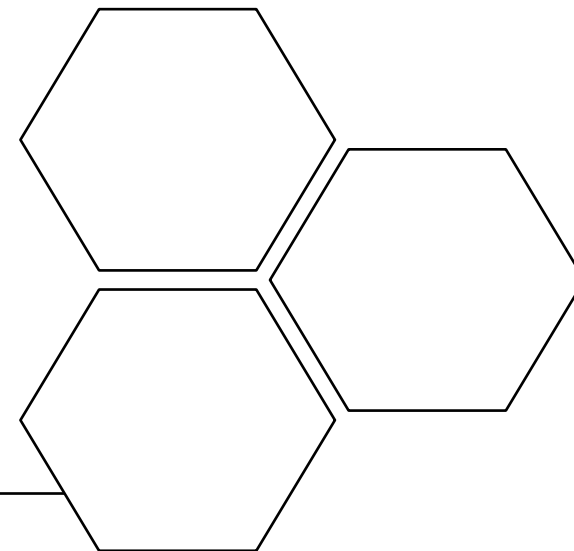
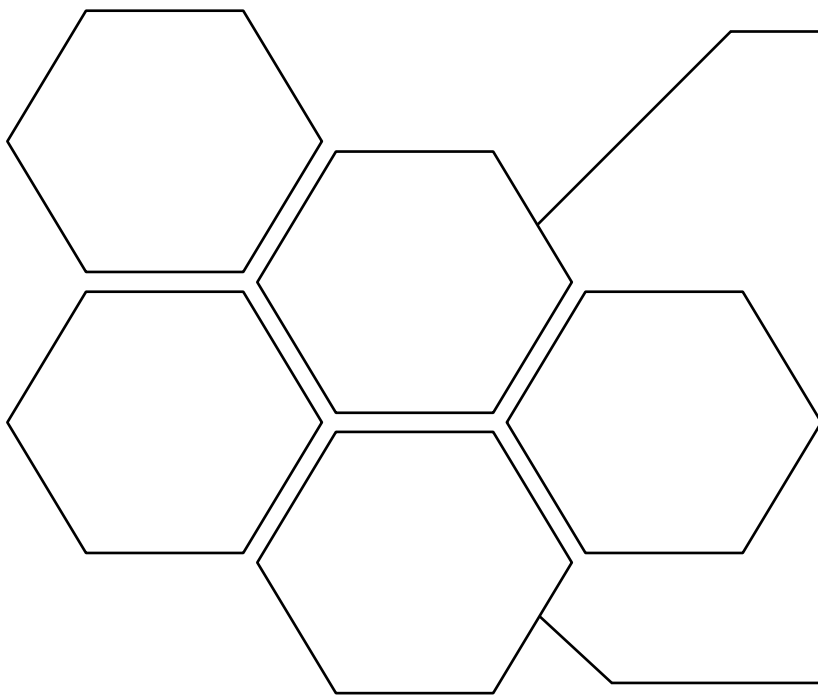
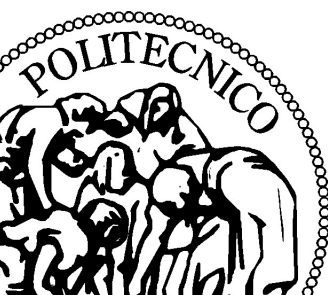


# “Design e Innovazione Strumenti e pratiche per la ricerca applicata”

Flaviano Celaschi  
Alessandro Deserti



Alice Surz 720761  
Mattia Visentin 721343  
Veronica Martin 713157



Politecnico di Milano  
Facoltà di Design

Corso di Laurea in Disegno Industriale  
I anno L.M. - Sez. P3/S - A.A. 2007/2008

Corso di Metodi di Ricerca per il Progetto  
Prof: Stefano Maffei  
Tutor: Eleonora Lupo, Mauro Martino



## **Autori**

---



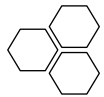
## **Contesto**

---



## **Introduzione**

---



## **Tesi**

---



## **Premessa**

---



## **Temi ricorrenti**

---



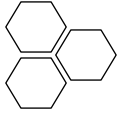
## **Caso studio**

---



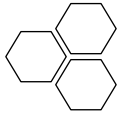
## **In sintesi**

---



## Flaviano Celaschi

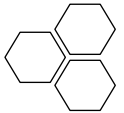
---



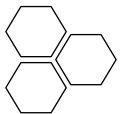
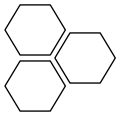
Professore ordinario del Politecnico di Torino.  
Insegna Gestione dell'innovazione di progetto a Torino.  
Cofondatore e primo direttore del consorzio POLI.Design  
e del dipartimento INDACO del Politecnico di Milano.

