OBSERVATORY LIFESTYLES
INTERNATIONAL SUSTAINABILITY

CHE COS'È OLIS

GLOBALIZZAZIONE

INNOVAZIONE

ESPERIENZA

CONDIVISIONE

PAESI EMERGENTI

UNIVERSITÁ

OLIS e' la naturale evoluzione di un concetto che nel passato si chiamava laboratorio e successivamente factory.
In un contesto globalizzato, dove l'individualità è diventata target, bisogna diventare osservatori e trasformare l'esperienza singola in fattore condiviso per farne innovazione.
La mia esperienza la tua esperienza studiate ed organizzate sono innovazione.
OLIS è una lente d'ingrandimento sulla società globale che parte dai giovani, li interroga e intercetta i trend futuri che domani costituiranno i nuovi mercati.

OLIS è un nuovo approccio al mercato:
- sostenibile, perché sempre piu' internazionale ed interconnesso;
- concreto, perché studia a fondo quali sono le dinamiche e le forze che agiscono sui consumi;
- veloce, perché ormai l'informazione viaggia al tempo di un click;
- interattivo, perché c'è sempre piu' voglia di raccontarsi storie.

Essere oggi osservatorio significa essere antenne: intercettare trend per costruire progetti che anticipano e prevedono il business che sarà.
Per questo motivo OLIS ha creato un network internazionale tra università che parte dai paesi oggi "emergenti", ma domani mercati che detteranno le tendenze e condizioneranno i consumi globali. In questa logica osservare diventa anticipare, formare e consigliare le rotte dei prossimi futuri business.

LO SCENARIO

NUOVI BRANDS

NUOVI MERCATI

NUOVI CONSUMATORI

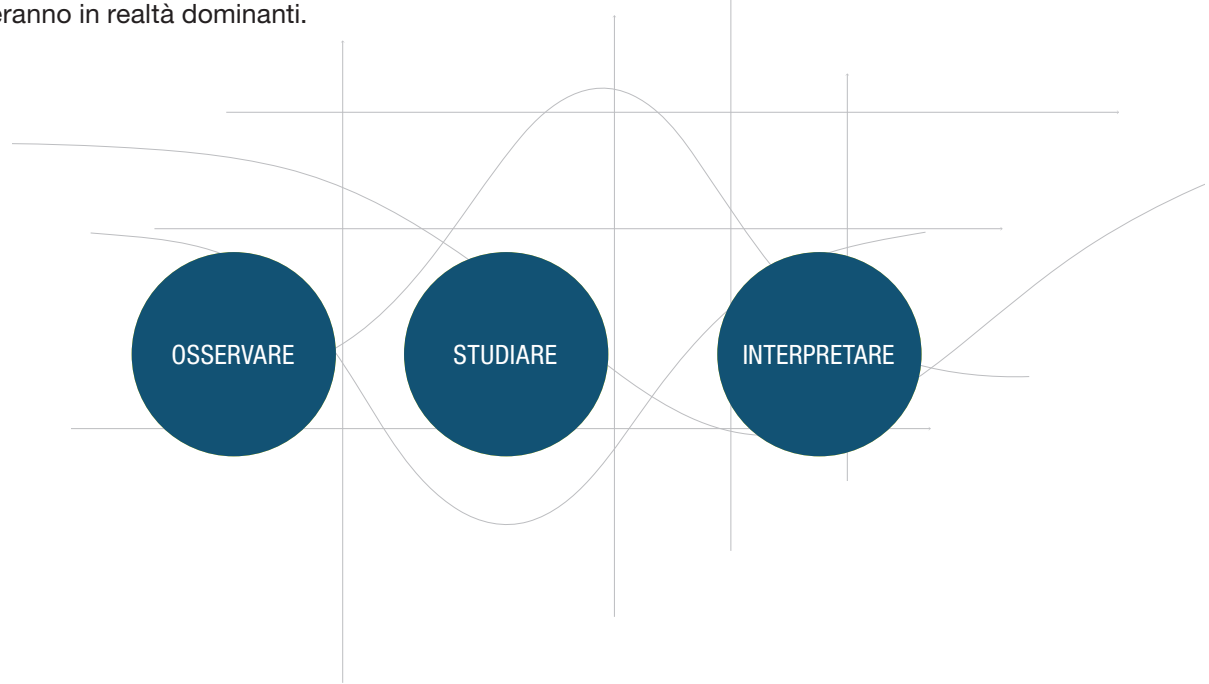
I primi dieci anni del nuovo millennio ci hanno consegnato una rivoluzione epocale: l'ascesa delle aziende dell'ex Terzo Mondo e l'affermarsi di nuovi marchi commerciali che stanno sovvertendo le gerarchie del secolo scorso.
Secondo uno studio della società di consulenza McKinsey, nel 2025 i consumi nei paesi emergenti varranno 30mila miliardi di dollari: il triplo di oggi. L'Occidente dovrà accontentarsi di metà dei consumi mondiali. Le preferenze dei consumatori dei mercati emergenti – nota ancora McKinsey – determineranno l'innovazione globale nel disegno dei prodotti, nella loro fabbricazione, nei canali di distribuzione e di fornitura.
Non è difficile immaginare, dunque, che i mercati e le società emergenti di oggi saranno ideatori e propulsori di mode e trend del domani.

