



Introduzione di nuovi modi di fare le cose (Porter, 1990)

Capacità di usare le risorse per creare valore (Drucker, 1993)

Sfruttamento commerciale di un'idea (UK Department of Trade and Industry Innovation, 1994)

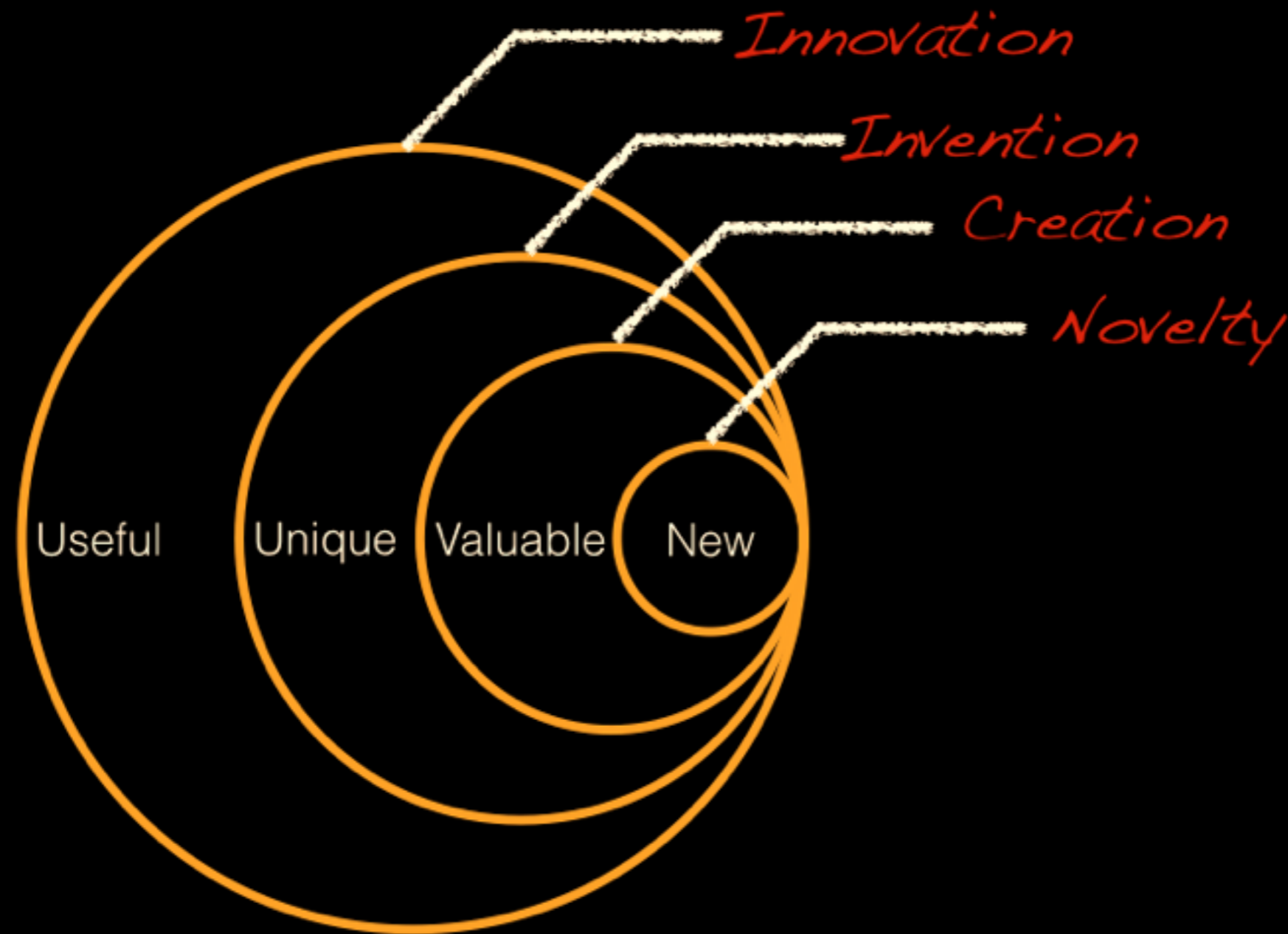
Risultato di un processo di ricerca e sviluppo (Tidd, Bessant, Pavitt, 1997)

