



FLAIR 2025

Futuro Fuggente

Martedì 18 marzo 2025

X f in

#Ipsosflair2025

Ipsos



FLAIR 2025
Futuro Fuggente

Enzo Risso

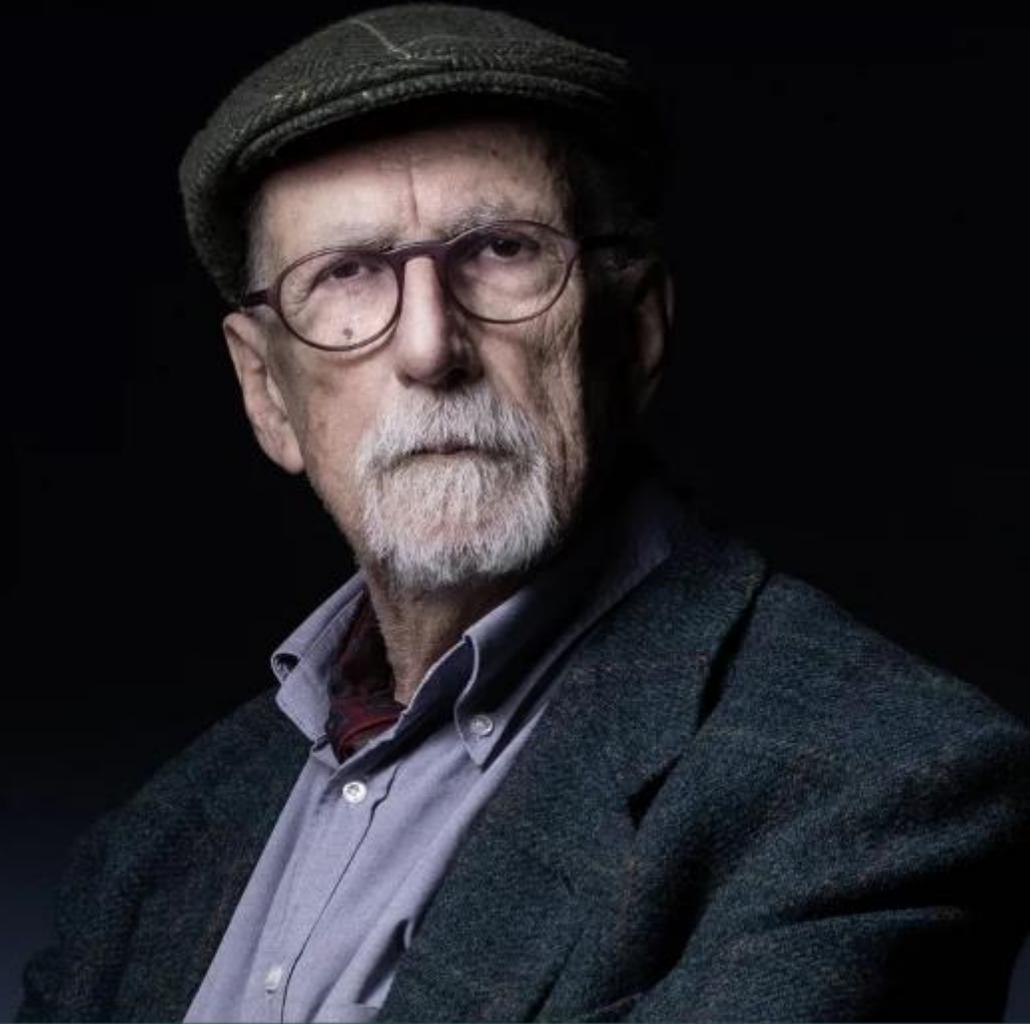
Direttore Scientifico Ipsos Public Affairs

Futuro fuggente: tra slanci e nostalgia, un paese solcato da speranze e frenato da fratture e malessere