L’OSSERVATORIO

“L’Osservatorio sugli Stili di Vita e di Lavoro Sostenibili negli Scenari Internazionali” si pone, come attività di base, lo studio e la ricerca dei processi di sviluppo in atto.

L’osservatorio mira a:

» fornire alle aziende strumenti di ricerca e sviluppo per intercettare nuove opportunità di business nei mercati emergenti, analizzare benchmark e fornire valide case histories;
» fotografare il lancio storico di questi centri pulsanti internazionali attraverso uno scambio umano ed intellettuale;
» mappare i processi in atto dal punto di vista storico, geografico e sociale;
» fornire alle nuove generazioni strumenti adeguati per interagire con tali realtà quando, da contesti emergenti, si trasformeranno in realtà dominanti.



UN APPROCCIO INNOVATIVO

GIOVANI

IDEE

SOSTENIBILITÁ

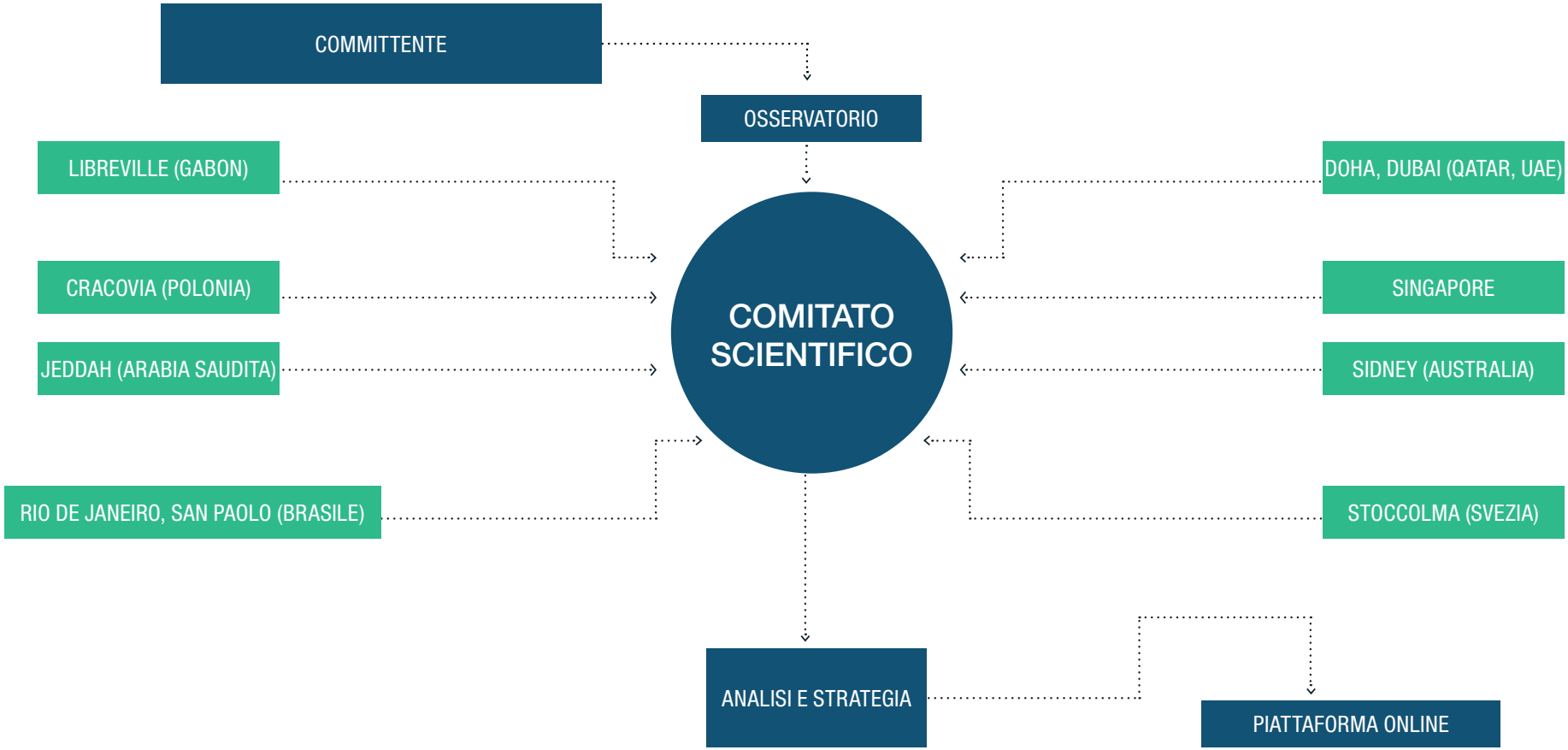
MERITO

PARITÁ

CREATIVITÁ

"L'Osservatorio sugli Stili di Vita e di Lavoro Sostenibili negli Scenari Internazionali" sarà punto di riferimento per capire ed affrontare i cambiamenti in atto nel "mondo" e nelle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione. Il carattere d'innovazione rispetto ad altri osservatori sta nel fatto che la ricerca sarà affidata ad un comitato scientifico composto da giovani laureati individuati per merito dalle università che aderiranno al progetto.
Altra caratteristica fondamentale è la composizione paritaria di uomini e donne. Un futuro etico e socialmente sostenibile deve elaborare una piattaforma di linguaggio condiviso, rappresentativo e trasversale. Una ricerca che parte, dunque, da chi il futuro lo crea, lo studia e non lo subisce : il laureato, l'innovation maker, nonché il consumatore del futuro. L'Osservatorio, grazie ad una piattaforma online sarà in grado di unire la ricerca, con le aziende e con il mercato della creatività, prevedendo per ogni ricerca effettuata un bando atto a selezionare idee innovative nel soddisfacimento delle esigenze future individuate. Un acceleratore di idee per quelli che saranno i nuovi trend del domani.

COME FUNZIONA



COME FUNZIONA #2

PRESENZA GEOGRAFICA

JEDDAH
(ARABIA SAUDITA)
DOHA
(QATAR)
DUBAI