Dal dizionario commerciale: **Il processo di traduzione di un'idea o di un'invenzione in un bene o servizio che crea valore o per il quale clienti sono disposti a pagare.**

Capacità di sfruttare conoscenza, competenze ed esperienze nel miglioramento e nella realizzazione di nuovi prodotti, processi e servizi

Motore per la creazione di qualcosa di nuovo

Processo di cambiamento che crea valore



© Asymco



L'**Innovazione** contiene **Invenzione** che contiene **Creazione** che contiene **Novità**

Novità	Creazione	Invenzione	Innovazione
Qualcosa di nuovo	Qualcosa di nuovo che ha un valore	Qualcosa di nuovo con un potenziale valore	Qualcosa di nuovo e utile di per sé
<p>Non può essere protetta, ma avendo scarso valore economico chi la copia non produce un grande danno economico (es. <i>Lollipop nome dell'ultima versione Android</i>)</p>	<p>Si può proteggere con diritto d'autore o marchio, ma non si può brevettare perché non è industrializzabile (es. <i>una lezione o un format</i>)</p>	<p>Può essere brevettata o protetta dal segreto (es. <i>un dispositivo, un farmaco, la formula della Coca-Cola</i>)</p>	<p>Non può essere brevettata o registrata, deve essere difesa con la competizione sul mercato (es. <i>la logistica di Amazon, la comunicazione mobile</i>)</p>

## CREATIVI E INNOVATORI



Michelangelo grande pittore

Creativo



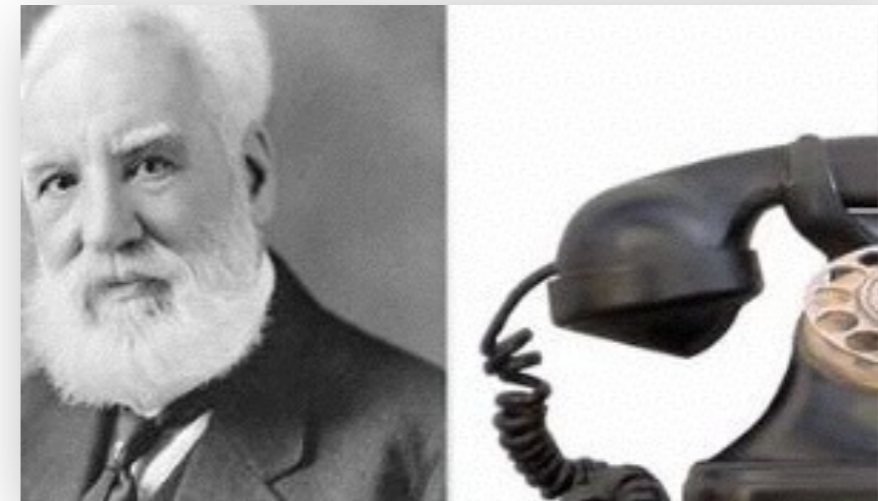
Leonardo da Vinci introdusse la prospettiva nella pittura

