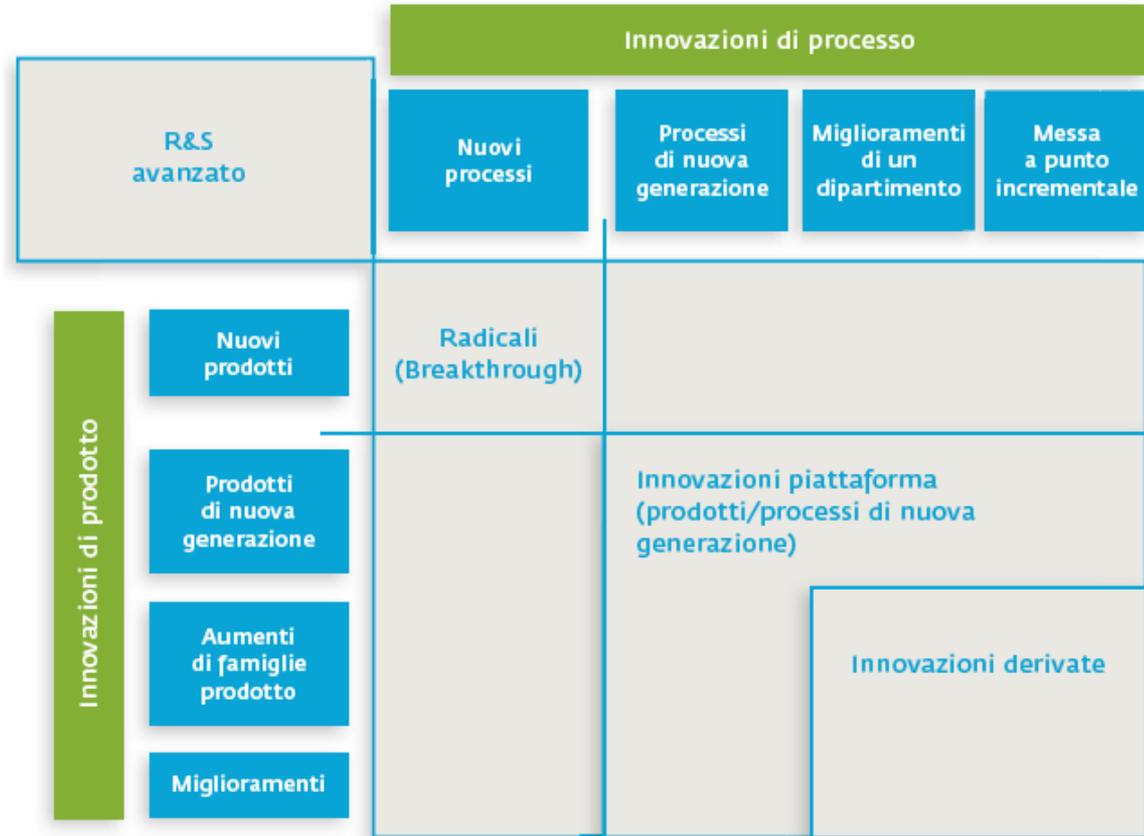


Innovazione

Indice

- Il rapporto tra l'innovazione e la competitività
- Le fonti dell'innovazione: economia delle reti e open innovation
- Il processo di innovazione
- L'innovazione simbolica: il design
- L'innovazione e la gestione della conoscenza: conclusioni

Un quadro riassuntivo



Fonte: Wheelwright e Clark, 1992, con adattamenti

Figura 1 Tipologie di innovazione di prodotto e di processo.

