



FARE RETE IMPRESA E TERRITORIO

SANDRO STORELLI - OSSERVATORIO BIOMEDICALE VENETO
ALBIGNASEGO, 16 MAGGIO 2015

Innovazione



L'innovazione è a tutto campo. La **società** è *stakeholder*.

Tecnologie radicalmente innovative,
di frattura rispetto alle precedenti
richiedono nuove **competenze**, nuove
alleanze, nuove **conoscenze**.



Modelli d'impresa:
profondi cambiamenti.



new product development
&
new business development

Visione

Innovare vuol dire **sperimentare** nuove forme, materiali, tecnologie e metterle in gioco per un **progetto mai provato** finora con quelle caratteristiche.



Ma innovare significa anche **vedere la stessa cosa da un altro punto di vista:** di solito gli innovatori sono dei «**visionari**».

Condivisione delle esperienze

funzioni chiave:

Conoscenza:

intercettare e capire il nuovo.

Creatività:

personalizzare l'offerta e il **made in Italy**

Moltiplicazione

delle buone idee, allargando i circuiti locali e investendo in brevetti, marchi, rete distributiva, ICT, collaborazioni e alleanze.

per costruire un nuovo sviluppo:

Condivisione di esperienze.

Supporti degli **stakeholders**.

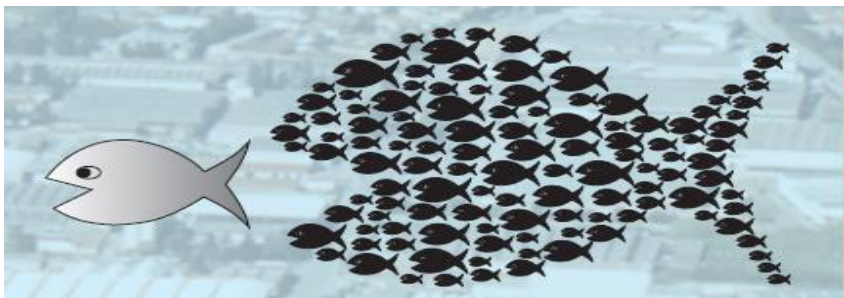
Conoscenza delle strade battute da altri.



Aggregazione ... limiti da superare

Vision anglosassone della globalizzazione:
“**il grande cresce, il piccolo rimpicciolisce**”.

«Nostro modello»:
crescita armonica, diffusa, delle imprese e dei sistemi produttivi locali.



Il **territorio** vede come minaccia più che come opportunità la capacità delle imprese di *guardare oltre il territorio*.

l'**impresa innovativa e dinamica** considera zavorra i ritardi, le complessità, le debolezze strutturali del proprio territorio d'origine.

Sui mercati globali, frequenti sono i casi di **aziende leader che valorizzano la differenza**, che dipende anche dalla **appartenenza al territorio** e dalle conoscenze e competenze di cui essa si fa interprete, interfaccia, vetrina.

Connessioni e Dialogo

Compatibilità, Caratteristiche, Usabilità, Fruibilità

impresa:

come rendere il **prodotto “migliore”**
variabili sulla percezione della qualità.

cliente-utilizzatore:

sempre più esperto, non riesce a **identificare le informazioni utili**, tra le molte disponibili.

dialogo tra laboratori e vita quotidiana, tra designer, produttori, utilizzatori.



faboulus lab

Neil Gershenfeld, direttore del Center for Bits and Atoms

E' fondamentale tarare un **Fab Lab** alle esigenze del **territorio**.

Il FabLab nasce in quel determinato circondario, creando sviluppo industriale e sociale, incentivando la produzione e rendendo accessibili tecnologie finora in mano alla grande industria.

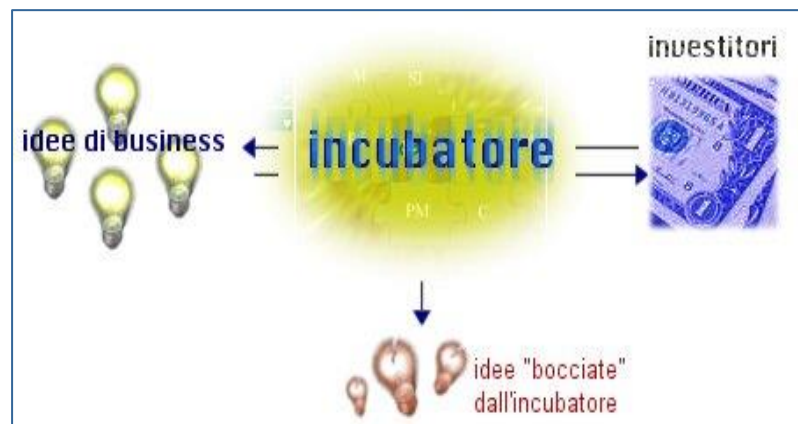


In Italia, data l'enorme tradizione artigiana in ogni regione, è sorto un elevato numero di FabLab per regione, e ciascuno ha la sua connotazione.

Più idee fanno un'idea più grande



incubatore d'impresa



aggregatore d'impresa



dialogo



Innovazione e dialogo

per il miglioramento
del prodotto



Da “competizione” a “co-opetizione” tra gli attori del territorio con uno stesso obiettivo

