

FUTURSHOW 3004

TECNOLOGIE: NUOVI STILI DI VITA

Milano, 21 novembre

Le nuove tecnologie hanno cambiato e continueranno a cambiare il nostro modo di vivere, di trascorrere il tempo libero, di studiare, di comunicare con gli altri. Questo il tema del convegno organizzato da Futurshow dal titolo "Nuovi stili di vita". Moderato da Aldo Colonetti, direttore scientifico dello Ied (Istituto Europeo di Design) è diventato un'occasione per ribadire la difficoltà di dialogo tra tecnologia e conoscenza. Due mondi che dovrebbero integrarsi ma che si relazionano, spesso, con diffidenza. Futurshow, secondo Colonetti, è il luogo ideale per creare un ponte tra questi due aspetti importanti, con un occhio privilegiato per la conoscenza.

Per Fabio Falzea, Corporate Marketing Director di Microsoft, le innovazioni tecnologiche hanno introdotto importanti cambiamenti nella concezione di noi stessi e nei rapporti sociali. Lo scambio veloce e frenetico di informazioni crea delle tribù. La dimensione culturale e il senso di appartenenza, tipico di queste forme di aggregazione, è uno dei valori su cui si concentra la politica delle grandi aziende, come ha sostenuto Maurizio Ghislandi, direttore comunicazione Corporate & Human Resources di Sony Italia. La tecnologia è in continua evoluzione per migliorare la qualità della vita e per offrire ai consumatori un sogno, facendo leva sulla dimensione emotiva che ogni prodotto porta con sé. A questo riguardo Domenico Fucigna, ideatore di Tip (Trend Into Products) ha individuato alcuni filoni di stimolo creativo, dalla conquista di Marte al Techno-à-porter. I nuovi trend e i nuovi stili di vita condizionati dalla tecnologia porteranno l'uomo a subire grandi cambiamenti, alcuni dei quali sono stati provocatoriamente estremizzati da Thomas Bialas, responsabile di Nemo Future Exploration Lab: dall'uomo-negozio, al quale basta desiderare un oggetto per vederselo recapitato a casa, al vaccino obbligatorio per "debellare la resistenza allo shopping".

Di tecnologia e conoscenza si occupa anche la tv satellitare Cult Network, rappresentata dal suo direttore Massimiliano Fasoli, che ha posto l'accento sulla mission del suo canale: fare cultura nel senso più ampio del termine, offrire uno sguardo il più esauriente possibile sulle trasformazioni in atto nella società.

Raffaella Paniè, head of Image & Look di Torino 2006, ha presentato in anteprima il filmato Look of the Games, sintesi dell'idea che ha portato a scegliere la piazza, luogo di incontro tra passione e partecipazione, come simbolo italiano dei prossimi giochi invernali. *Fil rouge* della rappresentazione grafica è la passione, percepita da tutti come tipicamente italiana, nello sforzo di coniugare la dimensione locale di Torino con quella universale dei cinque cerchi olimpici.

Ufficio Stampa Futurshow
02/43428118 – 8120
cervieri@grupposabatini.com