

거리문화의 상징과 국제적 문화를 읽는 일은 미래의 트렌드를 분석하고 예측하는 데에 꼭 필요한 요소다. 사람들은 특정 문화 및 제품 소비를 통해 자신의 느낌과 자신이 원하는 것을 표현한다. 따라서 디자이너 및 트렌드 예측가들은 이런 상징이 지닌 이면의 의미에 반쯤은 주의를 기울여야 한다. 퓨처컨셉랩(Future Concept Lab)은 전세계 각국의 소비유형 분석 및 미래의 트렌드 예측을 통해 현재의 문화현상을 꾸준히 관찰해 왔다. 아시아 문화가 현저히 부상하고 있음을 고려, 극동아시아 소비 및 문화 유형을 분석해 겹침의 미(Layering Approach), 만화에 대한 관심(Cartoon Care), 전형적 상징(ArcheTypical Signs), 여성성의 소우주(Feminine Cosmos), 조정된 정체성(Manipulated Identity)이라는 개념적 프레임의 5개 감성을 도출하였다. 동아시아의 트렌드가 앞으로도 꾸준히 서방 세계에 큰 영향을 미칠 것으로 보여지며, 이는 동아시아지역의 유행이 서구 문화와 피상적으로 다르기 때문이라기보다 동양적인 문화속성 그 자체가 서양에서도 확고한 뿌리를 내릴 것으로 예상되는 까닭이다.

Reading symbols from street culture and cultural expressions on an international level is a key for analyzing and predicting future trends. People express what they feel and desire by consuming particular cultures and products, and it is essential for designers and trend forecasters to keep an eye on the meanings behind such symbols. Future Concept Lab has been observing the present cultural phenomena by analyzing each nation's consumption patterns worldwide and predicting the future trends. As Asian culture is surfacing prominently, we have analyzed Far Eastern Asia's consumption and cultural patterns and come up with 5 main sensibilities that are also conceptual frameworks: Layering Approach, Cartoon Care, ArcheTypical Signs, Feminine Cosmos and Manipulated Identity. It appears that the Far Eastern trend will continue to powerfully influence the Western world, and this is not only because of its superficial difference from the Western culture but rather the Far Eastern cultural elements are predicted to take roots firmly into the Western soil.

观察街头文化的象征、解读国际文化是分析、预测未来流行趋势时必不可少的因素。人们通过消费特定文化、产品，表现其感情和追求。故此，设计师和流行的预测家必须严密注意这些象征背面的意义。未来概念实验室(Future Concept Lab)通过分析世界各国的消费类型，预测未来流行趋势，观察当今的文化现象。考虑到亚洲文化正在显著提升，在对远东消费及文化类型进行分析后，导出了重叠之美(Layering Approach)、漫画之趣(Cartoon Care)、典型的象征(ArcheTypical Signs)、女性的小宇宙(Feminine Cosmos)、调整的认同(Manipulated Identity)这五个概念框架。东亚的流行今后还将对西方世界产生影响，这不是因为东亚地区的流行表面上不同于西欧文化，而是由于可预测到东方的文化属性本身将会在西方生根的缘故。

ストリート文化の象徴と国際的なカルチャーを読みとる事は未来のトレンドを分析、予測するために必要不可欠な要素だ。人々は特定文化および製品を消費することで自分の感性や求めているものを表現する。従ってデザイナーやトレンド予測家はこのようなシンボルのもっている裏面の意味に細かく注意を払わなければならない。フューチャー・コンセプト・ラボ(Future Concept Lab)は世界各國の消費類型分析と未来のトレンド予測を通じて現在の文化現象を観察し続けてきた。アジア文化が急速に浮上していることを考慮し、極東アジアの消費および文化類型を分析して、レイヤリング・アプローチ(Layering Approach)、マンガに対する関心(Cartoon Care)、典型的なシンボル(ArcheTypical Signs)、女性の小宇宙(Feminine Cosmos)、作られたアイデンティティー(Manipulated Identity)という概念的フレームの5つの感性を探し出した。東アジアのトレンドは、これからもひき続き西洋世界に大きな影響を与えるものと見られる。でもこれは単純に東アジア地域の流行が西洋文化のそれと皮相的に違うからではなく、東洋的な文化の属性自体が西洋でも確実に根を下ろしていくものと予想されるからだ。