Creativo & Innovatore



Antonio Meucci inventò il telefono

Creativo

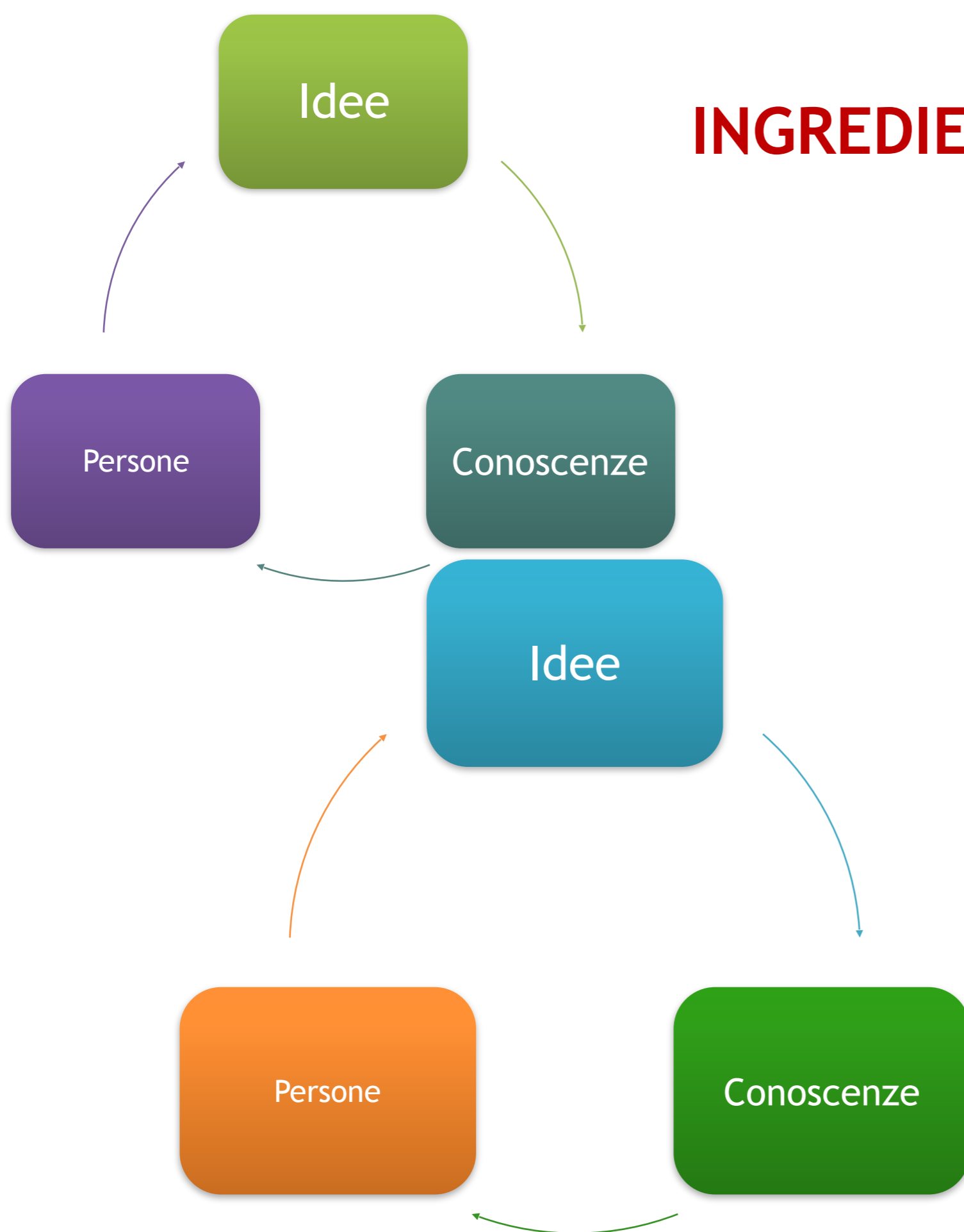


Alexander Graham Bell trasformò il telefono in un prodotto che rispondeva ad una domanda ancora inespressa

Creativo & Innovatore

# Fattori chiave per l'Innovazione

- Cultura
- Leadership e fiducia
- Organizzazione e risorse
- Persone, conoscenze e competenze
- Ambiente cooperativo e creativo
- Trasparenza e comunicazione
- Impegno e partecipazione
- Ambiente favorevole



## INGREDIENTI:

Il circolo virtuoso tra **persone**, **conoscenze** e **idee** deve essere continuamente alimentato.

Le *Personne* hanno la *conoscenza* che favorisce le *idee*, che vengono realizzate da quelle *persone* che, avendo *conoscenza* propria, migliorano le *idee* esistenti o producono nuove *idee*.

# CONCETTI CHIAVE:

- ✓ *Il processo di innovazione richiede una **forte interazione** tra Ricerca, Industria e Servizi*
- ✓ *Le **Ventures** non riguardano solo il Capitale*
- ✓ *(ma anche le persone, gli strumenti, la conoscenza di mercato)*
- ✓ *La Ricerca deve essere **sensibile ai bisogni** delle industrie e dei cittadini*
- ✓ *Il processo di trasferimento di conoscenze e di tecnologie deve essere **flessibile e tempestivo***
- ✓ *L'Innovazione necessita di un **ambiente favorevole** sia per crescere che per essere **percepita ed accettata***

# Open Innovation

La globalizzazione e la crisi hanno costretto le aziende a *ridurre gli investimenti interni* e guardare fuori alle competenze e capacità di altri.