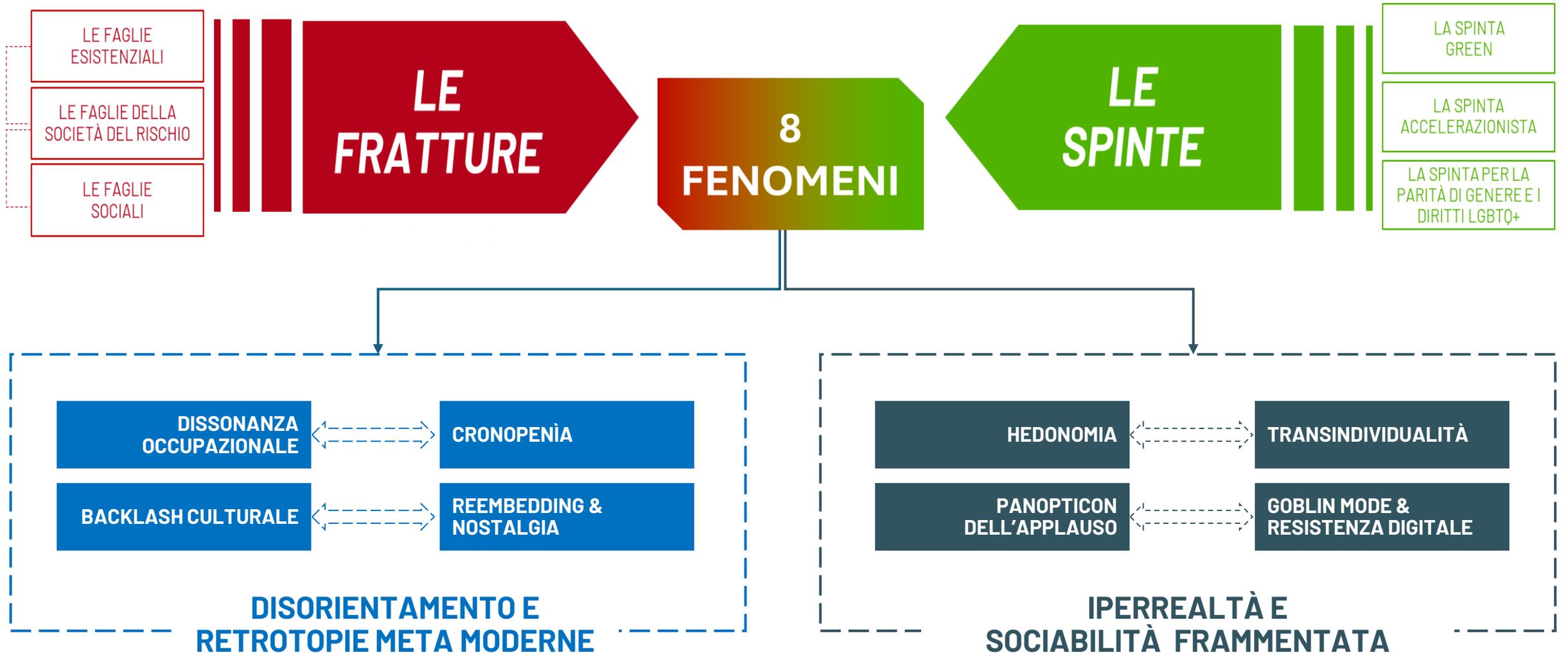
Ipsos

“ Non stiamo entrando in una nuova epoca... stiamo cambiando la definizione stessa di ciò che significa essere in un'epoca. ”

Bruno Latour



LA MAPPA DELLE DINAMICHE NELLA SOCIETÀ





LE FRATTURE



Sono le **faglie** che attraversano la società.

Plasmano l'esperienza delle persone e il loro vissuto.