모든 문화에 존재하는 수호천사를 파악해 확장하면 현재 전 세계의 두뇌들이 만들어내고 있는 콘텐츠를 확보할 수 있다. 이를 통해 문화의 독특하지만 공통적인 특징들을 강화하고 선별하는 전세계 인구의 핵심적인 역할을 관리 가능하게 하는 지구문화신경계를 개발할 수 있다.

글로벌 문명과 각 문명 간에 벌어지고 있는 관계는 '완전한' 몸과 글로벌 두뇌에 비유하면 적절할 것이다. 이는 일부 문화의 수호천사를 통해 그 기능이 특히 강조되는 신체기관을 모방하게 되는 다양한 문화의 삼투작용을 그 기초로 하고 있다. 집과 몸의 아름다움에 대한 트렌드를 분석함으로써 수호천사에 대한 이러한 작용을 실증할 수 있다. 일본, 중국 및 한국에서 발생해 아시아의 나머지 지역에 영향을 미치는 이 순수하게 형식적인 삼투압현상에 대한 이해를 넓이기 위해 우리는 아시아를 예로 들어 연구를 진행했다. 우리는 아래에 제시한 바와 같이 5가지의 '아시아' 트렌드를 포착했고, 중국은 문화와 상업 부문에서 새로이 중요한 존재로 떠오르고 있다는 것을 발견했다.

겹침의 미

이제 겹침의 미(layering approach)는 아름다움의 모든 수준에서 중요한 동력이 되었다. 장식, 건축, 패션, 화장에서 반 미니멀리즘 주의가 디자인계를 휩쓸고 있다. 그러나, 일부 문화가 이 부문에 특별한 강점이 있고 '겹침' 부문에서 독창적인 발전을 이룩하고 있음에 주목하는 것이 중요하다. 아시아지역은 이 개념을 오랜 전통을 통해 실천해 왔다. 기모노, 의례(儀禮)때 하는 화장, 그 스스로의 중복 규칙에 따라 끊임없이 짓고 다시 짓는 목조 사찰 등을 그 예로 들 수 있다. 중국, 한국 및 일본의 젊은이들은 이러한 정서를 놀라울 정도로 능숙하고 자연스럽게 나타낸다. 의복과 다양한 직물의 레이어링, 특이한 도구와 액세서리, 화장과 머리색의 사용과 대비효과, 상이한 주택 건축자재 등은 현재 밀집된 도시 주거공간으로 이어지고 있다. 아시아에서 이처럼 서구와 다른

Pinpointing and extending the guardian angel of every culture allows you to direct and provide contents for the global brain that is under construction. This permits the development of a planet-wide nerve system to be able to manage the vital functions of all the world's population, selecting and strengthening the unique, yet universal traits of diverse cultures.

