

Leonardo da Vinci

NEXT – Creativity And Innovation for Industries

Stefano Miotto

Milano, 20 giugno 2011

CONFINDUSTRIA
Veneto **SI**AV S.P.A.

Le politiche per l'INNOVAZIONE dovrebbero riflettere il mondo com'è e COME SARÀ

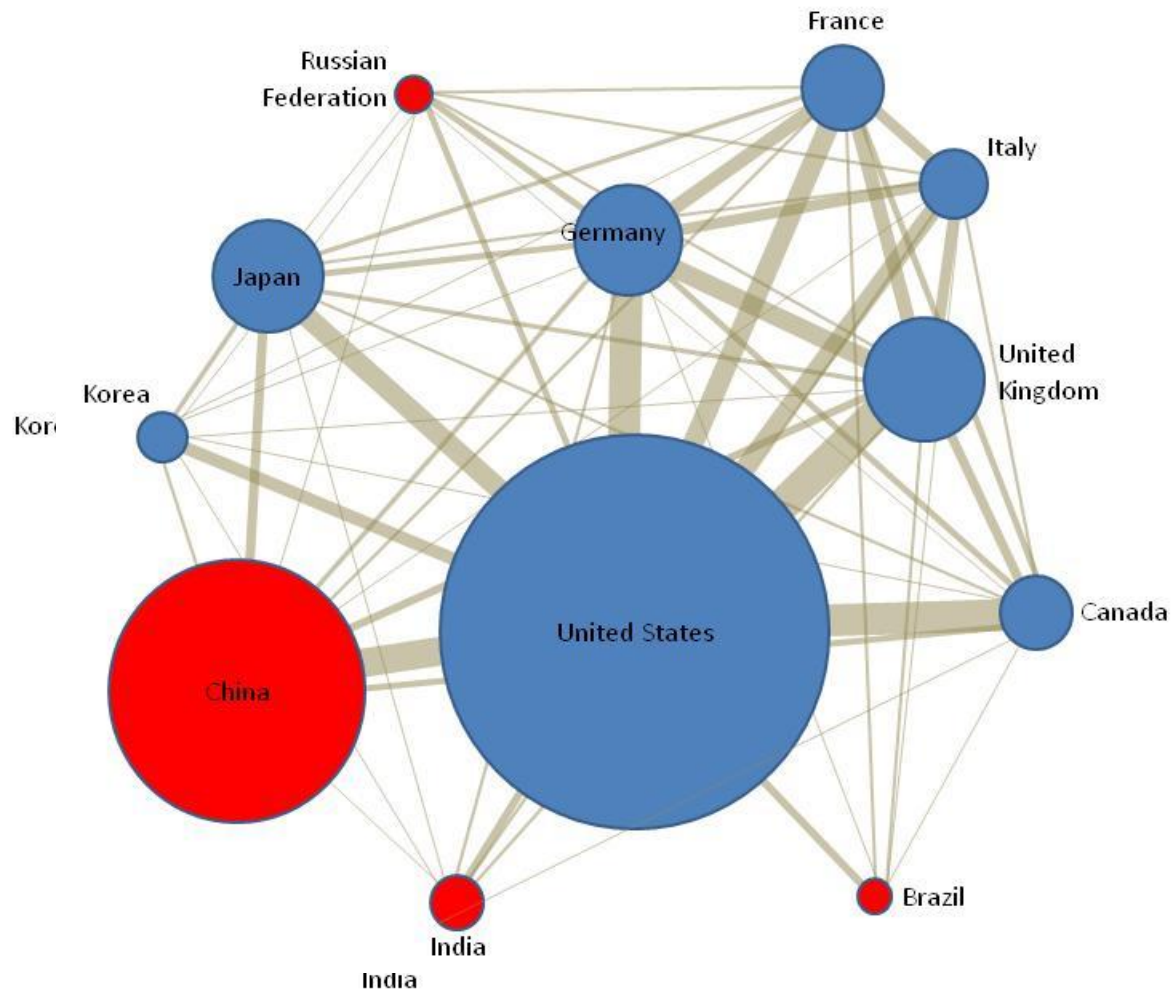
La natura dell'innovazione è cambiata irreversibilmente a causa di:

- **Globalizzazione**
- **Ingresso nell'arena economica di nuovi attori (Cina, India..)**
- **Utilizzo diffuso delle TIC**
- **Pressione competitiva in aumento attraverso l'utilizzo di metodi di open innovation**

Come dunque si realizza l'innovazione? Dove avviene? Chi la governa e chi la produce? Quali sono i componenti essenziali?