LE FAGLIE SOCIALI

Disuguaglianza multidimensionale*

***Amartya Sen**: ineguaglianza non si limita al reddito, ma comprende tutte le dimensioni del benessere umano: felicità, salute, istruzione e libertà



78%

del **ceto medio**
si sente **felice**



77%

dei ceti **popolari**
si sente **infelice**

Disaffiliazione
(**rottura** dei **legami** sociali)



40%

dei **giovani**
si sente **escluso** dalla società

Polarizzazione
(Quota di persone che pensa di
migliorare il proprio status sociale)

nel
ceto medio

10%

1%

nei
ceti popolari

LE FAGLIE DELLA SOCIETÀ DEL RISCHIO

Crescita violenza e prepotenza

73%

La società di oggi è **più violenta** del passato



42%

Denuncia la crescita delle forme di **prevaricazione quotidiana**

Insofferenza verso la globalizzazione



69%

La globalizzazione **distrugge** le culture locali

Preoccupazione per la crisi climatica



64%

Avverte **conseguenze negative** sulla propria vita a causa dei cambiamenti climatici

LE FAGLIE ESISTENZIALI

Scarto anomico*

***Robert Merton**: lo scarto tra gli scopi dell'esistenza che la cultura propone e le possibilità di raggiungerli

70%

Denuncia l'esistenza di un **divario** "tra quello che vorrei fare e quello che ho fatto"

35%

Afferma che uno dei maggiori problemi da affrontare è il **malessere mentale**

Alienazioni
esistenziali

18%

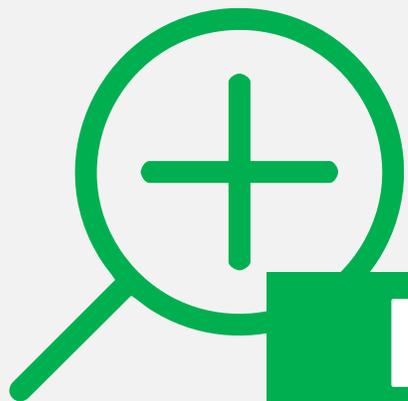
Afferma di fare sovente
dei **pensieri negativi**

33%



Nei ceti
popolari





LE SPINTE

La spinta
green

La spinta
accelerazionista

La spinta per la parità di
genere e i diritti
LGBTQ+

Sono le **forze direzionali** che guidano e modellano i cambiamenti all'interno di una società.

LA SPINTA GREEN E LE SUE RESISTENZE

36%

Sarebbe **deluso** dalle imprese che non si impegnano sul clima



32%

Convinto della strategia green e ritiene necessario attuarla subito e in modo completo

Prima i **posti di lavoro** e poi la sostenibilità

43%



56%

Costi maggiori della produzione sostenibile dovrebbero essere a carico delle imprese, anche riducendo gli utili



LA SPINTA ACCELERAZIONISTA E I DISAGI CHE PORTA CON SÉ

62%

Convinto che la tecnologia abbia **reso più facile la vita** quotidiana

65%

L'innovazione tecnologica ha reso l'esistenza **più intensa**

76%

Degli **under 34** anni ha la sensazione che il **mondo stia cambiando troppo velocemente**

57%

Preoccupati dall'impatto che potrà avere l'intelligenza artificiale



LA SPINTA DELLA PARITÀ DI GENERE E DIRITTI LGBTQ+

Il diritto delle donne a sentirsi
libere di **esprimere sè stesse**



Il diritto delle donne a vedere
rispettato il loro NO



Il diritto delle donne di sentirsi
libere di **porre fine a una relazione
senza temere conseguenze***



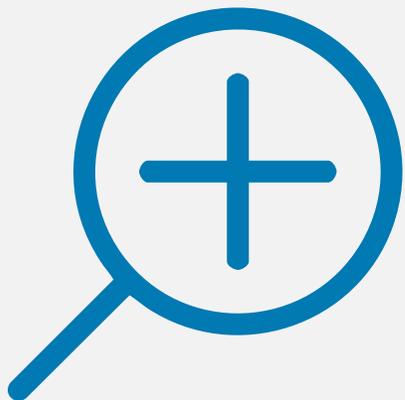
58%

Si dice in **disaccordo** con quanti affermano che **l'unica famiglia** è quella composta da un uomo e una donna legittimamente sposati

48%

É favorevole alla **libertà di mostrare affetto in pubblico** tra persone dello stesso sesso (baciandosi o tenendosi per mano)

* Differenza tra quante affermano che tale diritto è cresciuto e quante è diminuito. Dato riferito ai ultimi due o tre anni.