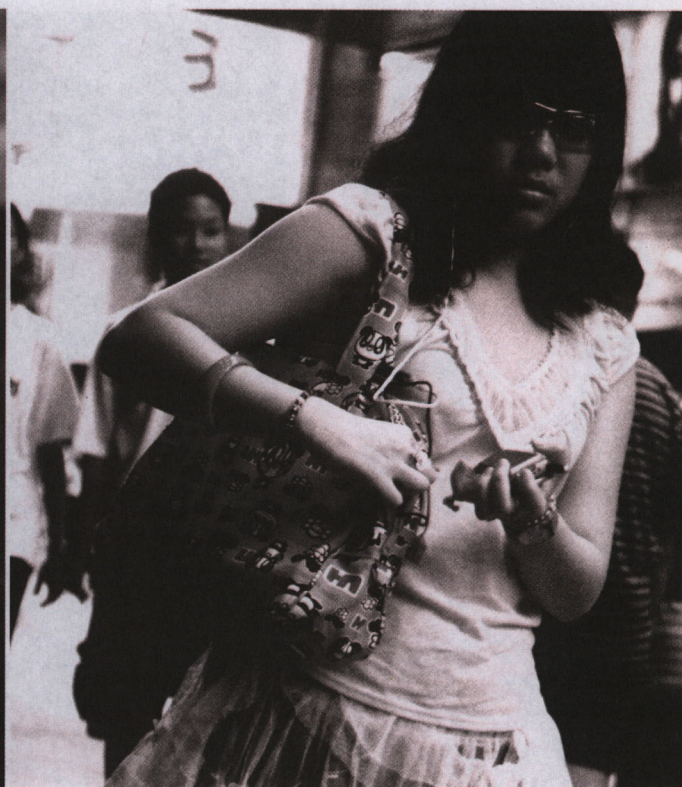
So the correct metaphor for the analysis of the global civilization and the game being played between civilizations is an 'integral' body and global brain. It is based on the osmosis of various cultures that echo organs whose function is particularly stressed by the expression of some cultures' guardian angels.

To exemplify this reflection of the guardian angel, the key is to work on the aesthetic and beauty trends of the home and the body. We chose Asia to improve our knowledge of the purely formal phenomena in Japan, China and Korea which touch the rest of the continent. We detected 5 'Asian' trends examined below, and China begins to assume new cultural and commercial importance.

LAYERING APPROACH

Now the layering approach is an important drive at all levels of beauty: in decorating, architecture, fashion and cosmetics, the anti-minimalist wave has conquered the design world. However, it is important to underline that some cultures have a special talent for this and work on layering originally.





The Far East has a long-standing tradition behind this concept: like the kimono and masklike make-up for ritual occasions, plus the wood temples built and rebuilt constantly to their own overlapping rules. Obviously, the young in China, Korea and Japan express this sensibility in a surprisingly skillful and natural way. The layering of clothing and different fabrics, unusual objects and accessories, the use and juxtaposition of make-up and hair colors, plus differing home materials lead to a very densely occupied domestic urban space. Asia's different 'building' elements are tools for composing and rearranging one's own formal panorama in ever-new ways.

CARTOON CARE

The concept of play as a part of everyday experience has surfaced and been consolidated in different industries' design and product type panorama. Fashion, design and communications probed this sensibility, offering products and suggestions that enchant and invade the world market. There's no doubt, however, that the Far East and Japan are the forerunners of this phenomenon, boasting a special experience in its possible spread. The Far East has an ancient, deep cosmetic and body care culture that in the last few years has been practiced worldwide.

Care as a daily ritual appears in an original, unique way in these nations, being viewed by Westerners as enjoyment and imaginary tales. The expression of Manga in Japanese culture, like all the Far Eastern decorative cultures, acts as a transitional filter for a con-



'건축' 요소를 사용하는 것은 저마다의 형식의 파노라마를 항상 새로운 방식으로 짓고 다시 짓는 도구가 되고 있다.

만화에 대한 관심

일상생활의 경험으로서 연극의 개념이 부각되면서 다양한 산업의 디자인과 상품 유형 파노라마로 공고해졌다. 패션, 디자인 및 커뮤니케이션은 이러한 정서를 분석함으로써 세계시장을 사로잡고 공략하는 상품과 제안을 내놓을 수 있었다. 그러나, 아시아지역과 일본이 이러한 현상의 선구자이고 이러한 현상의 확산에 특별한 기여를 했음은 의심의 여지가 없다. 아시아지역에는 오래 전부터 발달해 온 화장과 바디 케어의 문화가 있으며, 이는 몇 년 전부터 전세계적으로 유행하고 있다. 매일 치르는 의식으로서의 미용은 아시아 국가에서는 독창적이고 독특한 방식으로 나타나는데, 서구인들은 이를 즐기기 위한 행동이나 상상의 이야기로 보고 있다. 일본 문화에서 '망가'의 표현은, 아시아의 모든 장식 문화와 마찬가지로, 트렌드와 아이디어를 담은 구체적 접근법의 과도기적 필터 역할을 한다. 캐릭터와 만화를 통해 현실과 물체를 다시 설계할 수 있는 능력은 인공적인 것과 연관성이 있으며, 인공적인 것은 자연발생적, 추이적으로 취급된다. 집과 일상생활에 기술이 도입되면서 모든 일상의 레이어에 존재하는 정령(精靈)에 대한 믿음과 조화를 이루어, 첨단기술의 장치를 마음을 편안하게 해주는 캐릭터로 변모시키는 것이다.

