

# ARTE



argomenti e opinioni di un'industria treviso

n. 35 febbraio 2010

imprese  
persone  
etica  
e valori

ALESSANDRO VARDANEGA

CARD. ANGELO SCOLA

EMMA MARCEGAGLIA

“Questa crisi ci ha riportati all’essenziale e siamo consapevoli che quando ne usciremo, non saremo quelli di prima ed il mercato non sarà quello che conosciamo”.

Il consumatore che ha dovuto misurarsi con un periodo di difficoltà economica è molto attento ai valori della semplicità e della correttezza. Non è più disposto ad acquistare articoli che soddisfino solo esigenze consumistiche, cerca prodotti utili, sobri, salutistici, rispettosi dell’ambiente e dei valori etici. E’ attento, colto, medita sulla spesa che deve fare, desidera spendere bene e fare cose buone che gli diano un beneficio personale e probabilmente anche un riconoscimento sociale.

Gli input negativi che giungono dai mass media spaventano: dall’emergenza clima, al problema energetico, alla carenza alimentare, per dirne alcuni. Questa crisi ci ha riportati all’essenziale e siamo consapevoli che quando ne usciremo, non saremo quelli di prima ed il mercato non sarà quello che conosciamo.

Una delle prossime frontiere dell’innovazione è basata sullo studio di questi *sentiment* che determineranno i comportamenti di acquisto futuri. Da questo è nata l’idea di sviluppare un percorso che, non rinne-

gando l’esperienza passata, ci aiuti ad intravedere nuove prospettive di sviluppo e di crescita per le nostre aziende, convinti che le imprese che sapranno cogliere il cambiamento ed innovare non sprecheranno l’opportunità offerta dalla ripresa.

Il ‘Green Project’ che il Gruppo Giovani realizzerà in collaborazione con le Università di Venezia si svolgerà attraverso un modello che vuole calare il pensiero nella pratica sfruttando convegni, visite aziendali e workshop di approfondimento.

I temi saranno trattati in modo emozionale, perché il risultato dovrà principalmente ispirare. Soprattutto, ispirare idee. Supportati dalle nuove tecnologie sperimenteremo lavori di gruppo accompagnati da filmati che andranno in rete. *Blog* ed *e-communities* saranno alcuni dei luoghi dove dibattere e scambiarsi informazioni. Il nostro output per l’esterno sarà un docu-film che leggerà in chiave emotiva i tratti essenziali della nostra esperienza.

Tenetevi pronti perché si parte con il nuovo anno, già da gennaio è disponibile il calendario degli incontri.

Roberta Virago  
Vicepresidente  
con delega all’Innovazione  
GGI di Unindustria Treviso