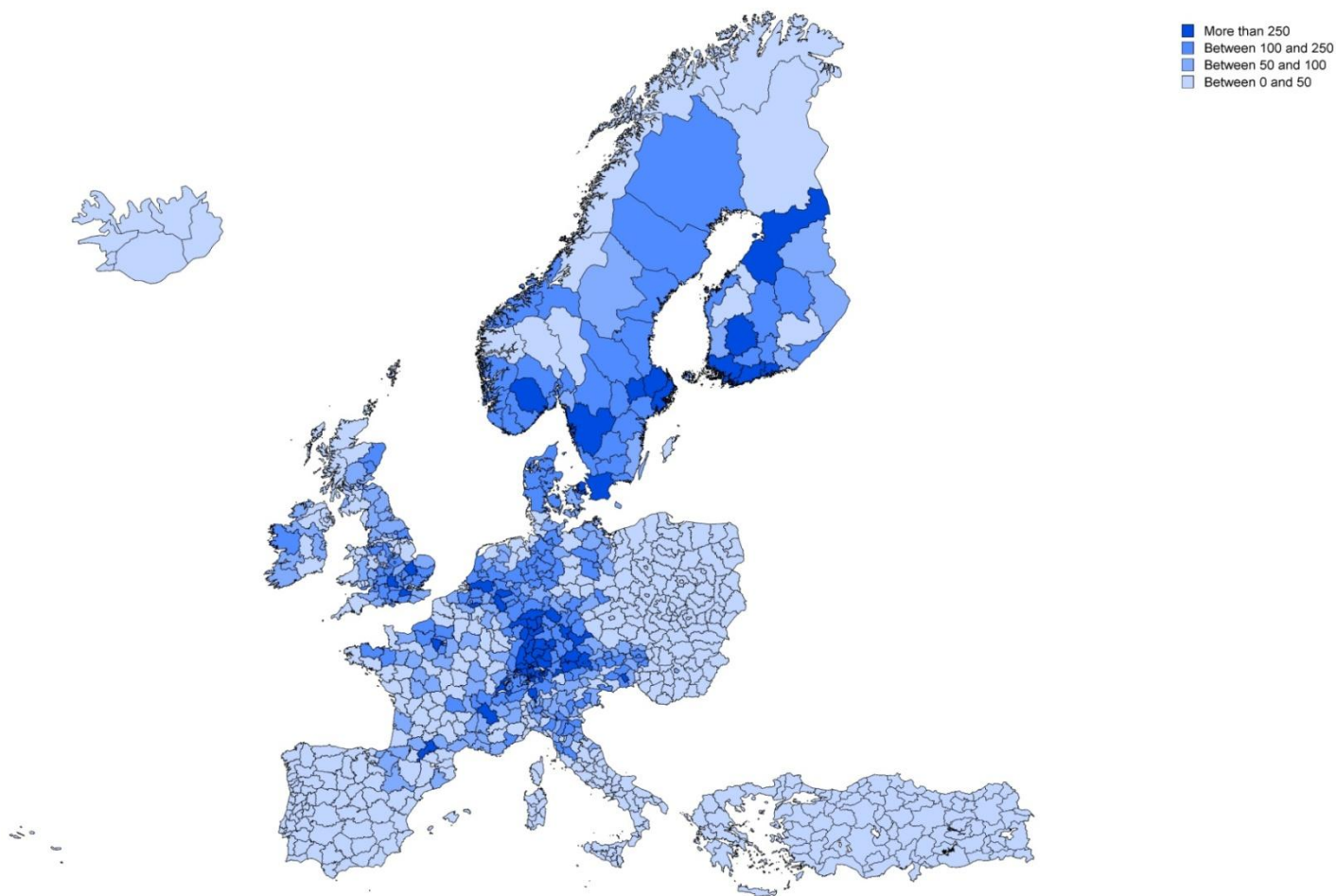
NUOVI ATTORI HANNO FATTO IL LORO INGRESSO E LA COLLABORAZIONE TRA I MAGGIORI SI STA INTENSIFICANDO

2008



...MA L'INNOVAZIONE NON È "PIATTA".