DISORIENTAMENTO E RETROTOPIE META MODERNE



Sono le **inquietudini** emergenti e le divisioni tra diverse prospettive e visioni del mondo.

I FENOMENI 1-2

Dissonanza occupazionale

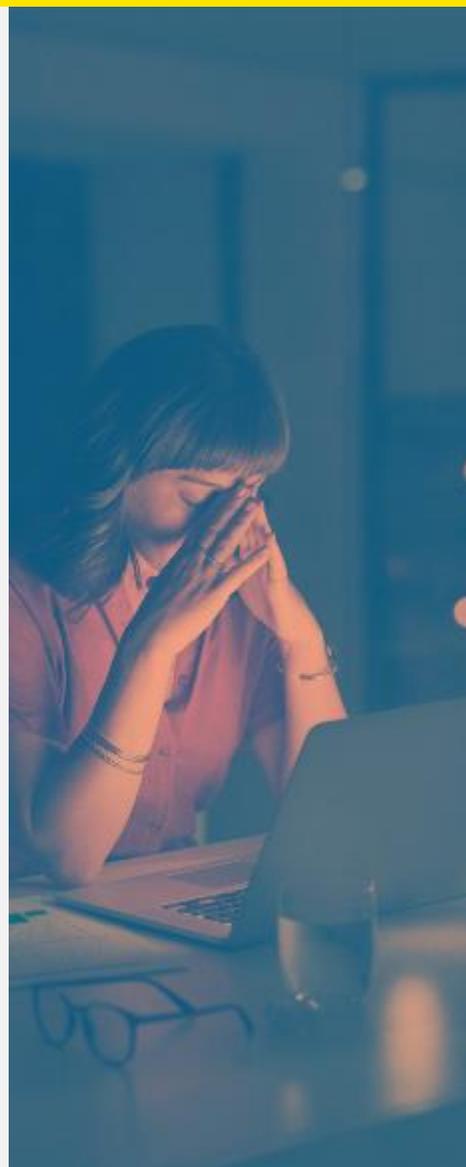
La distanza tra l'autentico sé delle persone e il lavoro svolto

32% Ritiene il proprio **lavoro noioso**, stressante, un peso o una fonte di malessere

58% Nei ceti popolari **non trova interessante** la propria occupazione

Giovani. Prima paura

38% **Essere sfruttato**



Cronopenia

La cronica sensazione di mancanza di tempo

56%

Afferma che la mancanza di tempo lo **stressa**

41%

Per essere più felici bisognerebbe avere **più tempo libero per sé**

I FENOMENI 3-4

Backlash culturale

Resistenza e riflusso su politiche di genere e nuovi diritti

31% Degli **uomini** pensa che "sono gli uomini ad essere discriminati"

28% Troppe **concessioni** ad omosessuali e lesbiche

47% La cultura italiana sia **minacciata** dalla presenza di persone provenienti da altri paesi



Reembedding & Nostalgia

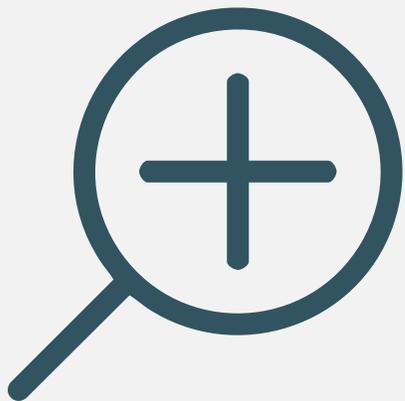
La fuga dalla complessità, il rifugio nel piccolo

