

Indice

Prologo. Perché questo titolo, perché questo libro?	1
Nota metodologica	7
Introduzione	9
I quattro nuclei Z e la loro forza attrattiva	11
Il potere creativo delle generazioni	14
Dispositivi tecnologici e nuovi modelli di pensiero	16
I pre-adolescenti: Lively Kids e TechTweens	19
Lively Kids	22
TechTweens	30
Prima parte – I teenagers	
I nuclei Z plasmati dallo sguardo dei social:	
ExpoTeens (13-15 anni) ed ExperTeens (16-19 anni)	
ExpoTeens	47
Il sistema valoriale e la condizione esistenziale tra parossismo e fascinazione	50
Le attitudini di consumo tra percorsi alimentari, di acquisto, di socialità	56
Comunicazione tra fascinazione e <i>coolness</i>	58
Esempi emblematici	66
ExperTeens	71
Il sistema valoriale e la condizione esistenziale tra progettualità, diritti e competenza	76

Le attitudini di consumo tra moderazione funzionale, «ciclabilità» e intermodalità	82
Esempi emblematici	86

Seconda parte – I giovani adulti
I nuclei Z post-ideologici:
CreActives (20-24 anni) e ProActives (25-29 anni)

CreActives	97
Il sistema valoriale e la condizione esistenziale tra viaggio e ambiente	100
Le attitudini di consumo tra sharing economy e bello sostenibile	107
Comunicazione tra social e stimolazione estetica	110
Esempi emblematici	112
ProActives	117
Il sistema valoriale e la condizione esistenziale tra innovazione e problem solving	120
Le attitudini di consumo tra pragmatismo e benessere	126
Comunicazione tra ingaggi e progetti di vita	128
Esempi emblematici	132

Terza parte
I concetti chiave e le mappe della Gen Z

Ansia	143
Creatività	146
Famiglia	151
Lavoro	154
Social(ità)	157
Sostenibilità	160
Differenze di genere	164
Visione del futuro	167
Conclusioni	173
Il <i>change engagement</i> dei nuclei Z	174
Conquistare, come Marco Polo, la libertà oltre i confini, per riconsegnare il mondo all'umanità	181

Appendice. L'identità degli ExpoTeens,	
di <i>Furio Camillo</i>	187
La segmentazione naturale degli ExpoTeens: il clustering per affrontare la complessità	187
Perché concentrarsi sugli ExpoTeens?	188
Esplorare l'identità degli ExpoTeens attraverso i cluster: una mappa psicografica del paradigma <i>Trust & Truth</i>	189
Una prima conclusione: il paesaggio della fiducia e della verità per similitudini fra i diversi gruppi di ExpoTeens	195
Lettura strategica e operativa dei risultati per tre attori chiave: una simulazione testuale	200
Osservazioni finali	203
Ringraziamenti	205