**Open Innovation**, chiamata anche “esterna” o “a rete”, si basa sulla *condivisione* di problemi e *scoperta di nuove idee*, riducendo i rischi, accelerando e sfruttando al meglio le risorse.

Capendo meglio “cosa c’è fuori”, un’azienda può ridurre il rischio unendo le proprie risorse alle capacità di altri (*outsourcing*).

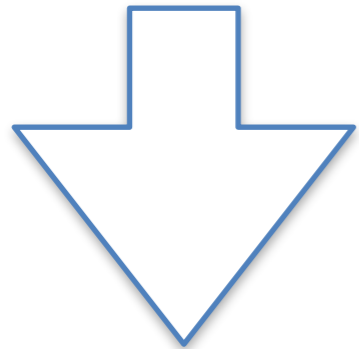
Di fatto si tratta di “Reinventare la ruota”, perché la Open Innovation consente ad un soggetto di *collegarsi* ad altri che hanno sviluppato la tecnologia necessaria o che è molto più avanti nel percorso.

Gli attori coinvolti sono *aziende, centri di ricerca e università, istituzioni e nuove imprese high tech (spin-off, broker d’innovazione)*



# I tipi di Innovazione

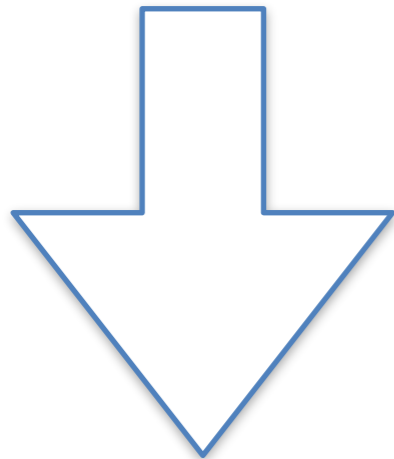
Oggetto



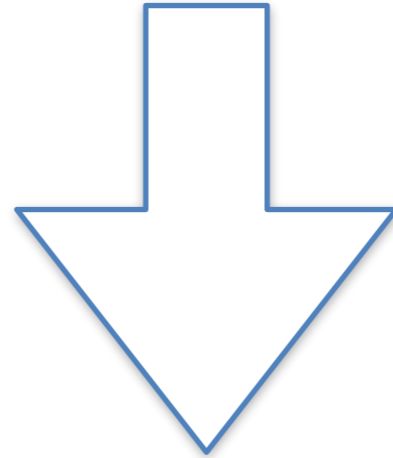
Prodotto

Processo

Servizio

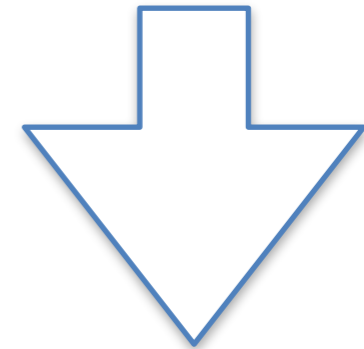


Sorgente

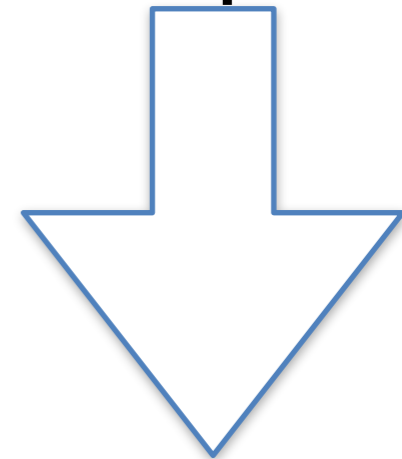


La spinta  
tecnologica  
La domanda  
degli utenti

Cambiamento



Evoluzione/  
*Miglioramento*  
*Rivoluzione/*  
Dirompente



**L'Innovazione cambia lo stile di vita della società**

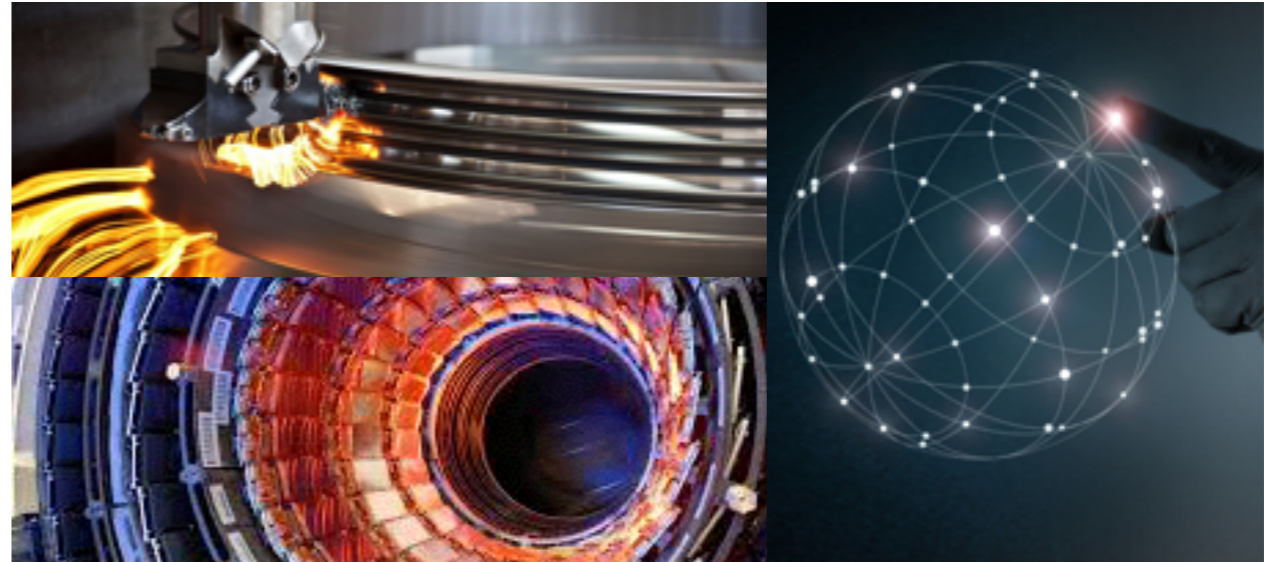
# I versi dell'innovazione

## Top down

dalla grande industria al suo indotto

dalla grande facility alle imprese

dallo Stato alla ricerca



## Bottom up

dall'inventore al mercato

dalla ricerca al mercato

dallo spin-off all'industria



# Chi fa innovazione

l'80% delle innovazioni viene dagli Utilizzatori:



