

LINDA GOBBI

Sociologa specializzata in Metodologia della Ricerca, è co-fondatrice e partner di Future Concept Lab, Istituto di Ricerca sociale e di mercato, con sede a Milano.

In Future Concept Lab dirige l'area delle ricerche ad hoc, gli Osservatori di Settore e definisce i Trend Generazionali nel ciclo pluridecennale dei Future Vision Workshop (Seminari sulle Tendenze dell'Estetica, del Consumo, della Comunicazione, del Retail).

Dal 2005 al 2010 docente a contratto presso il Master in Marketing Research, Facoltà di Statistica, Università Alma Mater Bologna, sede di Bologna e di Buenos Aires

Ha sviluppato e coordinato il progetto WE-Women for Expo di Expo Milano 2015 (2013-2015) – in collaborazione con il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e con la Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori.

Responsabile del Comitato scientifico di Fermati Otello, associazione di ricerca e formazione nelle scuole, azioni di sensibilizzazione sui temi della violenza di genere.

E' co-autrice di **"I Boom, Società e Prodotti dell'Italia degli anni '80"** (1990), **"I nuovi boom, Tendenze e prodotti di successo negli anni della transizione"** (1993), **"Asimmetrie Europee"** (2002; **"Leggere le tendenze"** (Lupetti, 2007); **"Focus Groups per il Marketing"** (Franco Angeli, 2008), **"Il Talento dell'Impresa: L'Impronta Rinascimentale in dieci aziende italiane"** (2010, Nomos) e **"L'Impresa del Talento. I territori creativi delle aziende italiane"** (2012, Nomos).