Brevetti per milioni di abitanti, Europa, media 2005-2007

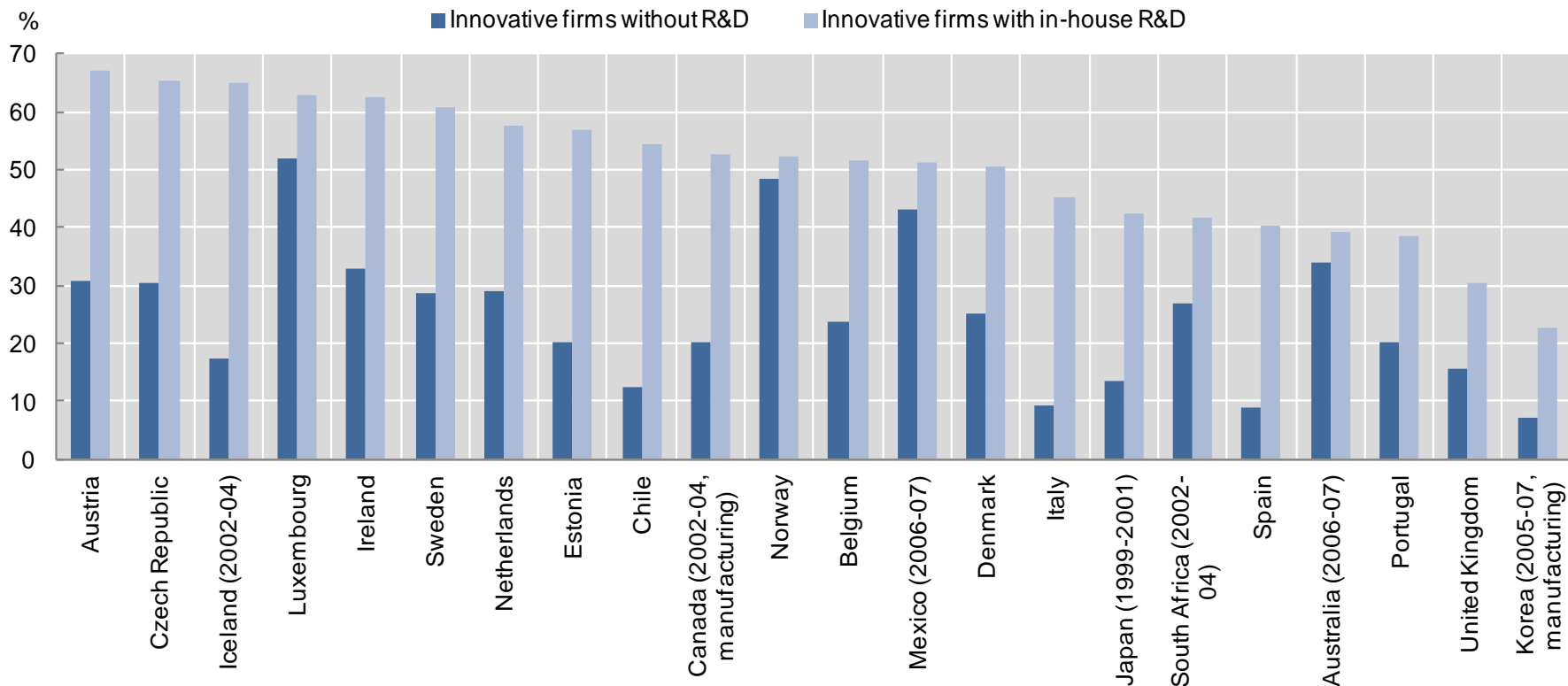


Fonte: OECD (2010), *Measuring Innovation: A New Perspective*, OECD, Paris based on OECD REGPAT Database and OECD, Regional Database.

