

SETTEMBRE 2020

# INNOVAZIONE

*Report case history*

H\*



# DINAMICHE DELL'INNOVAZIONE

## Definizione

L'innovazione è l'applicazione concreta di una idea, intuizione, invenzione.

E' un processo di creazione di un bene/servizio che potrà apportare un valore in termini di progresso sociale.

## Punto di partenza

Individuare l'idea e delineare un progetto (altrimenti rimane una scoperta).

## Caratteristiche

- L'innovazione non è solo tecnologica
- L'innovazione è anche e soprattutto di valore



# CHI NE HA PARLATO

## A. SHUMPETER

Il primo economista a trattare il tema. Dai suoi contributi nascono le successive teorizzazioni. Da menzionare la sua "teoria dello sviluppo economico" (1912), secondo la quale l'innovazione è la forza creativa in grado di determinare la trasformazione industriale.

## J.A. SHILLING

Quali sono le fonti da cui l'innovazione può generarsi? Dobbiamo a Shilling una prima classificazione a sistema complesso:

- Imprese
- Università
- Individui
- ONG e fondazioni private
- Enti pubblici di ricerca

## MARKIDES

Parla di innovazione strategica in termini di posizionamento strategico. Il suo pensiero, integrato a quello di Porter relativo al come prendere decisioni strategiche di mercato, permette di aprire le porte all'analisi dell'innovazione organizzativa necessaria per supportare e guidare lo sviluppo.





# IN AZIONE

Quali sono alcuni esempi di innovazione manifestata



# APPLE INC.



## L'azienda

**Fondata** nel 1976 da Stef Jobs, Steve Wozniak, Ron Wayne (che ha lasciato la nave 11 giorni dopo per paura del fallimento).

**Sede attuale:** Cupertino, California.

**Sede di nascita:** garage dei genitori di Jobs a Palo Alto, California.

**Perchè Apple:** ispirato ad una dieta a base di frutta che seguiva S. Jobs.

## Fondamenti del successo:

- determinazione e coraggio
- semplicità ed eleganza
- componente tecnologica innovativa
- analisi, studio, ricerca
- strategia e duro lavoro
- valori (empatia, obiettivo, attribuzione)
- acquisizioni, accordi e collaborazioni
- capacità di risollevarsi dopo un fallimento (think different)
- contaminazione tra marketing, ingegneria, arti, design, psicologia.
- grande capacità di ascolto del mercato

# LAIKA



# LAIKA®

## L'azienda

**Fondata** nel 1964 da Giovanbattista Moscardini.

**Sede attuale:** Valle del Chianti, 30 km da Firenze.

**Perchè Laika:** ispirato al nome della prima cagnetta lanciata nello spazio. Il fondatore era un appassionato dello spazio e delle scoperte che in quegli anni stavano avvenendo.

## Fondamenti del successo:

- programmi di engagement per il personale (coaching e formazione)
- nuovi prodotti e tecnologie
- nuove politiche di prezzo
- investimenti in comunicazione e marketing
- riorganizzazione aziendale (produzione, logistica, supply chain)
- maggiore attenzione alla customer experience e al design
- Introduzione di un sistema di monitoraggio e controllo KPI

# LAMBORGHINI



## L'azienda

**Fondata:** la storia di Automobili Lamborghini prende avvio agli inizi degli anni '60 da Ferruccio Lamborghini. Avvio ufficiale 1963

**Sede attuale:** Sant'Agata Bolognese - Bologna

**Perchè Lamborghini:** brand che è partito da trattori e caldaie. Perchè poi le auto? Perchè il Ferrari 250 GT dell'imprenditore aveva il motore "troppo rumoroso".

## Fondamenti del successo:

- analisi e studio della concorrenza
- investimento in Ricerca e Sviluppo
- nuove tecnologie sempre in studio
- attenzione alla customer journey
- costituzione di un centro di innovazione interno che permette di studiare costi-produzione

# UBER

# Uber

## L'azienda

Fondata nel 2007 da Igor Farinetti

Sede attuale: diverse sedi sul territorio. La prima in zona Lingotto a Torino.

Perchè Uber: L'idea nasce dalla volontà di innovare il modello di business della Grande Distribuzione Organizzata.

## Fondamenti del successo:

- individuazione di una elite di mercato
- analisi, studio e "scelta"
- gestione della complessità
- acquisizioni e fusioni
- ricerca strategica di team member, soci e partner. Nonchè personale.
- complementarità e non opposizione di mercato
- comunicazione trasparente e chiara al cliente: "riduci i livelli di consumo" (al contrario della GDO e i suoi dogmi). Es. "compra solo ciò che ti serve ... ma compralo buono!")
- didattica Eataly



# TESLA



# TESLA

## L'azienda

**Fondata** nel 2003 da Elon Musk insieme a Martin Eberhard e Marc Tarpenning che l'hanno finanziata e co-fondata

**Sede di fondazione:** San Carlo, California - Silicon Valley.  
**Sede attuale:** Palo Alto, California

**Perchè Tesla:** L'idea nasce dalla volontà di innovare il modello di business della Grande Distribuzione Organizzata.

## Fondamenti del successo:

- innovazione tecnologica e sostenibilità
- investimenti continui in ricerca e sviluppo
- produzione, partner e supply chain al centro
- estro imprenditoriale del fondatore
- analisi, monitoraggio e previsione dei rischi
- sostenibilità economico-finanziaria



**Audacity**

# OLTRE IL PRODOTTO

**Questa è solo una minima  
parte dei casi di successo  
possibili,**

Sufficiente a regalarci il minimo comune denominatore: audacia e pensiero "futuristico".

Innovazione non è invenzione, questo a significare che a volte è il più piccolo e semplice cambiamento a fare la differenza.

L'audacia e il coraggio sono nel tentare di aprirsi a nuovi mercati dalla cornice sempre più ampia. Questo richiede molto studio, capacità di analisi, ascolto, osservazione ed anche - e soprattutto - sapersi circondare di un team/network di eccellenza.

Tutto questo ... un piccolo passo alla volta, sfidando le convenzioni.

SETTEMBRE 2020

# GRAZIE

*www.placehub.it*