## Alessandro Deserti

---



Professore straordinario di Disegno industriale al Politecnico di Milano.  
Insegna processi e metodi del Design.  
Presidente del corso di Design dell'arredo della facoltà di Design.  
Responsabile dei laboratori sperimentali del dipartimento INDACO.

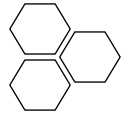


## Bibliografia pertinente al tema del libro

---



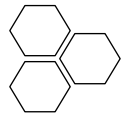
F. Celaschi, A. Deserti, R. De Paolis, *Furniture and textile Design*, POLI.Design, Milano 2000  
F. Celaschi, *Il Design della forma merce*, Il Sole 24 ore edizioni, Milano 2000  
A. Deserti, *Il sistema progetto. Contributi per una prassi del Design*, POLI.Design, Milano 2001  
F. Celaschi, R. Trocchianesi, *Design & beni culturali*, POLI.Design, Milano 2004  
F. Celaschi, A. Cappellieri, A. Vasile, *Lusso versus design*, Franco Angeli, Milano 2005



ANNO



2007



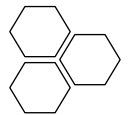
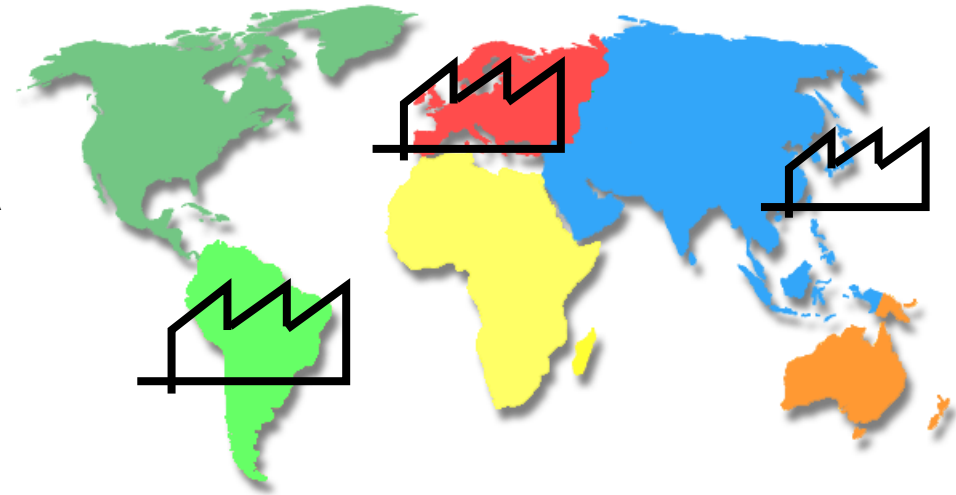
CONTESTO



ATTUALE

PICCOLA-MEDIA IMPRESA

INTERNAZIONALE



DESIGN



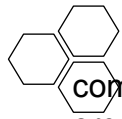
VISIONE DEL DESIGN  
ATTUALE E INNOVATIVA



INNOVAZIONE DI PROGETTO



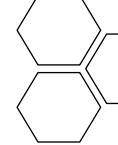
pratiche e conoscenze che permettono all'impresa di comprendere il cambiamento trasferendolo sul mercato sottoforma di valore



comprensione delle TENDENZE IN ATTO  
organizzazione di PROCESSI D'IMPRESA EFFICACI  
sistematica INNOVAZIONE dell'OFFERTA  
CAPACITA' DI RELAZIONARSI con operatori  
d'innovazione e fornitori di progetto

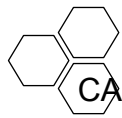


SFIDE importanti per le imprese



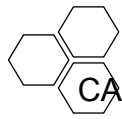
DESIGN può dire molto

- .disciplina giovane
- .approccio aperto
- .contaminazione e fusione di saperi



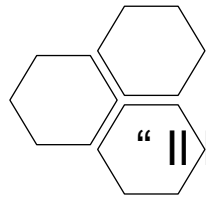
CAPITOLI 1 e 2

- .stato dell'arte del Design
- .definizione strumenti e modelli di approccio
- .pratiche del progetto

