

Innovazione tutti ne parlano ma...

Pubblicato: Sabato 28 Gennaio 2006

Se ne fa un gran parlare, quale una formula per risolvere i problemi in cui attualmente si dibatte l'industria italiana. Di fatto la ricetta recita "ricerca, sviluppo e innovazione". Riguardo a ricerca e sviluppo abbiamo già avuto modo di esprimere qualche considerazione, resta da occuparsi della innovazione.

In Italia c'è perfino un Ministro per la Innovazione e le Tecnologie, MIT, e non bisogna confondere la sigla con quella del Massachusetts Institute of Technology, anche se il tema trattato è simile. Si tratta del ministro senza portafoglio Lucio Stanca, che per delega del Presidente del Consiglio dei Ministri ha la responsabilità di coordinare ed indirizzare la politica del Governo in materia di sviluppo e di impiego delle Tecnologie dell'Informazione e delle Comunicazioni (ICT), in particolare nell'economia, nelle Pubbliche Amministrazioni centrali e locali e nelle famiglie allo scopo di promuovere lo sviluppo della "Società dell'Informazione". A tal fine presiede il Comitato dei Ministri per la Società dell'Informazione. E' senza dubbio persona qualificata, poiché ha svolto una prestigiosa carriera professionale per 33 anni alla IBM prima di approdare al Governo. Certo c'è un mare di cose da fare per diffondere e promuovere la tecnologia informatica nelle pubbliche amministrazioni, nelle aziende, nelle famiglie, ma esaurire in questo il concetto di innovazione è riduttivo.

L'impresa può, anzi deve, innovare in tre campi: nei prodotti e nei servizi che fornisce; nel mercato individuando e soddisfacendo nuove esigenze dei consumatori; nei processi di realizzazione e distribuzione dei propri prodotti e servizi. Innovare tuttavia non significa "inventare". L'innovazione si basa normalmente su ciò che già esiste e lo re-interpreta guardando alla realtà in un'ottica appunto innovativa. Possibilmente si deve trattare di qualcosa di semplice, perché abbia rapido e garantito successo economico. Qualcosa per cui l'osservatore sia indotto a dire: "ma com'è che non ci avevo pensato prima!". A questo punto sorge la domanda su come l'innovazione, proprio se semplice, possa essere protetta dalla concorrenza, e questo introduce una considerazione generale riguardo l'attività imprenditoriale. Non si può riposare sugli allori. Una innovazione ti dà un vantaggio che devi sfruttare e consolidare, fino ad acquisire una dominanza di posizione. E continuare a valutare non solo il tuo modo di operare e produrre, ma i bisogni della clientela per individuarne le aspettative effettive o potenziali, e soddisfarle. Essere nel tuo settore il primo. Lo spirito innovativo deve diventare una forma della mente; un'abitudine dello sguardo e dell'intelligenza.

Vediamo alcuni esempi di innovazione.

Mia nuora ha avuto come regalo un Bimbi, che è diventato in famiglia argomento di bonari scherzi ed ironie, tanto lei lo apprezza e usa in ogni occasione. Si tratta di un frullatore con la possibilità di riscaldare il contenuto, che costa però un'enormità. Soddisfa una possibile esigenza di ogni cuoco, per frullare e cuocere creme, minestre, dolci. Mi chiedo come mai non esista sul mercato altro simile prodotto ad un prezzo più accessibile. Ma è un esempio di innovazione di successo che da tempo mantiene la sua posizione dominante.

La proposta di assicurare la RC auto in proporzione ai chilometri percorsi anziché con tariffa fissa annuale. Corrisponde a una vera esigenza di alcuni clienti, e dovrebbe avere enorme successo. Esiste un'offerta di questo genere, ma si tratta di impostazione ancora complicata. E' certamente un'idea innovativa. In realtà, con l'assicurazione obbligatoria, il pagamento di premi proporzionali potrebbe

avvenire quale soprattassa sul carburante. Questo sarebbe veramente innovativo, ma metterebbe in crisi enormi interessi consolidati.

Nel 1913 la Ford portò a 5\$ al giorno il salario minimo garantito per i suoi operai. Il costo della manodopera fu da un giorno all'altro triplicato. Ma cessò quasi completamente la rotazione di operai che precedentemente comportava la necessità di assumere 60.000 dipendenti per trattenerne 10.000 e l'efficienza aumentò a tal segno che nonostante gli aumenti nel costo della materia prima negli anni successivi la Ford continuò a produrre il modello T riducendone il prezzo ed aumentandone il profitto. Questa maggiore efficienza connessa con il drastico aumento dei salari diede a Ford una posizione dominante di mercato.

Nella gestione ospedaliera, uno dei maggiori costi nelle società evolute, il passaggio da una filosofia curativa a una preventiva rappresenta una importante innovazione, dai risvolti sociali e non solo economici.

In conclusione non di guizzi di genio si tratta, ma di diuturna attenzione e costante lavoro nel conoscere e anticipare i bisogni dei clienti, nel formulare e verificare ipotesi, nell'attuarle con determinazione e costanza, nel non fermarsi mai e stare sul chi vive.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it