

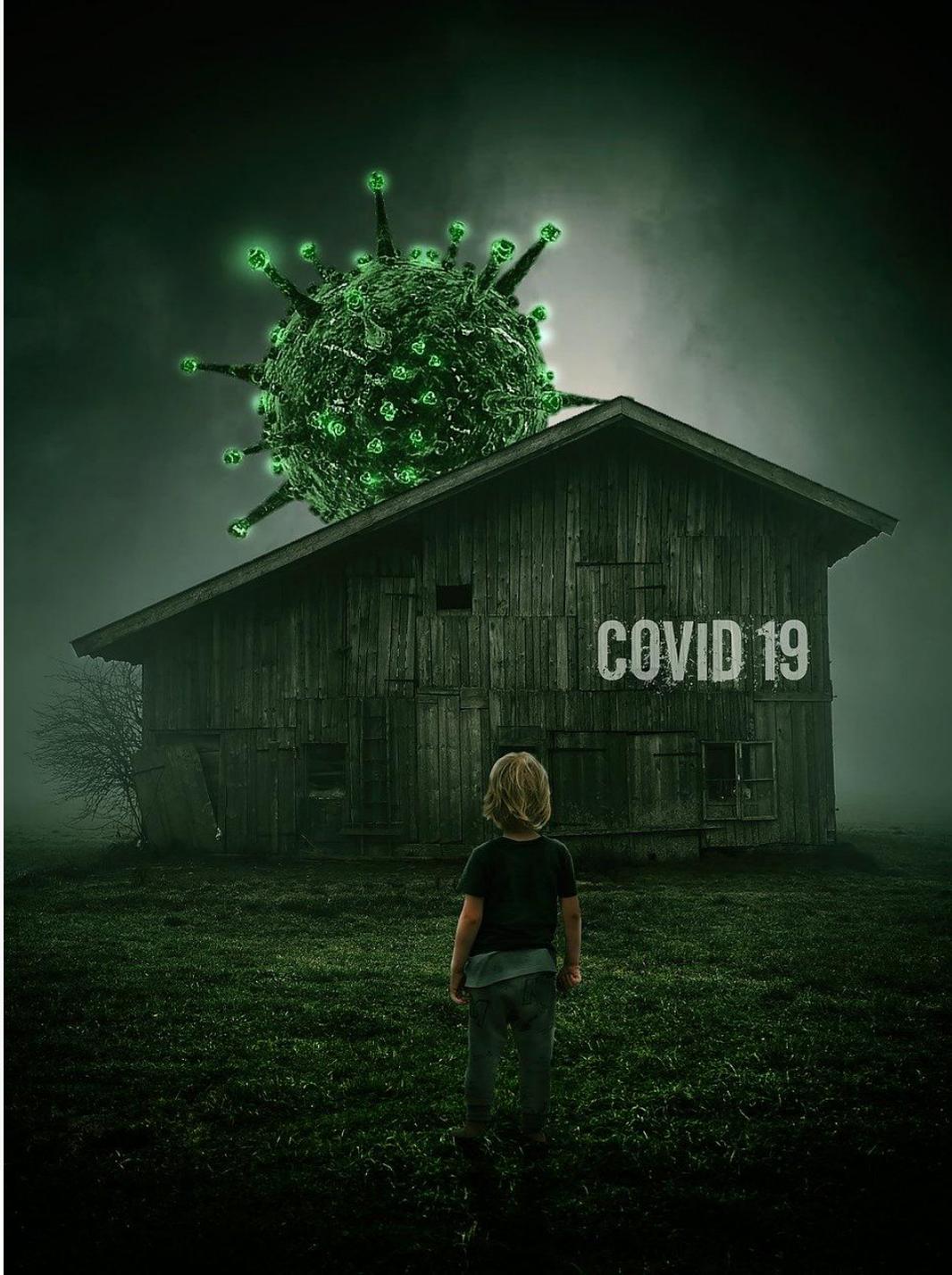
Baby Future



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

web: www.vva.it

VVA Business Consulting
Via Torino 61, 20123 Milano



Stay Tuned...