

Un'idea per discutere

Quando è iniziata la riflessione circa la possibilità di realizzare una pubblicazione che approfondisse cosa sia l'innovazione e chi siano gli attori, come prima cosa ci si è rivolti ad una veloce analisi di quanto disponibile sul web. Digitando "innovazione" su Google si sono ottenuti centinaia di milioni di risultati con migliaia di definizioni. Queste spaziano da articolazioni molto semplici come, ad esempio, «per innovazione si intende l'azione o il processo di innovare», a quelle un po' più complesse come «l'innovazione è quell'azione che genera il cambiamento in qualcosa di stabilito, in particolare attraverso l'introduzione di nuovi metodi, idee o prodotti», fino ad articolazioni delle volte anche molto complesse e che fanno riferimento alla creatività.

Così, approfondendo la ricerca, ci si è accorti che la descrizione di innovazione cambiava in relazione a chi la forniva. Capitani d'industria, politici, giornalisti, commentatori, scienziati, offrono un mondo variegato di definizioni ed approcci che fanno riferimento ad esperienze ed aspetti diversi. Tutte queste definizioni però hanno in comune il concetto di accrescimento / creazione di valore e quello di idea, ovvero di qualcosa di fresco, nuovo, originale.

Il valore viene ora declinato in chiave economica, riferibile al mercato, e derivante da prodotti, servizi o esperienze riferibili a modelli di *business* e capaci di diventare *leader* nel mercato, aumentare i guadagni, ridurre i costi o un mix di questi benefici. Altre volte poi fa riferimento al miglioramento della qualità di vita delle persone, all'utilità sociale dell'innovazione, alla sua capacità di farci domandare «perché non ci ho pensato prima?».

L'idea, al contrario, è un concetto pervasivo, univocamente connotato, diffuso, in quanto l'innovazione viene fatta partire proprio dalla trasformazione di un'idea in una soluzione ad un problema o ad una necessità. Un'idea che deve essere nuova, utile, capace di essere dirompente, necessaria per creare nuove categorie o cambiamenti, anche drammatici, a situazioni e cose attuali.

L'impressione è stata quindi che l'idea potesse pervenire da qualunque direzione, da chiunque si interessasse di un tema specifico, mentre la sua trasformazione in qualcosa capace di creare valore che richiedesse una mediazione.

Per mettere a fuoco questi concetti ci si è concentrati sulle molte pagine che l'OCSE dedica all'innovazione. Innanzitutto innovazione viene definita come qualcosa capace di andare oltre la semplice ricerca e sviluppo, oltre i confini, i settori o le istituzioni che oggi caratterizzano la nostra società.

Nel "*Oslo Manual for measuring innovation*" sono state trovate diverse definizioni di innovazione quali:

- *innovazione di prodotto*, la quale si riferisce a cambiamenti consistenti circa le caratteristiche tecniche, i componenti ed i materiali, il software all'interno o il miglioramento della sua usabilità, o ancora altre caratteristiche relative al funzionamento ed alla funzionalità del prodotto;
- *innovazione di processo*, con riferimento ad aspetti tecnici, di dotazione o di software utili a migliorare i metodi di produzione;
- *innovazione nel marketing*, ovvero riferibile a quei cambiamenti nel design di prodotto, nel packaging, nel modo di proporre il prodotto ed altro che migliora la possibilità di un prodotto di essere acquistato;
- *innovazione nell'organizzazione*, che fa riferimento a nuovi metodi di lavoro, all'organizzazione dei luoghi di lavoro o alle relazioni esterne.

L'OCSE perciò, al fine di misurare l'innovazione, la inserisce in una chiave di lettura precisa in cui la componente tecnica, ovvero relativa alla capacità di indurre il cambiamento, è centrale all'interno del ragionamento.

Il risultato della ricerca e delle riflessioni che la documentazione acquisita ha consentito di formalizzare una delle idee che sta alla base di questo volume, ovvero che l'innovazione ha bisogno di un vero e proprio processo di ingegnerizzazione per poter pervenire ad un prodotto.

Verrebbe quindi da concludere che l'innovazione, forse, appartiene agli ingegneri più che ad altre categorie, in quanto loro sono quelle figure in grado di trasformare l'idea in qualcosa di concreto, utilizzabile e funzionale, ma, allo stesso tempo, è necessario riconoscere che non c'è innovazione senza un'idea iniziale.

Per questo motivo il volume raccoglie saggi di diversi autori che, attraverso percorsi differenziati, lavorano a stretto contatto con l'innovazione e, soprattutto, la percepiscono in maniera differente, in relazione alle specifiche attività che svolgono ed in base al processo di creazione del valore attraverso l'innovazione.

L'intento è stato quello di spiegare quale sia l'idea che sta alla base dell'innovazione, scegliendo esperienze diverse come quella di un filosofo, di uno psicologo, di un economista, di un esperto del mondo digitale e così via, così da offrire il panorama più ampio possibile e stimolare la discussione sul tema.

Un lavoro che ha richiesto un'importante attività di selezione e rilettura dei contenuti pervenuti ai quali sono stati anche associate delle immagini rappresentative.

Un lavoro che ha pagato lo scotto di una lunga gestazione legata alle difficoltà di confronto e relazione dovute al Covid-19 e che, magari, potrà essere ripreso in seguito.

Un lavoro che è stato possibile anche attraverso il supporto di Elisa Maria Vittoria Bertolini e di Alice Maritan alle quali va il mio più sincero ringraziamento.

Alessandro Bove

