

LA CRISI TI FA BELLA

A Capri si riuniscono i guru che suggeriscono come sopravvivere (e bene) con il segno meno. Ecco le ricette meglio riuscite

di Marina Terragni

ACHE PUNTO È LA NOTTE? Indizi di ripresa? Usciremo cambiati dalla crisi? A Capri, alla seconda edizione del Trendwatching Festival (organizzato dalla Fondazione Capri), intellettuali, creativi, profeti del trend sono andati alla ricerca di segni che raccontino il futuro prossimo: mutamenti sociali, stili di vita e di consumo, impresa. Ed ecco - secondo i guru - quali sono le tendenze da tenere d'occhio.

ARRANGIARSI: è il "vivere sotto il segno meno" (meno ricchezza, meno prodotti, meno consumi) di cui si parla in *Leconomia giusta*, il libro - uscito postumo - del giornalista e saggista Edmondo Berselli. Vedi il mercato clandestino di alimenti scaduti in Francia, le palestre gratis per i disoccupati a Barcellona, i clochard-guide turistiche a Londra.

BARATTO & CONTO LIGHT: recupero di cose, luoghi, vite. Come *Zerorelativo.it*, sito dedicato al baratto; l'arte-riciclo di Platform 21 ad Amsterdam; il vintage chic di Doctor Jack & Mister Heidi a Napoli; l'Accademia della riparazione a Barcellona. E Das Parkhotel di Ottensheim (Austria): cilindri di cemento grezzo come stanze, minimo spazio, massimo comfort, ottimo design. Il conto? Lo decidi tu.

DOLCE FAR MENO: liberare l'anima da sovrasviluppo e sprechi, ritorno alla sostanza, "downshifting", lavorare poco e vivere molto (16 milioni



I faraglioni nel logo del Capri Trendwatching Festival.

di adepti nel mondo). Per consolarsi del "meno", ecco però un nuovo consumismo (soprattutto cibo, dolci, prodotti per la cura del corpo), il ritorno della bellezza *curvy*, maggiore indulgenza sessuale. Ma anche gioco, provocazione colta e ironia antipolitica. Come i party lampo ai bancomat a Berlino, convocati via sms, e il Clan du Neon, un giovane gruppo di "ecoguerriglieri" che di notte si aggira per le strade di Parigi e spegne le insegne dei negozi, contro lo spreco energetico.

"INNOVENZIONI": servono microsoluzioni, per i macroproblemi. E l'individualismo è finito, si rilancia la collaborazione. Ci vuole un villaggio per fare qualsiasi cosa, dice la guru californiana del marketing Jody Turner. E si deve essere da subito quello che si vuole essere, senza rimandare.

LUSO: inteso come "benefit emozionale", dice il sociologo Alberto Abruzzese. Cogli l'attimo: i ticket-

restaurant di Ferran Adrià a Barcellona, gli studenti-chauffeur in affitto ad Amsterdam, i Berlin *lifestyle assistant* per una tregua dalle noie quotidiane. "Lowxury", cortocircuito tra lusso e low cost, come le firme "in prestito" a H&M.

NEGOZI: un giaccone o un weekend in beauty farm? Oggi la concorrenza è diventata trasversale. Quello che conta è innovare anche in tempo di crisi, dice Fabrizio Valente di Kiki Lab, consulenti per la distribuzione. E imparare dai "piccoli": attenzione al cliente, servizio personalizzato, relazione, cura generosa, risparmio di tempo. Qualità, ma niente snobismi.

SUPERSOCIETÀ: sempre meno Stato, sempre di più fai da te sociale, associazioni, ong, wikicrazia. È la "Big Society". Esempio il sito web istituito dal comune di Amsterdam, per proporre progetti; e Ushahidi, sistema per autogestire le emergenze via web o sms. ●