69%

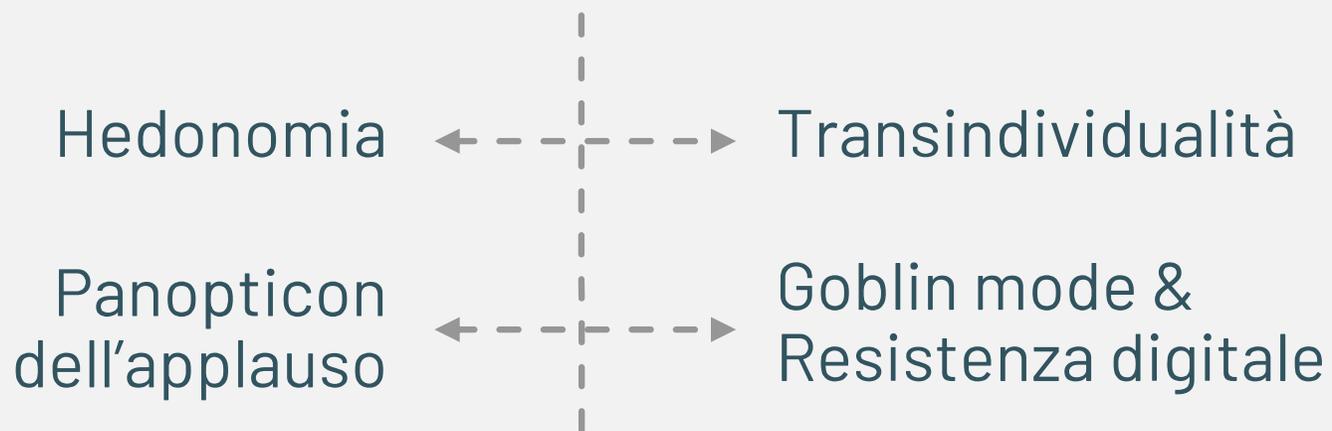
Ritiene che un **tempo il mondo fosse un posto migliore**

48%

Preferisce una società legata al **locale**



IPERREALTÀ E SOCIABILITÀ FRAMMENTATA



La ricerca di bilanciare realtà e desideri,
muovendosi tra piacere,
legami sociali, ovazioni,
plauso e momenti di
distacco.

I FENOMENI 5-6

Hedonomia

Il ritorno dell'edonismo, del bisogno di leggerezza, spensieratezza e di fuga dalla malinconia