전형적 상징

아시아의 문화는 기호와 대단히 강한 원형적 관계를 형성하고 있다. 아시아의 표의문자는 이러한

crete approach bearing trends and ideas. The ability to redesign reality and objects thanks to characters and cartoons is tied somehow to the relation to the artificial, which is handled spontaneously and transitively. The introduction of technologies at home and one's daily life is reconciled with an animism in every everyday layer, transforming high-tech gadgets into reassuring characters.

ARCHETYPICAL SIGNS

Far Eastern cultures have a very intense, archetypal relationship with signs; the ideograms are one of the most emblematic examples of it. Oriental signs become the expression of a universal, archetypal philosophy, and a symbol of the balance between solid and void, and between Ying and Yang. It drives the vital flux, so it is the purest expression of corporeity that the West interprets quite differently.

Elegance, the constant quest for balance over time (slow meditation and rigorous execution) are some of the main Eastern features. The importance and respect for tradition is perpetuated daily, thanks to a host of archetypes and signs that ensure its survival in modern times. In cosmetics they become crucial, rice powder was used traditionally as face powder and is still sold in sophisticated cases: this is one possible example. Another example is the widespread personal capacity to use make-up chromatically to make perfect artworks. At home space has no perspective at all: it is supplanted by a theatrical two-dimensional taste acting as the background for the lead player.

관계의 가장 상징적인 예에 속한다. 동양의 기호는 보편적이고 원형적인 철학의 표현이자, 유(有)와 무(無)(즉, 채움과 비움, 음(陰)과 양(陽)의 균형을 상징한다. 이는 기의 흐름을 조절하므로, 서구에서 상당히 다르게 해석하는 몸의 가장 순수한 표현이다. 증용, 즉 오랜 시간 동안 끊임없이 균형을 추구하는 것(느린 명상과 엄격한 실행)은 동양 문화의 중요한 특성 중 하나이다. 전통의 중요성과 전통에 대한 존중은 현대에도 전통이 살아남을 수 있도록 하는 다양한 원형과 기호를 통해 하루하루 연속화된다. 이는 화장에 있어서 아주 중요한 요소가 된다. 한 예를 들자면, 쌀가루는 예전부터 얼굴에 바르는 분으로 사용되어 왔으며, 현재에도 세련된 케이스에 담겨 팔리고 있다. 또 다른 예를 들자면, 화장품을 착색제로 사용하여 완벽한 예술작품을 만들어 낼 수 있는 능력이 일반인에게도 광범하게 퍼져 있다는 것이다. 동양의 집을 살펴 보면, 원근의 개념이 전혀 없다. 이는 주인공을 위한 배경의 역할을 하는 연극의 이차원적 취향으로 볼 수 있다.

여성성의 소우주

아시아의 여성 세계는 아주 특별하고 발전하는 역할의 전형을 보여주고 있다. 아시아 문화가 가부장적인 경우가 많지만, 여성은 전통적으로 가족과 집안의 가치의 토대인 동시에 신비롭고 매력적인 존재로 인식되고 있다. 동양의 여성은 공격적이지 않으면서도 절대로 완전히 복종하지도 않는 존재이다. 여성의 힘과 영향력은 무엇보다 그 미덕과 연관되어 있으며, 비록 남성에게 봉사하는 위치에 있기는 하지만, 자기통제를 보장하고 대인관계와 맥락을 통제한다. 아시아에서는 헌신, 의식, 완벽의 추구 등이 여성의 구조적 기초가 된다. 젊은층으로 갈수록 여성의 약진이 두드러지고 있다. 이러한 대혁명만 서양의 페미니즘과 달리 사회적 정복에 의해 시작된 것이 아니며, 그 과정에 남성의 손, 즉 권력, 일, 정치 등을 빌리지도 않는다. 여성 스스로의 힘, 즉 카리스마,

