



OSCAR DI MONTIGNY

Creatore del concetto **"Economía 0.0: Ritorno al Centro"**

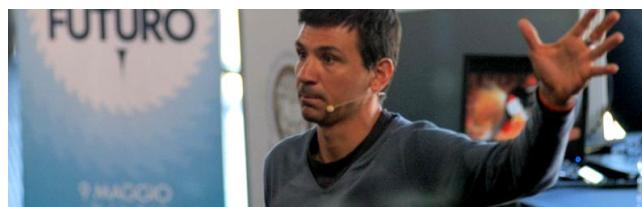
Epoca di cambio o cambio de epoca?
CMO della Banca Mediolanum



Il sorgere dei primi segni di una fiorente **Sharing Economy** non ci deve confondere, il cambio culturale non si produrrà se andiamo nella direzione sbagliata. Questa ricerca ha portato Di Montigny alla definizione dei principi fondamentali del concetto di **"Economía 0.0"**: siamo entrati nella **Epoca delle Relazioni e della convergenza digitale tra tecnologia e relazioni umane** che sta definendo i geni di una innovazione travolgente. Bisogna reinventarsi per poter reinventare, diventando pertanto la parte attiva della creazione di un nuovo sistema economico e sociale: dobbiamo passare da essere meri storytellers a diventare **storymakers, i nuovi eroi**. "fare il bene e farlo bene: fare in modo che la nostra vita sia un prodotto e che questo prodotto sia qualcosa di significativo per il collettivo."

La sfida per le imprese è di tipo "culturale", la vinceranno quelle che sapranno anticipare le macro tendenze tecnologiche, sociali e di mercato e quelle che reimpostino la impresa come un ecosistema fondato sulla capacità di condividere lo stesso sistema di valori. Valori che non perdano di vista che la base si trova nelle persone, però con uno sguardo verso il futuro. Valori come la gratitudine, la responsabilità, l'amore o la centralità delle persone.

"Bisogna seminare e coltivare una visione nell'umanità. In che modo si può ottenere che il mondo comprenda che è necessario ampliare la propria visione e cercare una prospettiva arricchita che migliori e inglobi?"





Oscar di Montigny è CMO (Direttore di Marketing, Comunicazione e Innovazione a livello corporativo) del gruppo bancario **Banco Mediolanum** dal 2000, e fondatore della **Mediolanum Corporate University**.

Ha concepito, pianificato e supervisionato il lancio dell'Università Corporativa Mediolanum, l'istituto educativo che serve a tutta la Comunità Mediolanum (rete di vendite, la sede, così come i clienti) e che ha vinto recentemente il premio come "Seconda Miglior Università Corporativa nel Mondo", emesso dal consiglio Mondiale di Università Corporative.

La sua prospettiva professionale si basa su una visione incentrata sul futuro, il cambio e le nuove forme di intendere il marketing, la comunicazione relazionale e l'educazione corporativa. Oscar di Montigny sostiene che i pilastri del Marketing del futuro sono l'Umanità e la Responsabilità sociale, dato che viviamo in una nuova era nella quale le imprese devono saper condividere valori più che vendere prodotti. Fare il bene e compiere benefici non sono più due universi separati; e armonizzare e intrecciare questi due universi è la sfida che attualmente ogni impresa deve accettare per essere preparata al futuro.

È convinto che sia necessario realizzare un cambio radicale, dato che ci troviamo di fronte a una nuova e urgente sfida: creare intorno al cliente un Ecosistema che sintetizzi tre necessità in una: la necessità dell'impresa di ottenere benefici, la necessità del cliente di rimanere soddisfatto e felice, e la necessità sociale di ricavare un vantaggio globale e sostenibile da questa transazione.

È autore del blog "**Riflessioni per il terzo millennio**" nel quale indaga e analizza in che modo le macro tendenze del futuro determineranno i futuri e nuovi scenari sociali e del mercato.

Topics

- ❖ Economia 0.0: ritorno al centro
- ❖ **I pilastri del marketing del futuro: umanità e responsabilità sociale**
- ❖ Futuro e Innovazione
- ❖ **Educazione Corporativa**
- ❖ Marketing e comunicazione relazionale