76%

È alla ricerca di prodotti e servizi che offrano il senso di **leggerezza**

38%

Adora il **lusso sfrenato**



Transindividualità

Il bisogno di legami, di senso di comunità, di vicinanza e prossimità

80%

C'è bisogno di un nuovo senso di **comunità**

89%

Afferma di sentirsi bene quando **collabora** con gli altri

I FENOMENI 7-8

Panopticon dell'applauso

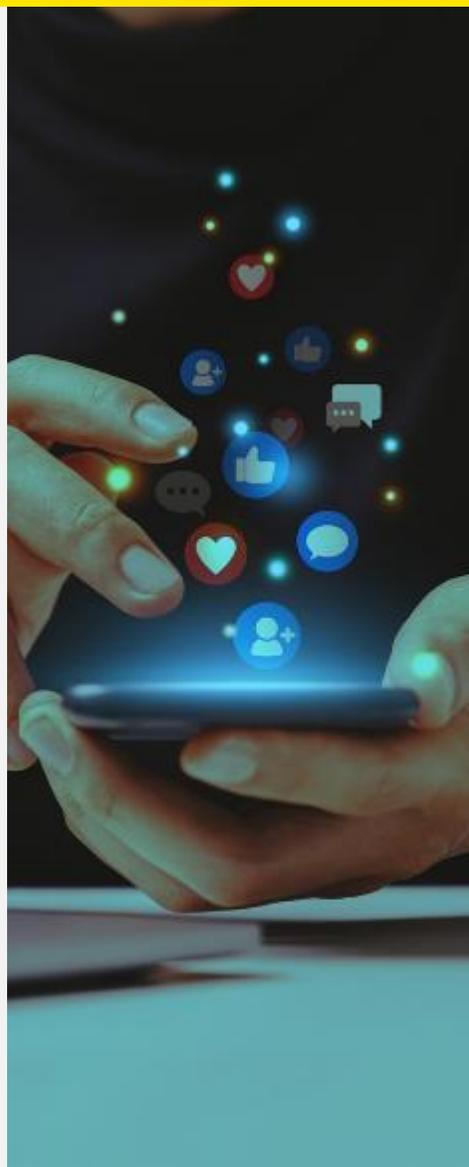
Il bisogno di ammirazione e di primeggiare

42%

Aspira ad essere **ammirato** dalla propria comunità di riferimento

41%

Dei giovani adora **mostrare** subito quello che acquista



Goblin mode & Resistenza digitale

Il rifiuto delle pressioni estetiche, il bisogno di comfort, di disconnessione e di vita reale

