

# IO DONNA

13 maggio 2013

Stai pensando... [A un mondo migliore?](#)



TREND

## Il consumatore? Sempre più hi-tech

**Progetteremo e realizzeremo i nostri acquisti con stampanti in 3D. Utilizzeremo shop virtuali e app con un occhio al risparmio e attenzione all'ambiente. Così, spiegano i "guru" del Capri Trendwatching Festival**

di Marina Terragni - 13 maggio 2013



Consum-autori: il neologismo, proposto dal sociologo milanese Francesco Morace, rende perfettamente l'idea. Incalzato dalla crisi e stuzzicato dalle infinite possibilità interattive del web, **oggi chi compra è attento, esigente, selettivo, fino a contendere terreno a chi produce**: vedi l'iper fai-da-te dei "maker" e dei loro FabLab, hi-tech bricoleur attori della Terza Rivoluzione Industriale (così, secondo *The Economist*). Quello che mi serve, insomma, lo decido io. E poi lo progetto, lo realizzo, o ne ordino la produzione on demand. E casomai lo compro. Organizzata dall'attivissima Fondazione Capri e ottimamente curata dalla trend forecaster Elena Marinoni, la terza edizione del [Capri Trendwatching Festival](#) ruba il titolo *Compro, dunque sono?* al teorico della modernità liquida Zygmunt Bauman -guest star 2013- e intercetta promettenti segnali di futuro nei trend del consumo, del retail, dello shopping e delle nuove filosofie d'impresa. Segnali interpretati, tra gli altri, dal già citato Francesco Morace, creatore del Future Concept Lab di Milano, da Massimo Banzi di Arduino, guru del physical computing, da Andrew Keen, imprenditore della Silicon Valley e osservatore critico dell'impatto delle nuove tecnologie sull'economia e sulla società (*Vertigine digitale* il suo ultimo bestseller) e da Henry Mason di Trendwatching.com, tra le più importanti agenzie di previsione dei trend globali. Chi saremo? E come consumeremo? Ecco alcuni

dei segnali più interessanti.

**Hi-Tech Bricoleur.** Delle stampanti 3D abbiamo già parlato sul nostro [Blog](#). *Il Corriere* torna in argomento parlando-brivido- di Liberator, pistola fai-da-te da realizzarsi in casa semplicemente scaricando un file e caricandolo sulla propria stampante 3D, tecnologia che il calo di prezzi rende sempre più diffusa e domestica (ci si può costruire la stessa stampante, acquistando un kit in vendita sui 1500 euro). Se la tecnologia 3D non è nuovissima, la notizia sta nella sua straordinaria diffusione. Di pari passo la rivoluzione del maker, che partendo da un bisogno progettano e realizzano in proprio l'oggetto desiderato: basta linkarsi a siti come [Makezine](#), [Instructable](#) o [Creative Commons](#) per entrare in possesso dell'how-to-do, per condividerlo ed eventualmente perfezionarlo. C'è anche il sito [Quirky](#), una mano collettiva per permetterti di dare forma alle tue idee. Eventualmente condividendo anche spazi fisici, come i sempre più diffusi maker space o FabLab, luoghi di co-progettazione e condivisione, e rifornendosi di kit e materiali nei negozi online: tipo [Alibaba](#) perfino Amazon si è messo a vendere ferramenta e viti). Una buona notizia per i maker italiani: dal 3 al 6 ottobre prossimi a Roma si svolgerà la prima [fiera europea dei maker](#). Un'interessante passione del fare che semina, in parallelo con la cosiddetta antipolitica, le tracce di una possibile anti-economia. Per poter decidere il più possibile di se stessi anche nel momento del consumo. Per un consumo anticonsumistico e non massificato.

**Consumati dai consumi.** “Il mercato colonizza i desideri umani. Il consumismo è una religione fondamentalista, la più diffusa nel mondo occidentale. Ma quando facciamo shopping in realtà non stiamo comprando cose, stiamo acquistando la promessa di una vita più felice. Gli oggetti di consumo sono sedativi morali e spirituali. Ci sono altre possibilità per perseguire il sogno umano di felicità: la soddisfazione professionale, per esempio. Le relazioni, le comunità che condividono i problemi e la loro soluzione, e si impegnano per progettare il loro futuro sulla base di valori comuni. L'economia va soggiogata. Il mercato deve essere regolato sulla base dei rapporti di amore e di amicizia”. (dalla lectio di Zygmunt Bauman, *Consuming for life, o to death?*).

**Trend.** Decine di urbanwatcher sguinzagliati nelle piazze reali e virtuali di tutto il mondo per intercettare le novità più promettenti sul fronte del consumo e del retail. Ed ecco i trend, delineati da Elena Marinoni sulla base dei loro report.

**Digital.** Negozi che si adattano alla rivoluzione digitale, shop virtuali. Magic Mirror, ovvero specchi-monitor con touch screen che trasmettono la tua immagine su Facebook mentre provi un abito (per condividere la scelta con gli amici). Fashionista, app che ti consente di provare i vestiti da casa. E ancora Youtique French Connection, vera e propria boutique su Youtube.

**Mixed Reality.** Negozi a cavallo tra virtuale e reale. Come [House of Fraser](#) ad Aberdeen e Liverpool, shop senza merce dove ordini solo via touchscreen. Piperlime a New York, negozio che riproduce il lay-out di un sito di e-commerce. O [Slowd](#) sito dove trovi il designer che progetta e l'artigiano più vicino a te che realizza.

**Responsible Retail.** Evoluzione della tendenza green-consumo consapevole. Come i negozi americani di The Farmery, produttori-fruttivendoli a km Zero: e sei tu stesso a cogliere i prodotti.

**Surviving Crisis.** Risparmiare per sopravvivere. Al People Supermarket di Londra i clienti stanno alla cassa a rotazione per abbattere i prezzi. Al Panera Bread Cafè, presente in varie città americane, prendi quello che vuoi e paghi quanto puoi. Massdrop, piattaforma dove incontri comunità di acquirenti interessati al tuo stesso prodotto, e individui il produttore: l'unione fa lo sconto.

**Immersive Experience.** Se vuoi che l'acquisto sia anche un'esperienza esistenzialmente significativa. Negozi che sembrano vecchie case, come Vinçon a Barcellona. Bahama Mama a

Milano, centro di benessere ed entertainment pensato e gestito da donne. Quiet Shop a Londra, dotato di aree meditazione e relax.

**Shopping Event.** Acquisti con effetto sorpresa, per titillare la curiosità. Come il Doughnut Vault di Chicago, pasticceria che produce ogni giorno un numero fisso di ciambelle e poi chiude. O l'ampia diffusione dei temporary shop.

**Sho(w)pping.** Negozi-galleria, vetrine-installazioni. Come l'Uber Store di Berlino, che per raccontare le tendenze cambia assortimento ogni 3 mesi. O il Circo delle Pulci (a Milano, Torino, Firenze, Roma), mercato di pezzi unici accompagnato da esibizioni e performance.

Per cogliere altri “segnali” dal mondo, cliccare sul canale del [Festival di Capri su Youtube](#).