Il processo di innovazione

Il processo di innovazione può essere organizzato in due modalità principali:

- **Sequenziale**, le fasi del processo di innovazione (dall'idea all'industrializzazione del prodotto) vengono eseguite una dopo l'altra senza sovrapposizioni (*modello della grande impresa manageriale*)
- **Simultanea**, le fasi sono tra loro parzialmente o totalmente sovrapposte e svolte in modo parallelo (*modello giapponese*)

Innovazione simbolica: il design



Figura 1 L'innovazione simbolica: il design

Innovazione VS Design

Come abbiamo la tecnologia è uno fattori fondamentali nel processo di innovazione:

- Innovazione Technology - based intesa come traduzione e replicazione delle scoperte scientifiche e delle innovazioni tecnologiche in processi e prodotti standard

Da questo punto di vista il design sembra giocare un ruolo marginale:

- Innovazione Design - based, intesa come intervento teso a qualificare esteticamente prodotti di nicchia, quasi artigianali

Grande imprese VS PMI

- A questa contrapposizione tra innovazione e design corrisponde una diversa specializzazione industriale.
- Le **grandi imprese** si sono focalizzate sull'innovazione intesa come incremento delle prestazioni funzionali e tecniche del prodotto (innovazione tecnologica)
- Le **piccole e medie imprese**, in particolare quelle **italiane**, hanno invece puntato sull'innovazione estetica del prodotto (design).

Verso la convergenza



Figura 2 Innovazione e creatività: modelli a confronto.

Il ruolo del consumo

Il consumo ha conosciuto nel corso degli ultimi anni una profonda trasformazione

Acquistano sempre maggiore rilevanza

- gli aspetti **simbolici** e immateriali del prodotto
- la dimensione della **partecipazione** e dell'**interazione** fra domanda e offerta
- la ricerca di **esperienze** di consumo appaganti e ricche di significato

L'evoluzione del consumo

Fine dell'isolamento comunicativo dei consumatori

- Nascono nuove aggregazioni di consumatori (comunità e reti comunicative) che interpretano e rinnovano significati e prodotti nelle pratiche e nelle relazioni quotidiane

Consumo come comunicazione ed espressione

- Il consumo rappresenta una importante modalità di espressione di valori e di identità

Valore dell'esperienza

- Il consumatore riconosce il valore ad esperienze di consumo memorabili, a contesti all'interno dei quali viene messo in scena il prodotto e il corredo di significati che lo accompagnano

Il design italiano: l'economia del bello

Il design italiano nasce con un preciso progetto culturale che si propone di:

- qualificare esteticamente prodotti realizzati serialmente
- opporsi alla standardizzazione imposta dalle logiche della produzione di massa realizzando prodotti fortemente differenziati e indirizzati a nicchie di consumatori.

Il ruolo dell'artigianato

- In questo processi di qualificazione estetica, le competenze artigianali e manifatturiere delle piccole e medie imprese hanno giocato un ruolo fondamentale.
- I designer hanno potuto, attraverso il confronto sistematico con questi saperi, migliorare e sviluppare i loro progetti raccogliendo indicazioni e suggerimenti legati all'uso dei materiali e ai processi produttivi

Design e distretti industriali

- L'incontro tra designer e artigiani è stato facilitare dallo specifico modello di sviluppo industriali italiano basato sui distretti.
- Questo modello di organizzazione economica consente di combinare tra loro flessibilità (piccoli lotti produttivi, differenziazione produttiva) e qualità (attenzione ai dettagli, cura artigianale del prodotto) produttiva.

Il caso del vetro di Murano

- Uno degli ambiti dove si è manifestato con maggiore chiarezza questo incontro tra design e artigianato è il vetro di Murano.
- Da un lato il **designer**, si impegna ad attribuire uno stile distintivo agli artefatti che progetta
- Dall'altro il **maestro vetraio**, è sistematicamente impegnato nel tradurre intuizioni di carattere formale in un prodotto unico.

Innovazione e gestione della conoscenza

Nella prospettiva della gestione della conoscenza, il processo di innovazione si struttura in diverse fasi:

- attività di **esplorazione** (exploration), attraverso la quale l'impresa ricerca nuova conoscenza da valorizzare;
- attività di **raccolta** e **conservazione** della conoscenza prodotta e disponibile entro e fuori l'organizzazione (per esempio consumatori, designer).
- attività di **ricombinazione** delle diverse conoscenze (e fonti), cruciale nella definizione di traiettorie innovative originali.