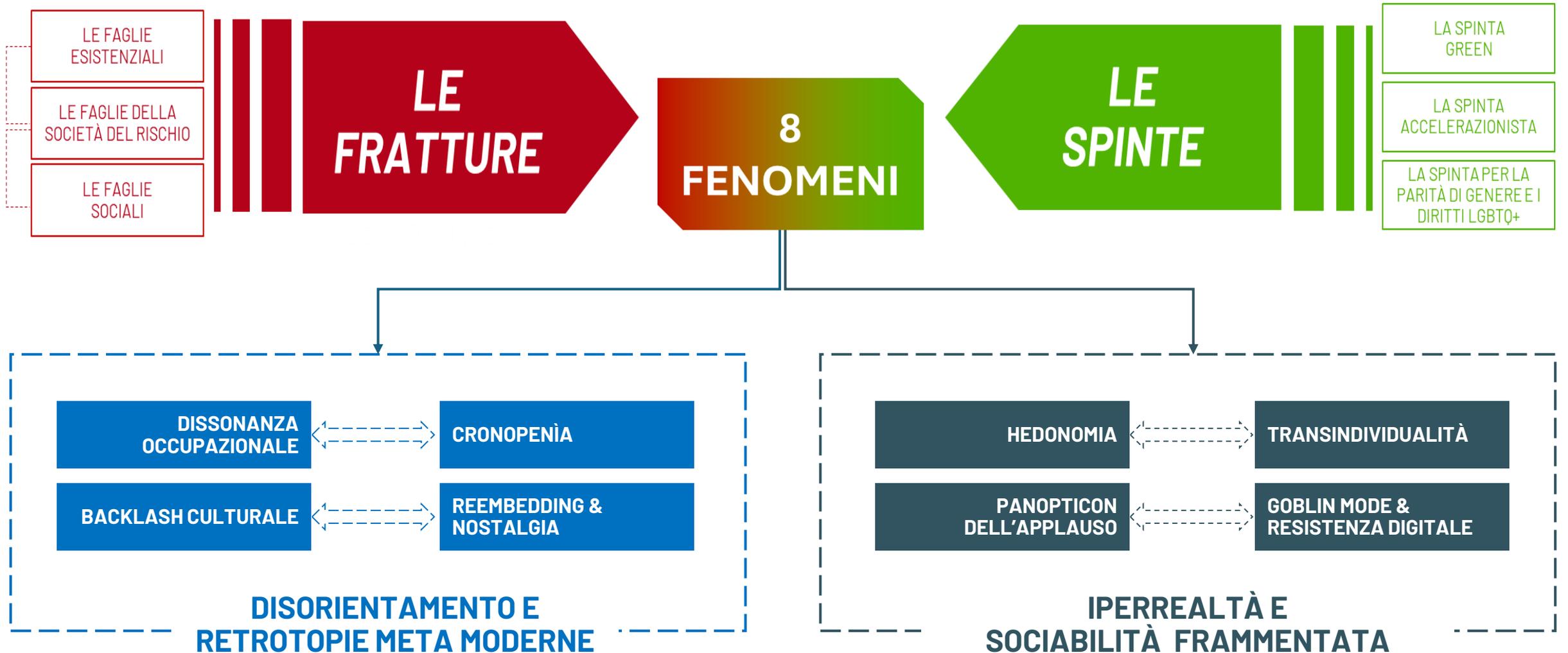
24%

Ama stare a **casa**

22%

Dei giovani **non ha l'affanno** di postare subito le cose che fa per mostrarle agli altri

LA MAPPA DELLE DINAMICHE NELLA SOCIETÀ



FUTURO FUGGENTE È...

LA SENSAZIONE CHE OSCILLA

- Tra la spinta verso il nuovo e il richiamo del passato
- Tra cambiamento e resistenza ad esso

PORTA CON SÉ

- **Presentismo**, il "vivi per l'oggi"
- La ricerca di **esperienze intense**
- Un **intruglio** di speranze e narcotizzazione: segnali di fermenti e forme di paura



FUTURO FUGGENTE SPINGE LE IMPRESE

VERSO...

- 1.** Progettare per il cliente del futuro
- 2.** Creare una cultura aziendale che potenzia le persone e le soddisfa
- 3.** Concentrarsi spietatamente su ciò che le differenzia



Il ritorno dell'edonismo il bisogno di applauso



Spingono verso

- **Connessione emotiva:**
i sentimenti che evocate, come risuonate con il vostro pubblico
- **Esperienze memorabili:**
non si tratta solo di ciò che offrite, ma di come fate sentire le persone
- **Reputazione:**
credibilità, coerenza ed eccellenza

Dissonanza occupazionale, faglie sociali ed esistenziali



Spingono verso

- Dare **senso e valore** al lavoro
- Una **nuova cultura del lavoro** capace di **dare libero sviluppo alle individualità**
- Uso dell'**intelligenza artificiale** per migliorare la qualità del lavoro

Contraddizioni della transizione green e cronopenia



Spingono verso

La transizione green

- Diventerà una **commodity**
- Dovrà essere **accessibile a tutti**
- Avrà sempre più valore la **catena dei valori sostenibili locali**

Sul senso del **tempo**

- **Il valore del tempo** nella proposta di prodotti, servizi, storie e narrazione

SFIDE: NUOVE LENTI PER CAPIRE IL CONSUMATORE

I mutamenti costanti dell'umore e delle dinamiche di consumo



Spingono verso

- Individuare le **affinità elettive** ricercate dai consumatori
- Individuare i **progetti identitari dei consumatori**, per fare del brand e dello store uno strumento dello storytelling che i consumatori vogliono costruire per sé
- Individuare le comunità di *sentire* dei consumatori, **community of sentiment**