FEMININE COSMOS

The Far Eastern feminine universe incarnates a very special, deeply evolving role. Even though many Asian cultures are patriarchal, women are traditionally considered mysterious and seductive, besides being the cornerstone of family and domestic values. Oriental women are neither aggressive nor fully subjected either. Her strength and power are tied, above all, to her virtues, and although she is in the service of men, she guarantees self-control and controls interpersonal relations and context. In the Far East, devotion, rituality and quest for perfection all are the structural bases of women. They're emerging more and more among the young. This great revolution didn't commence with social conquests as in Western feminism and doesn't use men's arms: power, work and politics. Instead, it's anchored in the women's strength: charisma, personal balance, beauty and virtue. By relying on known fields, Oriental women are expressing terrific capacities and qualities, recognized in their culture and internationally. This notable fact can be observed in the area's metropolises whose feminine world seems to have a more stimulating style, languages and retail offerings which soon should reach the homes.

MANIPULATED IDENTITY

The concept of manipulation and reworking beauty is deeply rooted in Oriental cultures, and there are plenty of symbolic examples: Chinese women's feet, theater masks and the



개인적 균형, 아름다움, 미덕 등을 토대로 이러한 대혁명을 일구어 낸 것이다. 잘 알고 있는 분야에 집중함으로써, 동양의 여성은 탁월한 능력과 자질을 표현하고 있으며, 이는 그 문화권 내에서, 또 국제적으로도 널리 인정 받고 있다. 이러한 중요한 사실은 아시아지역의 대도시에서 볼 수 있는데, 아시아지역 대도시의 여성 세계는 보다 흥미로운 스타일, 언어와 소매 상품 등을 가지고 있는 것으로 보이는데, 이는 곧 그 외 모든 가정에도 미칠 것으로 보인다.

조정된 정체성

아름다움을 인위적으로 조작(造作)한다는 개념은 동양 문화에 깊이 뿌리내리고 있다. 이에 대한 상징적 예에는 중국 여성의 전족(纏足), 가면, 게이샤의 의례 준비 등을 들 수 있다. 이는 겉으로 자연적 정체성을 만드는 것으로 보이지만, 사실은 완전히 인공적인 것이다. 동양미(東洋美)의 기준에서 크게 벗어난 모습을 만드는 것이 그 핵심이다. 오늘날, 이러한 현상은 다양한 절차, 즉 화장, 램프, 여성의 머리 염색 열풍 등을 따라 업데이트 된 형태로 만연되어 있다. 일본에서 소위 'Gangooro girl' 이 크게 유행하는 것도 그 한 예로 들 수 있다.

항상 서구적인 모습의 캐릭터가 등장하는 '망가' 도 사람의 '자연적' 이미지를 끊임없이 조작하도록 유도하는 정서를 상징적으로 나타내고 있다. 성형수술도 만연하고 있으나, 밖으로 드러나는 것은 빙산의 일각에 불과하다. 이러한 현상은 성형수술의 개념을 기초로 한 화장품, 즉 본인의 외모를 바꾸기 위한 뷰티 마스크 등이 더욱 부추기고 있다. 집 역시도 이러한 캐릭터와 다원성을 따라 기하학적 형태로 지어지고 있다.

환경을 통제하고자 하는 이러한 접근법(풍수 등)은 서양의 소비자 사이에서도 인기가 높아지고 있다. 이들은 집에서도 동양의 영향력을 느끼고 있으며, 채움과 비움의 관계를 변경하고 있다.



