

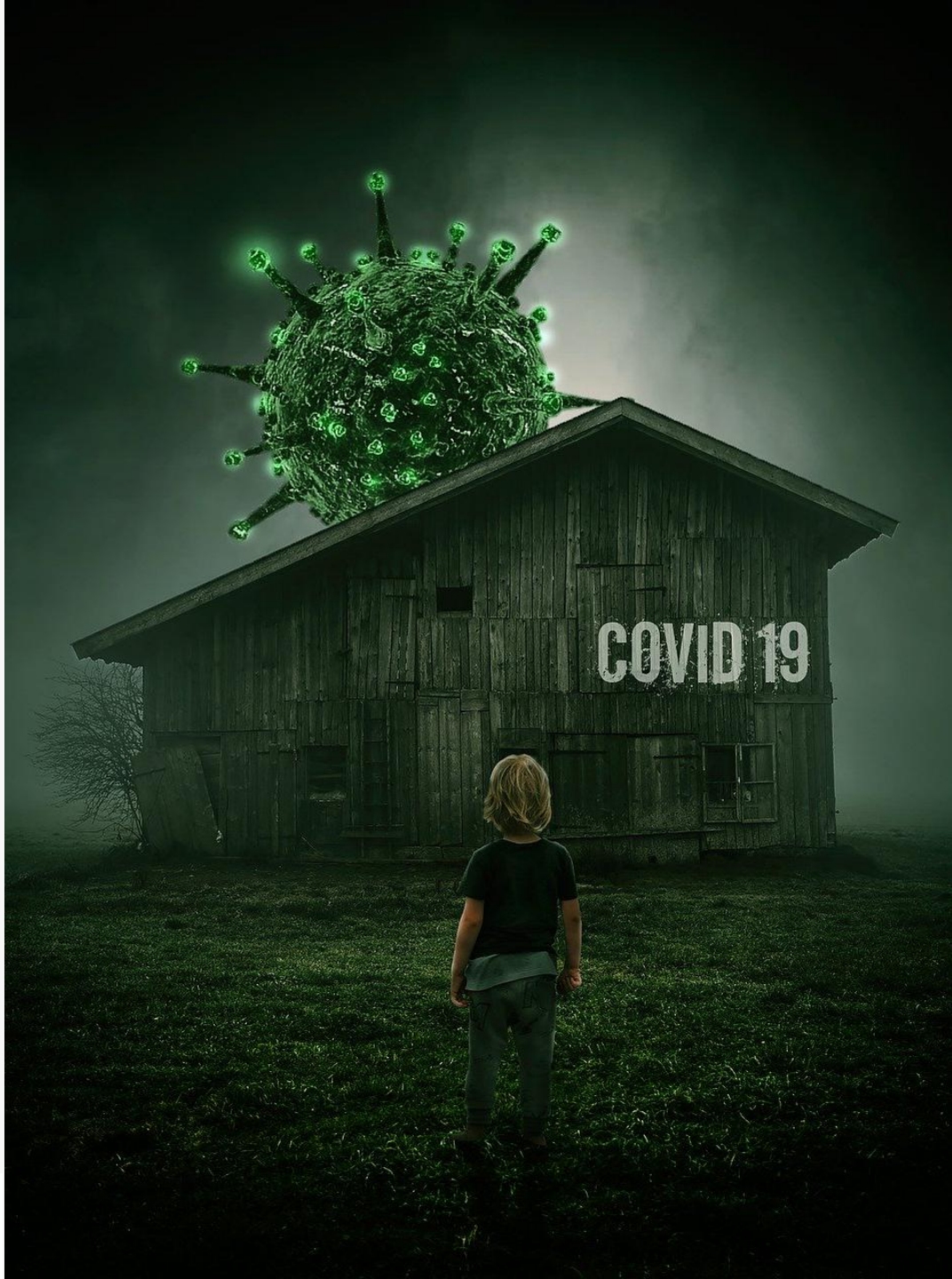
# Baby Future



01

## 07. Marker Valoriale n.7: Seguire le Regole è Figo

L'ultimo approfondimento della prima edizione di Baby future – primo semestre 2020.



# 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 #7: Seguire le Regole è Figo

IL SEGNALE FERTILE

«Ho scoperto che le regole servono e seguirle funziona. Quindi è da fighi come me».

## ***IL BUSINESS DELL'ETICA***

L'affermazione di un nuovo paradigma nel quale il rispetto non è solo una spinta etica ma un vantaggio competitivo

# Implicazioni di scenario a breve termine: 6 mesi

## ***La Reputazione al primo posto***

Preferenza dei consumatori ai Brand che sostengono o contribuiscono allo sviluppo di pratiche etiche: donazioni, contributi alle infrastrutture, presidio dei più deboli

Interesse dei Brand alla “reale” certificazione del proprio impegno etico da parte di terze parti: ad esempio non basta più un patrocinio dell’Ass.ne nazionale medici dentisti... ma serve l’imprimatur del reparto analisi microbiologiche Normale di Pisa:

Etichette trasparenti con informazioni, ingredienti e processi produttivi comprensibili

Premi e incentivi ai consumatori che diventano parte attiva nell’applicazione di comportamenti socialmente utili. Ad esempio, nei servizi legati al turismo, trasporti o sharing alle persone che riconsegnano il veicolo lavato a propria cura

## ***La distribuzione on e off line: il contributo all’etica***

Preferenza dei consumatori ai negozi fisici e on line che tutelano le diversità e sostengono i più deboli: esempio dei piccoli commercianti o farmacie che predispongono servizi di consegna gratuiti per anziani

Preferenza per quelle insegne/strutture/negozi che dedicano parte dei loro prodotti alla solidarietà: banco alimentare ma anche banco del medicinale sospeso in farmacia per i più bisognosi anche a livello geografico locale

# Implicazioni di scenario a medio termine: 12 mesi

## ***La ristorazione nutre l'etica***

Incentivazione di attività etiche pro bono dei ristoranti che 1 volta la settimana cucinano e consegnano ai bisognosi (ad esempio con sovvenzioni di organismi privati e/o governativi)

## ***Il rispetto umano, ambientale, animale***

Richiesta di protocolli chiari, comprensibili e manifesti per tutte le attività e i reparti di Ricerca e Sviluppo: visibilità processi, prodotti e coinvolgimento attivo dei consumatori come “ispettori” (ad esempio delle modalità di allevamento e coltivazione)

Comunicazione: ingaggio di nuovi influencer eticamente influenti e concretamente attivi in questo ambito, per questo credibili.



# Implicazioni di scenario a lungo termine: 18 mesi

## ***Le fondazioni integrate***

Preferenza per le Aziende che hanno al loro interno fondazioni dedicate esclusivamente a business etici (vedi assicurazioni, banche, strutture finanziarie) con bilanci trasparenti e comunicazioni chiare

## ***Rapporto più sereno con il fisco***

Aumento della consapevolezza che pagare le tasse è un modo di essere utili a sé stessi, in quanto le tasse finanziano servizi fondamentali per tutti: sanità pubblica, ospedali, messa in sicurezza delle scuole e infrastrutture, finanziamenti eccezionali, etc

Collaborazione maggiore da parte delle Autorità fiscali per far percepire collaborazione e flessibilità in caso di bisogno

# 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 Baby Future #2, secondo semestre 2020!



**Gianluigi Contin**

Partner VVA

email: [g.contin@vva.it](mailto:g.contin@vva.it)

web: [www.vva.it](http://www.vva.it)

VVA Business Consulting  
Via Torino 61, 20123 Milano



Stay Tuned...