

Innovazione per migliorare il cibo

Pubblicato: Mercoledì 19 Marzo 2014

Innovazione, il segreto è far vivere una nuova esperienza virtuosa al consumatore: è questo il succo dell'intervento al **FEI** di Mauro Piloni, vice presidente Ricerca e Sviluppo Whirlpool Corporation, che ha illustrato al convegno internazionale sull'Innovazione in corso a Venezia il concetto di innovazione e il percorso intrapreso per realizzarla dall'azienda leader nel settore degli elettrodomestici, la cui sede Emea è a Comerio.

«Far vivere una nuova esperienza al consumatore»: questa è la chiave dell'innovazione oggi per **Mauro Piloni**, vice presidente Ricerca e Sviluppo Whirlpool Corporation, intervenuto questa mattina al FEI (Front End of Innovation) in corso all'università Ca' Foscari di Venezia. «Alle domande cosa sia l'innovazione e come sia possibile realizzarla ci sono diverse risposte, tutte valide -ha esordito Piloni-, ma per Whirlpool, innovazione è innanzitutto la capacità di far provare alle persone delle nuove esperienze quando utilizzano i nostri elettrodomestici». L'esempio è dato dalla tecnologia che Whirlpool sta sviluppando nell'ambito del programma di riduzione dello spreco domestico del cibo; tecnologie che permetteranno di "tracciare" gli alimenti, quindi di gestirli in modo ottimale sia in termini sanitario-nutrizionali sia sensoriali. Il frigorifero, ad esempio, grazie a transponder inseriti nel packaging, potrà fornire all'utente direttamente su un display o su tablet/smartphone informazioni sul cibo conservato, relativamente alla provenienza, alle proprietà e alla scadenza. «In questo modo -prosegue Piloni- aumentiamo e rendiamo più consapevole l'interazione dell'utente con l'elettrodomestico permettendo una gestione più attiva e puntuale del cibo; condizione indispensabile per combattere gli sprechi».

Un risultato, questo, che, nel caso di Whirlpool, parte da un assunto: la centralità del consumatore. Per Whirlpool, infatti, l'innovazione, che per essere tale deve soddisfare tre condizioni contemporaneamente, (unicità, vantaggio competitivo e valore per il cliente), poggia su un nuovo concetto del ruolo delle aziende, che da "semplici" centri di ricerca devono diventare centri di competenze. «L'innovazione, ossia la nuova esperienza che vogliamo dare al consumatore, è per sua natura complessa e va ben oltre il prodotto; per questo servono più competenze, che non possono essere patrimonio esclusivo di una sola azienda -dice ancora Piloni-. Creare un "ecosistema collaborativo" fra aziende, centri di ricerca, università focalizzato su obiettivi comuni, è fondamentale perché sia la competenza il driver dell'organizzazione. Determinante, in questo quadro, è il ruolo giocato dal "change agent", figura che funge da ponte fra i diversi attori dell'ecosistema e che sovrintende alla collaborazione».

Nel caso di Whirlpool, il processo di innovazione è partito con l'istituzione di un **Food Institute** nel sito di Cassinetta di Biandronno coordinato da un Open Innovation leader per gestire le competenze interne ingegneristiche e di tecnologia alimentare; è proseguito con la creazione di un ecosistema collaborativo per gestire le competenze fra i diversi componenti dell'ecosistema (università, industrie alimentari e non alimentari, soggetti normativi); si è potenziato con la creazione della società **Whirlpool Research & Development**, un'entità legale snella che gestisce l'ecosistema; e ha dato vita a **Sifood**, associazione tecnologica che sviluppa e adotta soluzioni tecnologiche innovative per la sostenibilità alimentare, dalla tracciabilità alla connettività, dalla sensoristica al packaging, dalla preparazione alla distribuzione e dal trattamento alla conservazione del cibo.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it