물론, 아시아의 아름다움의 다른 점은 위에 언급된 트렌드에만 국한되는 것은 아니다. 그러나, 이러한 트렌드는 전세계적으로 일어나고 있는 변화, 즉 우리가 피상적으로 알고 있는 아시아 문화의 영향이 커지는 현상을 읽는데 유용할 것이다. [1]



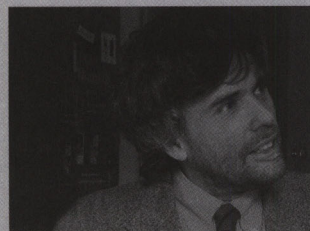
ritual preparation of the Geishas. In reality, this features the construction of an apparently natural identity which however, is wholly artificial. The possibility of building forms of beauty far from the standards of Oriental beauty is cardinal. Today this phenomenon seems very present and updated, following diverse procedures. Make-up, lamps and girls' obsession with dyed hair: the boom of Japan's Gangooro girls is one possible instance. Manga, whose features are always Western, emblematically represents this sensitivity that induces one to constantly manipulate one's 'natural' image. Plastic surgery is widespread; it's the tip of the iceberg manifested at every level. It's backed by cosmetics based on this concept, like beauty masks to modify your own features. The homes too are built according to a moral geometry following the characters and diversities.

This approach seeking to control the environment (like Feng Shui) is more and more popular among Western consumers. They feel the Oriental influence in their homes, modifying the solid to void relationship, for instance.

Naturally, these trends aren't the only ones marking the differences in Far Eastern beauty. They will be very useful in reading the changes taking place worldwide, expressing the growing impact of a culture we only know superficially. [1]

프란체스코 모라체
Future Concept Lab 대표

Francesco MORACE
President, Future Concept Lab



프란체스코 모라체는 사회학자, 저술가, 언론인으로 15년간 사회학 및 시장 조사 부문에서 일해 왔으며 현재 Future Concept Lab의 대표로서 활발한 활동을 하고 있다. 다양한 이탈리아 기업과 외국 기업에 컨설팅을 제공한 바 있는 전략 컨설턴트로써, 프랑스, 스페인, 독일, 네덜란드, 일본, 중국, 미국, 영국, 콜롬비아, 러시아, 핀란드 등지에서 연수과정과 세미나를 개설, 개최한 바 있다. 밀란에 소재한 도무스아카데미에서 강의하고 있으며 「누가 사인을 떠났는가? 1987」, 「콘트로 트렌드 1990」, 「메타 트렌드 1996」, 「패션 지하철 1998」, 2002년 12월에 개정판 발간, 「예지력과 통찰력 2000」, 「별새 전략 2001」등 다수의 저서를 냈다. 온라인 매거진인 MindStyles Magazine의 편집장이며 다수의 잡지에 트렌드에 관한 글을 기고하고 있다.

Sociologist, writer and journalist, Francesco Morace has been working for fifteen years in the sociological and market research field, and is the president of the Future Concept Lab. As a strategic consultant for various Italian and foreign companies, he has held courses and seminars in France, Spain, Germany, Holland, Japan, China, USA, UK, Colombia, Russia, and Finland. He teaches at the Domus Academy and at SDA Bocconi Business School in Milan and is the author of several books including: Chi ha lasciato il segno? (Who left the sign?, 1987), Controtendenze, (Contro-trends, 1990), Metatendenze (Meta-trends, 1996); Fashion Subway (1998 - new edition in December 2002); PreVisioni e PreSentimenti (ForSights and InSights, 2000); La Strategia del Colibri (The Hummingbird Strategy, 2001). In addition, he is co-author of: I Boom- società e prodotti vincenti nell'Italia degli anni '80 (The Boom. Society and Winning Products in the Italia of the Eighties, 1990); Iperspesa. Vendere e comprare nel duemila, (Hyper-shopping: Selling and Buying in 2000, 1990); I Nuovi Boom. Tendenze e prodotti di

successo negli anni della transizione (The New Boom. Trends and Successful Products during the Transitional Years, 1993); Mitologie felici (Happy Mythologies, 1994); European Asymmetries: the six trends of consumption that are shaping New Europe (2002); Italian Ways. Made in Italy: the six trends and their presence in the world (December 2003). He is the editor of the online magazine MindStyles Magazine and writes articles on trends for numerous magazines.

