite le confezioni americane per abuso di consumo), quanto con multipack ad uso singolo intelligente
- Una scorta minima di surgelati ritorna nei freezer come “baseline del fresco alternativo”.

Nuovi must have dell’immaginario collettivo

- Nuovi prodotti ibridi che associano il beauty con l’igiene: ad esempio il burro cacao che idrata e disinfetta,
- La detergenza casa assumerà il ruolo di garanzia igienica sociale, ad esempio attraverso il rinforzo di profumazioni specifiche che mescolano disinfettante con bouquet più allettanti

La prevenzione: un valore di certezza

- Cresceranno prodotti e servizi legati alla prevenzione: sviluppo degli integratori alimentari che potenziano le difese e maggior ricorso alla medicina preventiva
- Crescerà la richiesta di prodotti anche non medicali in farmacia, come luogo di garanzia della salute

Implicazioni di scenario a medio termine: 12 mesi

La salvezza del gruppo

- La logica della solidarietà e della cooperazione come risposta pragmatica nella costruzione di iniziative produttive: nuove forme di associazione, nuove cooperative di consumo, iniziative solidali interfunzionali e settoriali che integrano competenze e contributi diversi
- Nuova fiducia nella scienza come strumento di salvezza futura. Aumenteranno finanziamenti alla ricerca destinata alla salute e ai comparti limitrofi da parte di privati, industrie e Brand
- Nuove modalità di condivisione ludica del cibo: ristoranti casalinghi con grande uso di dark kitchen esterne

Coscienza informata: un nuovo orizzonte

- La richiesta di certificazioni, garanzie, trasparenza informativa per i Brand come elemento valoriale discriminante di scelta
- Creazione di un proprio sistema di valutazione personale per discernere il vero dal falso e attribuire di conseguenza fiducia ai Brand

Implicazioni di scenario a lungo termine: 18 mesi

Il bunker alimentare condiviso

- Verranno creati spazi condivisi per piccole comunità (condomini e associazioni di quartiere) per ospitare le scorte ingombranti di beni di prima necessità in caso di eventuali ulteriori chiusure forzate

La logica contactless

- Confezioni e prodotti touchless per garantire la massima sicurezza; nel mondo beauty la rivincita degli spray ecocompatibili verso le creme
- Sistemi meccanizzati e robotizzazione in tutta la filiera come garanzia di igiene
- Transazioni elettroniche su strumenti individuali (smartphone) come sostituzione dei pagamenti in contanti

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.

Soluzioni

- **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.



Gli autori

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 #7:**
«Seguire le Regole è
Figo»