anche nel settore dell'Elettronica l'innovazione nasce per il 50% dagli utilizzatori

# Lo Stato Innovatore

Chi è l'imprenditore più audace, l'innovatore più prolifico?  
Chi finanzia la ricerca che produce le tecnologie più rivoluzionarie?

Qual è il motore dinamico di settori come la green economy, le telecomunicazioni, le nanotecnologie, la farmaceutica?

## Lo Stato.

È lo Stato, nelle economie più avanzate, a farsi carico del rischio d'investimento iniziale all'origine delle nuove tecnologie.

È lo Stato, attraverso fondi decentralizzati, a finanziare ampiamente lo sviluppo di nuovi prodotti fino alla commercializzazione.

E ancora: è lo Stato il creatore di tecnologie rivoluzionarie come quelle che rendono l'iPhone così 'smart': internet, touch screen e gps.

Ed è lo Stato a giocare il ruolo più importante nel finanziare la rivoluzione verde delle energie alternative.

**Ma se lo Stato è il maggior innovatore, perché allora tutti i profitti provenienti da un rischio collettivo finiscono ai privati?**



# Capitale umano e Innovazione = Sviluppo economico e sociale



*San Francisco, Boston e Durham* sono città in cui i lavoratori sono tra i più produttivi, creativi e meglio pagati del pianeta.

All'opposto ex-capitali industriali stanno rapidamente perdendo lavoratori e residenti.

Questo processo di cambiamento del mercato del lavoro sta ridisegnando la geografia, perché influenza la **qualità della vita dei cittadini**, dalla salute all'istruzione, dalla stabilità familiare all'impegno pubblico.