Reference

Future Concept Lab의 연구 방향

Future Concept Lab은 사회문화적 변화와 진행되는 소비 패턴을 '읽는' 데서 연구가 시작되어야 한다는 확신을 가지고 있다. 이를 매체와 장기적 관점 측면에서 연구의 독립성을 유지해주는 정보와 절제된 문헌조사로 보완하고, 시의성과 정교함이 필요한 정성적 혹은 정량적 수시조사를 병행한다.

문헌조사는 다양한 기법의 기초가 되는 이론에 대한 경험과 역량을 갖춘 연구원이 수행하며, 이는 사회문화적 맥락에 대한 관찰 결과에 따라 그 타당성이 결정되는 이론적 가설에 생명력을 부여하는 조사 방법이다. '관찰'의 결과는 다음과 같은 목적에 유용하다.

- 고객이 제시한 목적을 정확하게 이해하여 최초의 중요한 전략적 결정을 내릴 수 있도록 함
- 수시조사의 목적에 대한 가이드라인을 정확하게 추적하고, 그 결과를 정확하게 이해하고, 프로세스 초기에 필요한 정보의 정의를 구현함

Future Concept Lab이 지난 15년간 일해온 방식은 다음과 같다.

Mindstyles 프로그램, Genius Loci 프로그램, Street Signals 및 Happiness 프로그램 등 영구적 전망대 역할의 문헌조사를 기업이 관심을 가진 구체적인 테마나 브랜드를 깊이 연구하고 분석하는 수시조사와 통합, 연계 및 교류한다.

병렬로 진행되는 이 두 가지 활동은 전략 컨설팅 및 실무 컨설팅 과정 중에 상호 통합되어 상호 보완적인 역할을 한다. Future Concept Lab은 조사 활동과 컨설팅 활동을 창조적 방식으로 조화시키고 연계시킨다.

이는 아래와 같이 도식화 할 수 있는 병렬 과정에 따라 통합 방법론을 따른다.

1) 사회문화적 조사

- 맥락 이해
- Mindstyles 프로그램
- Street Signals 프로그램
- Genius Loci 프로그램

2) 전략 컨설팅

- 캐릭터 강화
- 회사 점검
- 브랜드 강화
- 고급 연수/교육

3) 목표 테스트 및 응용

- 수시조사

The research pathways of the Future Concept Lab

The Future Concept Lab is convinced that it is a necessity to start from the 'reading' of the socio cultural changes and the on-going consumption patterns, combined with intelligence and moderation desk research. This has to defend its own independence in terms of medium and long term perspectives, together with the Ad Hoc research, either qualitative or quantitative, on the other hand it needs to be well-timed and precise.

The desk research, carried out by the researcher who brings it into his experience and competence in disciplines that guide the various techniques, is the one that gives life to theoretical hypothesis that base their soundness on the observation of the socio-cultural context.

The results of the 'observation' are useful for:

- The better understanding of the objectives proposed by the client, guiding him through his first important strategic choices
- Tracing the guidelines of the Ad Hoc research objectives better, understanding its results better, implementing the definition of the necessary information earlier in the process.

Future Concept Lab has been working in this way for the past fifteen years:

Integrating, combining and inter-changing desk research in time and space, that becomes a permanent observatory [Mindstyles Program, Genius Loci Program, Street Signals and Happiness Program] with the Ad Hoc research that faces and analyses in-depth specific themes that interest the Company or the brand. The two parallel activities integrate and complete each other during the consultancy process, both strategic and practical. Future Concept Lab reconciles and combines in a creative way the two sectors of activities, those of Research and Consulting, following a logic of integrated methodologies according to a parallel progression that we can visualize like this:

1)Socio-cultural research

- Context Understanding
- Mindstyles Program
- Street Signals Program
- Genius Loci Program

2)Strategic Consulting

- Character Reinforcement
- Company Check up
- Brand Enhancement
- Advanced Training

3)Targeted testing and application

- Ad Hoc Research