... ED È MOLTO PIÙ CHE RICERCA E SVILUPPO

Innovatori - immissione di nuovi prodotti sul mercato, 2004-2006

Come percentuale di aziende innovative per stato di R & S

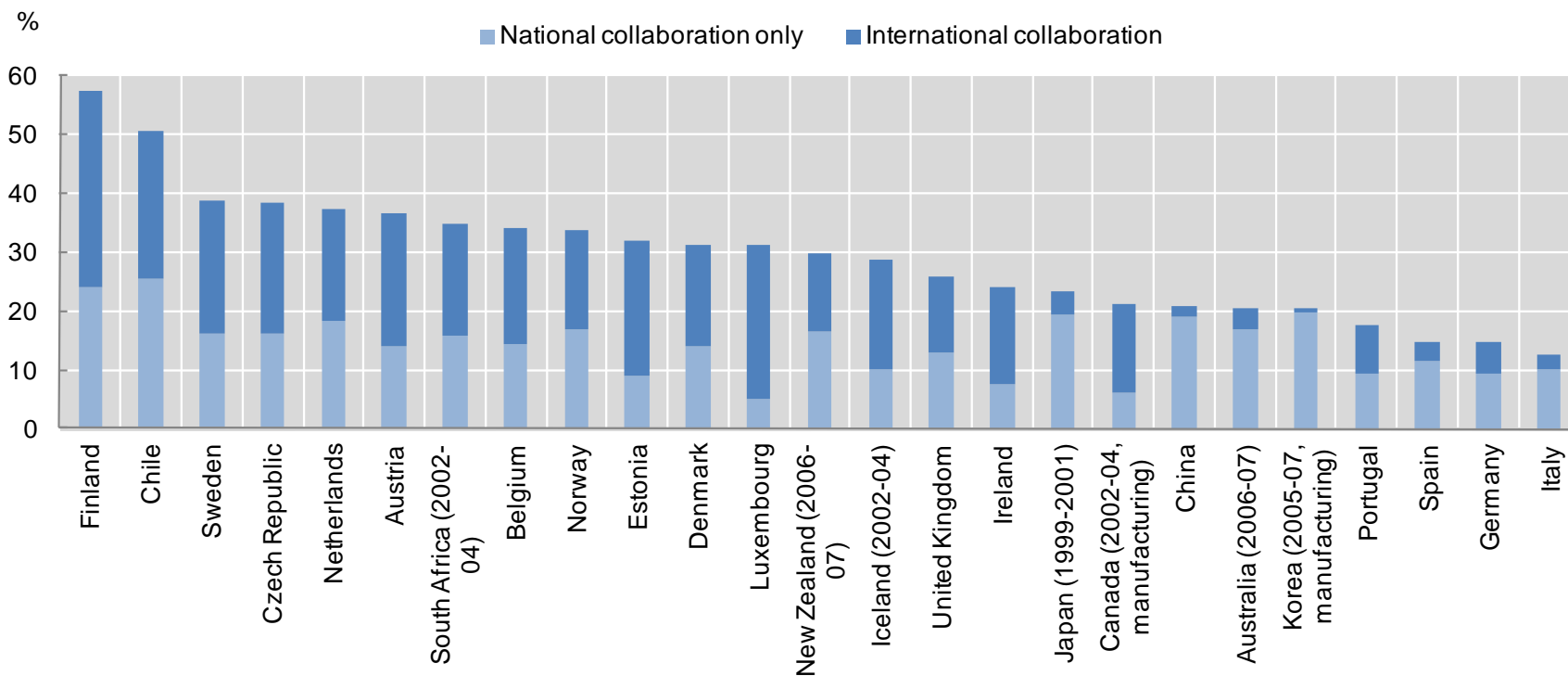


I NUOVI INDICATORI rivelano come in Australia e Norvegia la propensione all'introduzione di un nuovo prodotto sia equivalente a prescindere dall'investimento in R & S da parte dell'azienda.

LIVELLI DI COLLABORAZIONE TRA AZIENDE

Aziende con collaborazioni per sviluppo dell'innovazione a livello nazionale / internazionale , 2004-06

