

IN ITALIA, A MILANO, L'INCONTRO INTERNAZIONALE SULLE MACRO TENDENZE DEL DESIGN E DELLA CREATIVITA'

Milano, 30 ottobre 2018. NEXT DESIGN PERSPECTIVES è un momento di riflessione sui macro trend del design e della creatività e su come questi influenzeranno la nostra vita nel prossimo futuro. Ideato da Altagamma, l'evento propone nuovi sguardi sui cambiamenti in atto e un'occasione per approfondirli.

Si discuterà dei maggiori cambiamenti a tendere per le imprese italiane: dal design alla moda, dall'alimentare alla nautica, dai motori all'architettura. L'evento è trasmesso anche in streaming su www.nextdesignperspectives.com e www.altagamma.it.

"Le trasformazioni dirompenti in atto e i livelli di complessità globale rendono necessario un confronto di respiro internazionale per capirne gli impatti sulla vita dell'individuo, ma anche sulla progettualità nel design" ha dichiarato **Dario Rinero**, nel suo ruolo di **Consigliere di Altagamma e coordinatore del progetto**. *"Design qui inteso nel senso ampio di cultura del progetto applicata ai diversi ambiti del pensiero e dell'industria. Su queste premesse nasce NEXT DESIGN PERSPECTIVES, a cui hanno contribuito i soci Altagamma del Design e Andrea Illy nel suo ruolo di Presidente"*.

"Fiera Milano è parte di Next Design Perspectives perché anticipare il futuro è nella natura del nostro gruppo e solo facilitando incontri che mettono insieme idee, creatività e genialità valorizziamo il DNA del nostro Paese", sono le parole di **Fabrizio Curci, Amministratore Delegato di Fiera Milano**.

"Il mercato globale è in continuo mutamento e se si vuole competere con successo oggi le aziende devono muoversi in modo innovativo per restare all'avanguardia", sostiene **Giuseppe Mazarella, Presidente pro-tempore dell'Agenzia ICE**. *"Next Design Perspectives, con il suo concept originale, ha tutte le carte in regola per diventare un riferimento della creative community globale. La partnership tra ICE e Altagamma è uno strumento per le imprese italiane che intendono consolidare il loro processo di internazionalizzazione."*

"Innovazione e creatività rappresentano la forza delle nostre imprese che guardano al futuro seguendo i tempi che inevitabilmente modificano gusti e tendenze dei cittadini, nel design, nella moda e in moltissimi altri settori, dall'alimentare alla nautica, passando per i motori e l'architettura" sono invece le parole di **Fabrizio Sala, Vice Presidente di Regione Lombardia**. *"Regione Lombardia punta a sostenere le eccellenze che hanno il coraggio di rinnovarsi attraverso collaborazioni internazionali che permettono al nostro sistema di crescere sempre di più"*.

I dialoghi che si alterneranno nel corso della giornata partiranno dai risultati della ricerca condotta da **WSGN, riferimento mondiale nel trend forecasting**, e dalle tendenze emerse, e in particolar modo dai tre trend identificati come maggiormente rilevanti fra i 10 narrati.

Il focus del dibattito sul design acquista un significato importante perché, fra altri ambiti, questo rappresenta un raffinato strumento per interpretare il presente, la disciplina che meglio esprime l'essenza del nostro tempo: specchio fedele non solo dell'evoluzione dell'estetica, ma anche delle tendenze sociali e culturali più rilevanti.

1. BIOFACTURING

Ovvero l'inizio di un'economia materiale simbiotica. Stiamo evolvendo dall'età della *macchina*, attraverso l'era digitale, all'età dell'*organismo vivente*. I prodotti non saranno più fabbricati, ma "coltivati". Organismi come alghe, micelio e batteri saranno utilizzati per progettare soluzioni "soprannaturali" come, fra le molte possibilità, i gioielli coltivati in laboratorio.

2. NEW CONSUMERS VOICES

Gli identificatori razziali stanno rapidamente cambiando e nuove maggioranze si stanno delineando. I consumatori musulmani nei prossimi anni aumenteranno vertiginosamente i consumi; l'identità americana sta cambiando ed entro il 2020 più della metà sotto i 18 anni saranno minoranze. Più bianchi invecchieranno di quanti non ne nasceranno e, entro il 2040, i caucasici saranno la minoranza. Sta dunque emergendo un nuovo consumatore, un soggetto multi-razziale e / o multi-etnico in grado di spostarsi senza soluzione di continuità tra più culture.

3. POSITIVE DISCOMFORT

In tempi di estrema incertezza, la strategia migliore può essere quella di spingersi fuori da una ragionevole zona di comfort. Le parole finora più usate nel mondo del business, "*abbiamo sempre fatto in questo modo*", non avranno più ragione di essere e anche se una solida base aziendale radicata nella tradizione non è negativa, la vera innovazione e il successo deriveranno sempre più da "ansia ottimale", uno stato al di fuori delle nostre zone di comfort, che si raggiunge premiando l'innovazione e paradossalmente, talvolta, il fallimento.

Ideatrice: Altagamma

Partner: Fiera Milano e Agenzia ICE

Regione Lombardia ha dato il proprio contributo e il **Comune di Milano** il patrocinio alla manifestazione, che vede anche il supporto istituzionale di *Salone del Mobile.Milano, La Triennale di Milano e Camera Nazionale della Moda Italiana*.

Gli sponsor dell'iniziativa:

CA' DEL BOSCO
LINEAPELLE
MIDO
Alfa Romeo
Artemide
Azimut|Benetti
B&B Italia
illycaffè
Living Divani
Porro
S.Pellegrino

I media Partner:

ABITARE
AD
ELLE DÉCOR
INSTAGRAM
INTERNI
LIVING
RADIO24
WALLPAPER*

Creative and Design

Direction
NASCENT DESIGN

Steering Committee:

Paola Antonelli - MoMA
Stefano Boeri - Triennale Milano
Carlotta De Bevilacqua -
Artemide/Danese
Fabrizio Curci - Fiera Milano
Andrea Illy - Altagamma / Illycaffè
Claudio Luti - Kartell / Salone del
Mobile.Milano
Giuseppe Mazarella - ICE
Dario Rinero - Poltrona Frau Group
Fabrizio Sala - Regione Lombardia
Cristina Tajani - Comune di Milano
Giovanna Vitelli - Azimut Benetti Group
Paolo Zegna - Ermenegildo Zegna

Per ulteriori informazioni:

Edoardo Carloni - Tel. 3391618463- carloni@altagamma.it

Irene De Bernardi - Tel. 3483001334- irene.debernardi@edelman.com