

l'intervento Rifocalizzare le risorse per restituire un ruolo attivo ai consumatori

di **Giulia Ceriani**,
presidente baba consulting

L'assenza di rumore è, come sempre, assordante. Dedicata al campo semantico NO NOISE! per come questo sta intensamente investendo la congiuntura in corso e il suo sviluppo, il report Forecast di baba è partito dal riconoscimento di un'esigenza trasversale (e globale) di semplificazione, sintesi e consapevolezza in un mondo in cui la confusione segnica è al limite e il silenzio si presenta come elemento di rottura e mezzo espressivo di altra efficacia. I filoni di tendenza che accompagnano i drive di questo campo semantico intendono restituire ai potenziali destinatari, nella loro diversità di target, un ruolo attivo e nuovamente selettivo, atto a consentire protagonisti non banali e un'interpretazione individuale del mercato e del comportamento di consumo. Che oggi fronteggia l'evidenza di una mancanza di partecipazione alle diverse forme della cosa pubblica, ma anche la necessità di rifocalizzazione delle risorse in relazione alla percezione di discontinuità rispetto allo statu quo, come all'inarrestabile obsolescenza della

In un contesto in cui la comunicazione genera difficilmente relazione, il Forecast 2014-15 di baba suggerisce come costruire una progettualità evoluta



fisicità parallela al progredire tecnologico. Come rispondere dunque a una società in piena deflazione e caduta verso il basso, dove la comunicazione genera difficilmente relazione e si limita al contatto, e dove i big data sono gestiti dalla meccanica degli algoritmi? Il campo semantico della tendenza NO NOISE! è ricco di risposte: dal ritorno al realismo nei media audiovisivi (vedi i documentari premiati a Cannes) alla moda polemica di Defend Paris, dal mutismo inquietante dei selfies agli esercizi driverless della ricerca in ambito automotive

(vedi Audi e Google al lavoro insieme). Pensiamo al NO NOISE! come a un'opportunità di intervallo per poter costruire una progettualità evoluta, dando valore a una pausa non priva di valenze polemiche. Per un nuovo tipo di mediazione con il sistema ambientale, nel segno del mimetismo, della naturalizzazione, dell'unplugging: tra gli esempi più interessanti di questa macro-tendenza dai riscontri cross-country, con un livellamento inedito dei mood trasversali, quelli delle limited editions No Noise prodotte per Selfridge's. Il Forecast report 2014-15, esito del monitoraggio continuativo e cross-category del mercato globale, presenta un'analisi dei turning points del contesto evolutivo, la mappatura delle macrotendenze internazionali, le issues cruciali sottese ai main trends, la definizione dei target avanzati, gli highlights per categoria (food, beverage, beauty, retail, automotive, fashion, media, technology, home) e un sum up per Paese monitorato (Italia, Francia, Germania, UK, Spagna, US, Russia, Cina, India, Brasile, Giappone e Turchia). I filoni di ten-

denza individuati coprono le diverse aree di opportunità per un'interpretazione "silenziosa" del mercato: INTERRUPTION: silenzio come reazione drastica a equilibri già precari; prodotti che sfuggono la dimensione pratica esprimendo valori simbolici (vedi la Riot Raki turca, superalcolico che si trasforma volentieri in molotov); ATTENDANCE: filosofie di impresa aperte a nuove contaminazioni, con effetti inediti per categoria (vedi la sfilata silenziosa di Marni, che ha trasformato un incidente in una case memorabile); LISTENING: forme dialogiche e gerarchie minime che rivedono il rapporto con il tempo, la materia e l'ambiente (vedi il building che assorbe la CO2, progetto dell'Universidad Politecnica della Catalogna); ABSTENTION: drive dello smarcamento da uno spazio e un tempo che non sono stati in grado di costruire orizzonti percorribili (vedi la Digital Detox App, che permette di sconnettere il cellulare per un tempo determinato). L'assenza di rumore non è mai silenzio come assenza, è presa di parola altrimenti autorevole nell'intercettare l'ascolto.



TARGET AUTOMOTIVE? NOI LO CONOSCIAMO BENE!

**AUTO
SCOUT 24**

QUI TUTTO È AUTO.

Oltre 246 milioni di pagine viste,
6.2 milioni di utenti unici che
navigano per 10 minuti.*

www.autoscout24.it