Come percentuale di aziende innovative

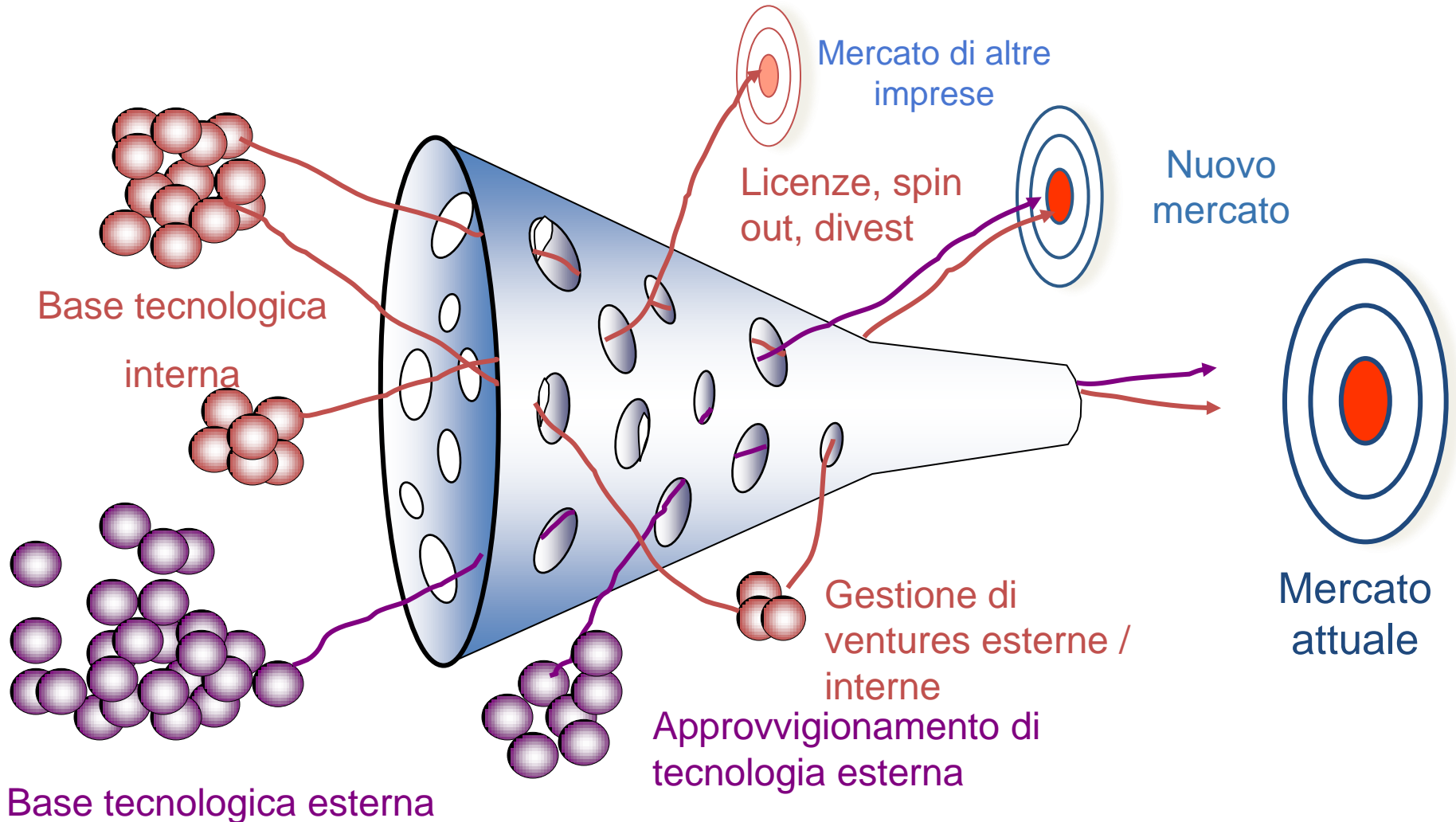


Fonte: OECD (2010), *Measuring Innovation: A New Perspective*, OECD, Paris based on OECD, Innovation microdata project.

PROMUOVERE L'IMPRENDITORIALITÀ E LA NASCITA DI NUOVE IMPRESE INNOVATIVE

- **Le “gazzelle” sono fonte di innovazioni radicali e dirompenti**
- **Nuove imprese tendono a generare una maggiore produttività opportunità di occupazione**

OPEN INNOVATION – IL FUNNEL DELL'INNOVAZIONE



«Solo quelle aziende che possono contare su una solida conoscenza tecnologica e sulla creatività, per esempio la capacità di risolvere le problematiche dei clienti, potranno crescere dopo la crisi. Oggi il valore di un'azienda si costruisce con le idee, non con viti e bulloni»,
Imprenditore – 2009

THE INNOVATION PEOPLE: L'APPROCCIO DI NEXT

1. Considerare **l'innovazione e la capacità di essere creativi** come driver essenziale per lo sviluppo economico ed aziendale;
2. Sostenere la diffusione di una cultura creativa ed innovativa nelle aziende, attraverso il trasferimento e l'applicazione sistematica di metodologie e tecniche creative, applicate a sviluppo di innovazione, di nuovi prodotti e servizi
3. Fornire un **approccio multiculturale ad hoc** per trasferire strumenti e concetti dalla realtà olandese – New Shoes Today - che li ha prodotti;
4. Produzione di 15 **Piani di Azione** concreti per lo sviluppo innovativo in azienda e nelle organizzazioni di servizi.

I RISULTATI

1. Tre Open **workshops** e una Conferenza Finale per aziende e organismi di servizio
2. Sei giornate di **training** su metodologie e tecniche creative con aziende, dirigenti ed esperti, applicate a sviluppo di innovazione, di nuovi prodotti e servizi
3. Creazione di una community permanente nel blog del sito **www.leonardonext.eu**
4. Trasferimento e diffusione del volume "**Creativity Today... innovare per il futuro**" attraverso il NEXT on Tour 2011
5. Progettazione di Masterclasses CREATIVITY&INNOVATION

3 Workshop aperti ad aziende ed esperti: WORKSHOP BUDAPEST– Giugno 2010



3 sessioni di training (6 giornate)
III SESSIONE – Ottobre 2010

