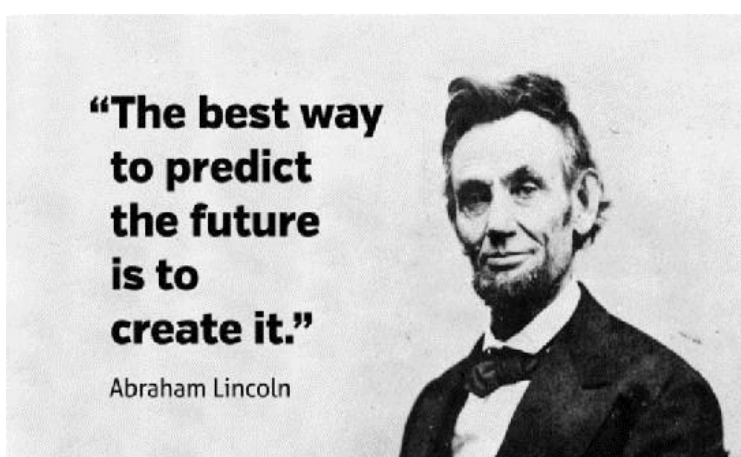


## Sulle tracce della creatività, della comunicazione e del business del futuro



Alzi la mano chi ha la formula sicura per capire come saranno la creatività, la comunicazione e il business del futuro. Ovviamente, non ce l'ha nessuno. Ma qualcuno è più vicino di altri a capire i lineamenti del futuro, soprattutto nelle aree strategiche del business, della comunicazione e della creatività.

Ecco perché mettersi sulle tracce di questi argomenti non soltanto è utile ma è anche necessario, al giorno d'oggi. In Italia, ci sono alcune realtà e alcune persone che da tempo si occupano di indagare questi fenomeni.

In questo periodo dell'anno, come di consueto, è in programma il Salone del Mobile a Milano (8 - 13 aprile 2014, Fiera Milano, Rho): un appuntamento internazionale ormai classico nei settori del design, dell'arredamento e della creatività.

E come d'abitudine, durante il periodo di questo evento è collocato il primo seminario annuale del Future Concept Lab: istituto internazionale di ricerca e consulenza sui trends dei consumi e del business (sedi a Milano e a San Paolo del Brasile), che storicamente dedica particolare attenzione anche ai temi della creatività e della distribuzione commerciale. I quattro seminari del 2014 proposti da questo istituto - guidato dal sociologo Francesco Morace - saranno impostati sulla "coppia" cambiamento radicale & big data. In particolare, questo primo incontro prenderà le mosse dal "principio vitale" che permetterà alle aziende di vivere e affrontare i mercati del futuro. L'appuntamento è previsto per giovedì 10 aprile 2014 a Milano, Teatro Elfo Puccini, Corso Buenos

Aires, 33, ore 9,30 - 17,30. Nel file di seguito, c'è il programma di dettaglio con i costi per partecipazioni aziendali ed individuali.

Con una curiosa coincidenza, nella stessa giornata del 10 aprile a Milano, alle 19,30 a Palazzo Reale, Piazza del Duomo, 12, è in programma un altro interessante evento dedicato alla creatività: si tratta, infatti, dell'incontro con Paola Antonelli, direttrice dell'area Design&Architettura del Museum of Modern Art di New York, nell'ambito del programma 2014 di Meet the Media Guru: il ciclo di incontri con personalità internazionali della cultura e della tecnologia ideato nel 2005 da Maria Grazia Mattei, giornalista e critica delle nuove tecnologie. Nell'incontro del 10 aprile, Paola Antonelli si soffermerà su quale sarà il design dei musei del futuro, delineando strategie per innovare una istituzione molto spesso "pietrificata" come il museo. In particolare, il dibattito verterà sull'evoluzione dei linguaggi artistici e tecnologici nell'epoca dell'interattività.

Ora, siamo nell'epoca della comunicazione: inutile negarlo. E mai come oggi siamo inondati di parole, immagini e suoni. Ma **come ridare senso alla comunicazione?** **Andrea Granelli (presidente Kanso)** e **Flavia Trupia (esperta di comunicazione)** hanno provato a rispondere con il loro [libro Retorica e Business. Intuire, ragionare, sedurre nell'era digitale](#), recentemente pubblicato da Egea editore (Milano, 2014). Ridare senso alle parole è ormai necessario, e gli autori riprendono una disciplina nata nell'antichità - la retorica - per mostrare come l'uso accorto delle parole associato ad una buona conoscenza dell'ambiente digitale sia oggi fondamentale per filtrare il segnale dal rumore e per consentire alle aziende di comunicare in maniera efficace. D'altra parte, gli italiani amano parlare, e l'arte del dire può essere considerato come un prodotto Made in Italy al 100 per cento. Ed oltre alle due vie tradizionali - quella legata alla razionalità e quella legata alla persuasione emotiva - oggi c'è bisogno di una terza via: quella creativa, che permette di intuire i fenomeni e di dare corpo ad ipotesi che sfuggono alle classificazioni standard.

Il panorama, dunque, è più che mai in evoluzione.