Non è necessario essere scienziati per avere successo in un *brain hub*, dove i posti di lavoro per *carpentieri, tassisti, insegnanti, infermieri* e altri servizi locali nascono al ritmo di 5 a 1 facendo crescere salari e lo standard di vita per tutti.

**Sostenere la crescita dei brain hubs e arrestare il declino altrove è la sfida del secolo**

# Le tre T, anzi 4



Secondo Richard Florida scegliere *dove vivere* è più importante del *lavoro* che si fa o del *partner* che s'incontra.

Le città dovrebbero puntare su tre ingredienti imprescindibili:  
**talento, tecnologia e tolleranza.**

- 1 Talento:** i creativi sono calamitati da centri più «estroversi» che non «coscienziosi». Perché la città giusta sblocca la nostra creatività latente. Le comunità che sono in grado di *attrarre* e poi *trattenere* i propri talenti hanno un ruolo determinante.
- 2 Tecnologia:** le città devono aiutare a far circolare idee, competenze e innovazione trasformabili in nuovi prodotti e servizi
- 3 Tolleranza:** l'economia si nutre di creatività culturale, imprenditoriale, civica, scientifica e artistica. I creativi hanno bisogno di *diversità*, di comunità, organizzazioni e persone aperte a *nuove idee e differenti esperienze*.

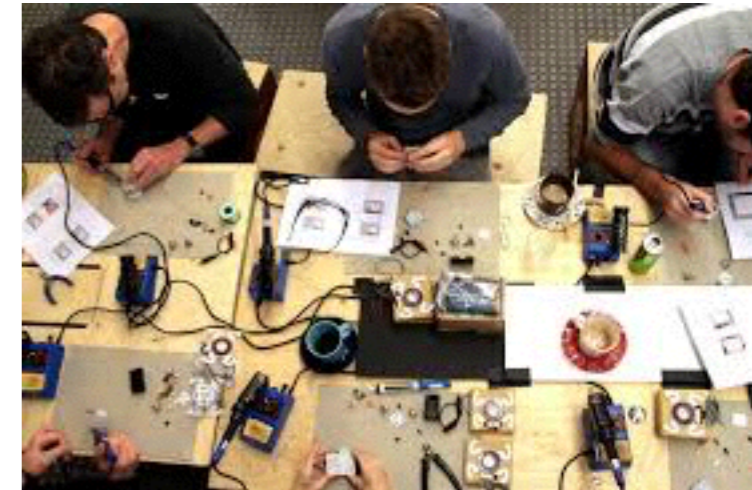
**+** **4 TRUST:** fiducia!  
il garage e la pacca sulla spalla



# Futuro prossimo, anzi presente

## Opensource, making, sharing

- 1) La *Millennium generation* (0-30) ha il più alto potenziale nella storia dell'uomo per accesso all'informazione, linguaggio, mobilità
- 2) Aspettativa di vita *aumentata*: le tecnologie digitali *connettono le persone e le cose* e sostengono mente e corpo
- 3) Da consumatori a *produttori* dove la produzione aperta e creativa rafforza la collaborazione e l'auto-organizzazione
- 4) Nella società che invecchia i cittadini proattivi vanno verso stili di vita e principi di *resilienza* per aiutare i più vulnerabili
- 5) Gli individui e le comunità cercano *nuovi concetti di bella vita e futuro migliore*



**THE MAKER MOVEMENT**

AN EXTENSION OF DIY CULTURE WITH AN EMPHASIS ON TECHNOLOGY, ENGINEERING AND FABRICATION. MAKERS USE A COMBINATION OF HOME TOOLS, EQUIPMENT AT LOCAL HACKERSPACES, AND ONLINE FABRICATION SERVICES TO BUILD, PROTOTYPE, MAKE AND MANUFACTURE ALL KINDS OF THINGS. THE MAKER MOVEMENT VALUES COMMUNITY & COLLABORATION, OPEN SOURCE MODELS, AND A SPIRIT OF *experimentation*.



# Perché il ciclo L'Innovazione in città

Petrarca 1358 su Genova

*“Vedrai una città regale, superba per uomini e mura...  
la sua stessa potenza le nuoce e le reca danno,  
perché offre materia alle contese e alle gelosie cittadine .....*



*Braccino corto*



*Man i man*

*U g'aviaa a sè  
cunvenienza*