(UAE)
RIO DE JANEIRO,
SAN PAOLO
(BRASILE)
STOCCOLMA
(SVEZIA)
SINGAPORE
CRACOVIA
(POLONIA)
LIBREVILLE
(GABON)
SIDNEY
(AUSTRALIA)

COMITATO SCIENTIFICO

Composto da studenti meritevoli individuati dalle universita' partecipanti all'Osservatorio

ESPERIENZA SUL CAMPO

La gestione delle attività di comunicazione dell'osservatorio sarà affidata alla Carito & Partners Factory, azienda leader nel settore della comunicazione e del marketing, con sede a Roma, Jeddah, Rio de Janeiro e San Paolo

MISSION

Crediamo che il futuro debba essere pensato e costruito con solide premesse di uguaglianza e sostenibilita'.
Crediamo che il futuro possa essere studiato, interpretato e consegnato alle generazioni future da chi oggi rappresenta il domani: le nostre ragazze ed i nostri ragazzi.
Crediamo che la societa' del futuro sara' internazionale.
Vogliamo uno stile di vita che incoraggi la comprensione e la cooperazione tra i popoli, le culture, gli usi e i costumi che detteranno i trend del domani

FLOW CHART

DIRETTORE
SEGRETERIA E AFFARI LEGALI
RELAZIONI ISTITUZIONALI
AMMINISTRAZIONE E FINANZA
ADVISORING BOARD
COMITATO SCIENTIFICO
AMBASCIATORI
CORPORATE FUNCTION
MARKETING E COMUNICAZIONE
MEDIA RELATIONS

COME ADERIRE

FORMAZIONE

MERCATO GLOBALE

KNOW-HOW

CONFRONTO

IMPRENDITORIALITÁ

CONSAPEVOLEZZA

Intraprendere un corso di studio universitario significa dedicare tempo e risorse alla propria formazione. Il mercato di riferimento è oggi sempre piu' un mercato globale. Completare un corso universitario significa diventare un "portatore sano" di nozioni accademiche che ben presto si confrontano con logiche di mercato molte volte distanti da quanto appreso sui libri. Questo non significa perdere tempo: significa dotarsi di un "bagaglio" che diventa il sacco entro cui depositare le proprie esperienze e farne know-how consapevole.

Per le università aderire ad OLIS assume un triplice significato:

- un inserimento guidato al mercato per i propri studenti;
- un'occasione di scambio e confronto internazionale;
- un'occasione di relazione ed approccio nei confronti del contesto imprenditoriale locale in uno scenario internazionale.