I mutamenti nella società



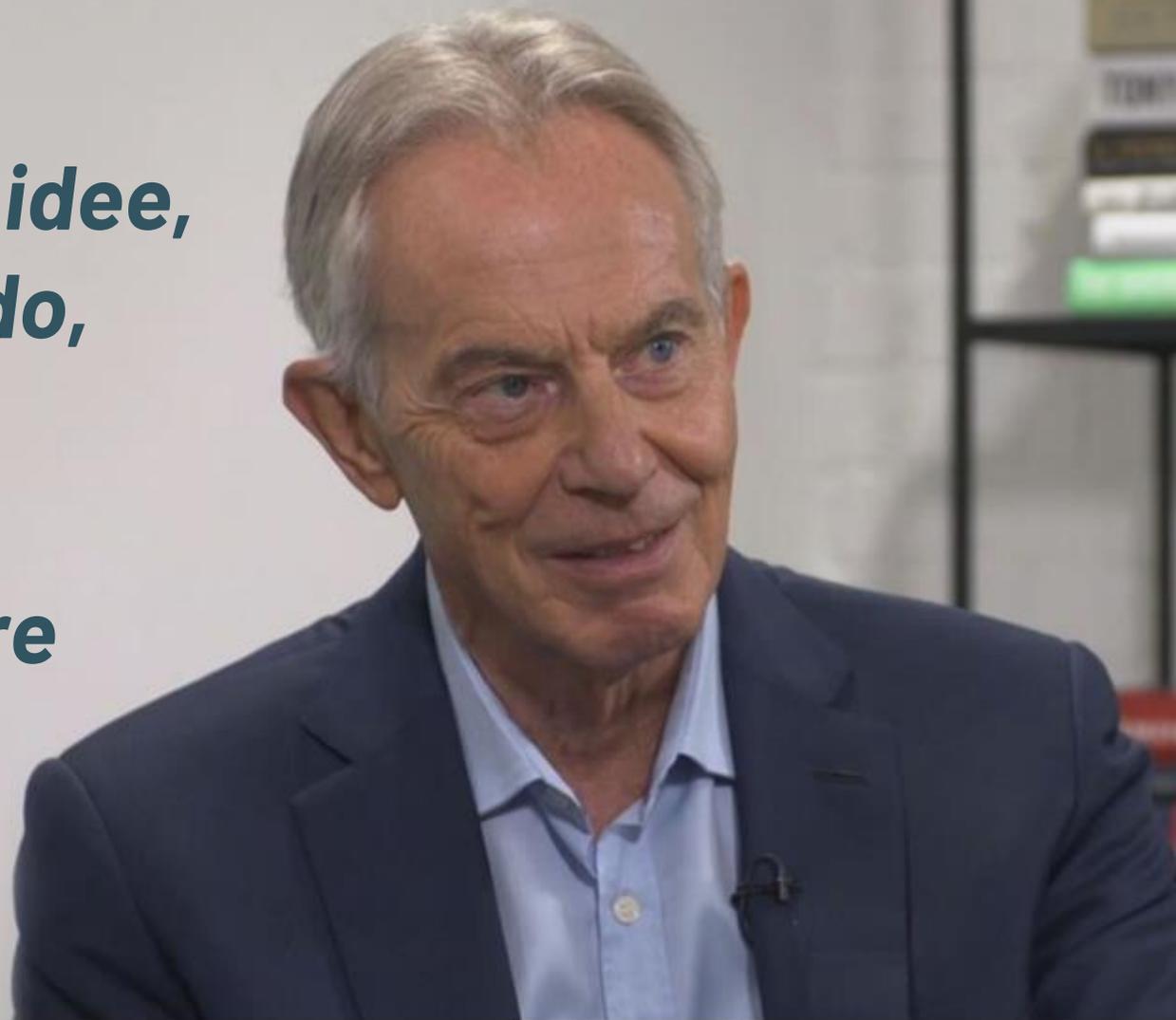
Spingono verso

- **Pensieri lunghi**
- **Sense providing:**
infrastrutturare
la società
- **Attori del futuro sociale
e non solo aziendale**

TUTTO QUESTO PERCHÈ LA NUOVA ERA CONSIGLIA DI...

“ Uscire dalla propria zona di comfort, abbracciare nuove idee, nuovi modi di vedere il mondo, tutto ciò contribuisce a un governo migliore, ma rivela anche qualcosa sul carattere e sul coraggio del leader ”

Tony Blair in «On Leadership»





FLAIR 2025

GRAZIE!

Martedì 18 marzo 2025

X f in

#Ipsosflair2025

Ipsos