Ad ogni università aderente ad OLIS viene richiesto di individuare di un docente/coordinatore responsabile e di 4 studenti (egual numero per sesso) provenienti dai corsi di:

- Scienze Economiche, Matematiche e Statistiche;
- Scienze Politiche e delle Relazioni Internazionali;
- Sociologia e Comunicazione;
- Scienze Umanistiche e Filosifiche;

A questi studenti viene offerta un'occasione di soggiorno in Italia dove potersi confrontare con altri studenti provenienti da altre nazioni e studiare temi e progetti dai risvolti pratici commissionati dalle aziende all'osservatorio OLIS. Ogni università aderente s'impegna ad organizzare annualmente presso la propria sede una giornata di confronto e presentazione dei progetti realizzati da OLIS che coinvolgano anche il tessuto imprenditoriale locale.

DALLA CULTURA DI MASSA ALLA CREATIVITÀ COLLETTIVA

Dalla cultura di massa inaugurata alle porte dell'industrializzazione, stiamo assistendo e attraversando l'era della creatività collettiva dove il designer, l'artista, l'imprenditore, chiedono al consumatore-cliente di collaborare attivamente e non più passivamente al processo creativo e produttivo di un'opera o di un prodotto. In questa maniera il pubblico si sente protagonista e partecipe di quel che consuma, e risultano soddisfatte entrambe le parti.

PRODUTTORE

Soddisfare le esigenze del consumatore nel dare massima visibilità ad un nuovo prodotto

<.....>

Soddisfare le esigenze del pubblico, sempre più alla ricerca di prodotti meno generici

PUBBLICO

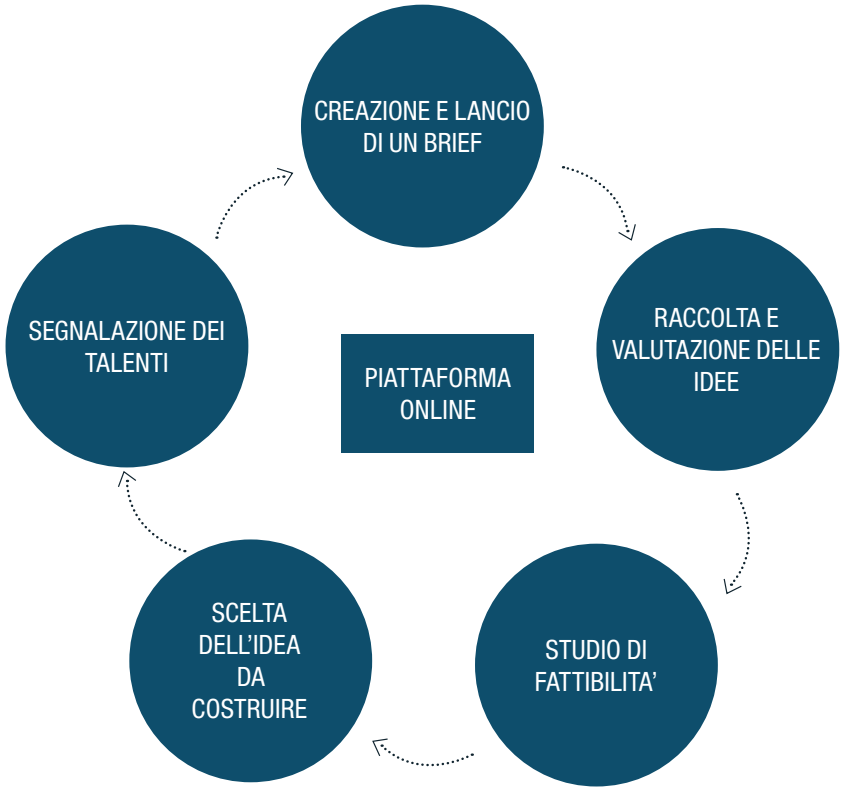
- Attivare l'attenzione del pubblico
- Ribaltare il suo ruolo
- Fidelizzare con esso

<.....>

- Evadere dalla realtà
- Sentirsi parte di qualcosa di importante
- Avere un ruolo attivo

LA PIATTAFORMA ONLINE

Grazie ad una piattaforma online “user generated”, le aziende, dopo aver ottenuto i risultati della ricerca, potranno lanciare al pubblico internazionale dei brief con il fine di raccogliere idee innovative per i futuri progetti. Le idee saranno in seguito analizzate dalle aziende committenti con il supporto del Comitato Scientifico per valutarne fattibilità e applicazione al mercato. Scopo della piattaforma sarà anche quello di individuare nuovi talenti internazionali, da sottoporre al mercato del lavoro.



OBSERVATORY LIFESTYLES
INTERNATIONAL SUSTAINABILITY

Ass. Olis
Piazza Cola di Rienzo 85 · 00192 Rome · Italy

T +39 06 45 44 92 90 info@olisobservatory.com
F +39 06 45 44 92 91 www.olisobservatory.com