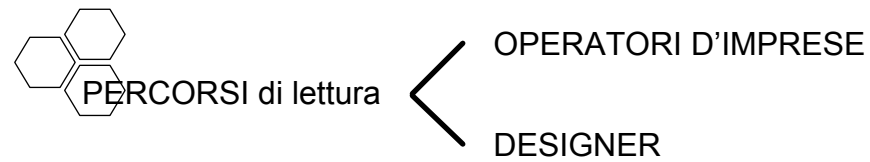


CAPITOLI 3 e 4

- .repertorio casi aziendali
- .scenari di cambiamento
- .verifica dell'applicazione dei modelli proposti



“ II METAPROGETTO come strumento di INNOVAZIONE”



OFFERTA > DOMANDA  
COMMODITYFICATION BENI

PRODOTTO diventa MERCE CONTEMPORANEA  
CAMBIA IL VALORE PERCEPITO



 IL METAPROGETTO

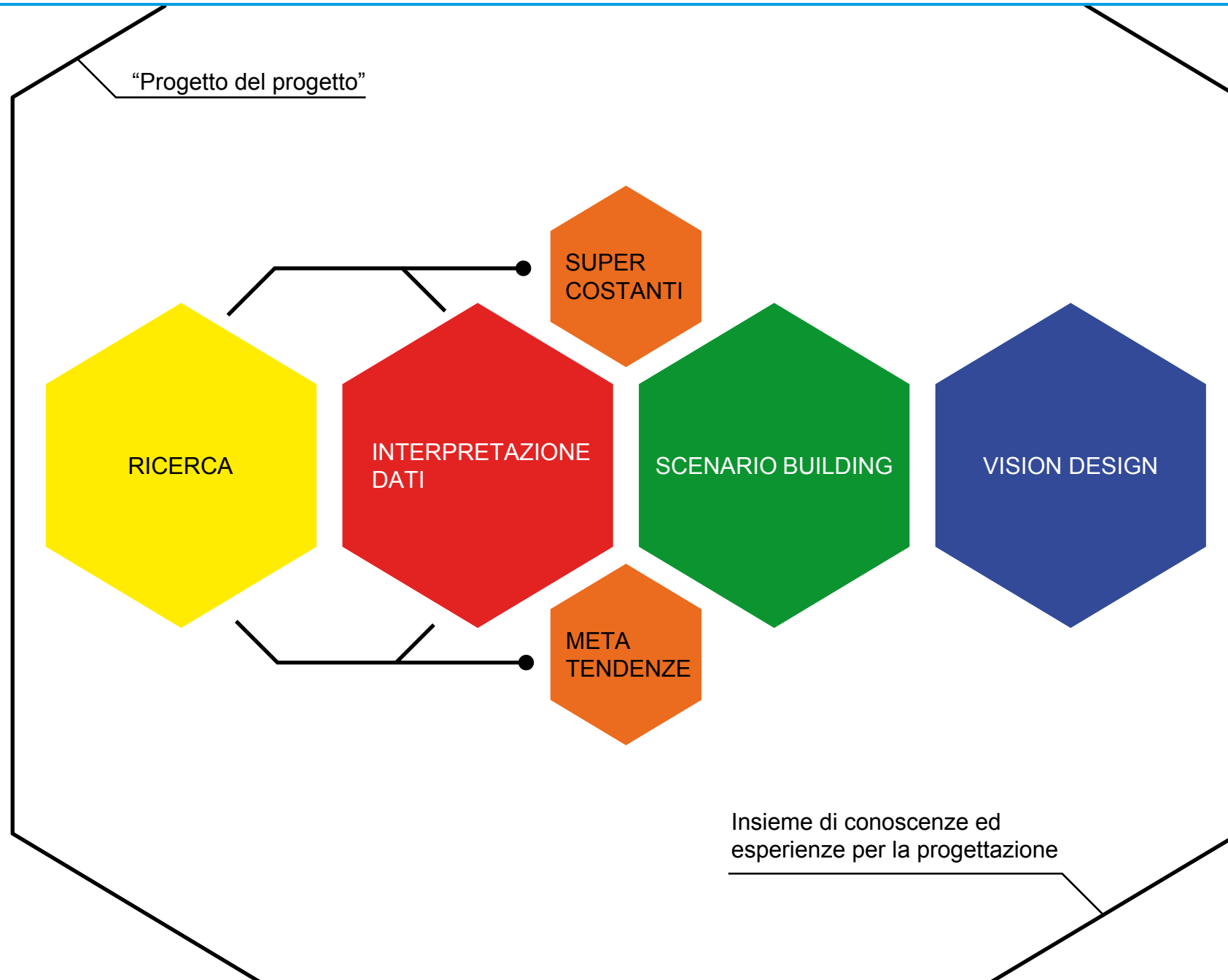
 FASI E STRUMENTI

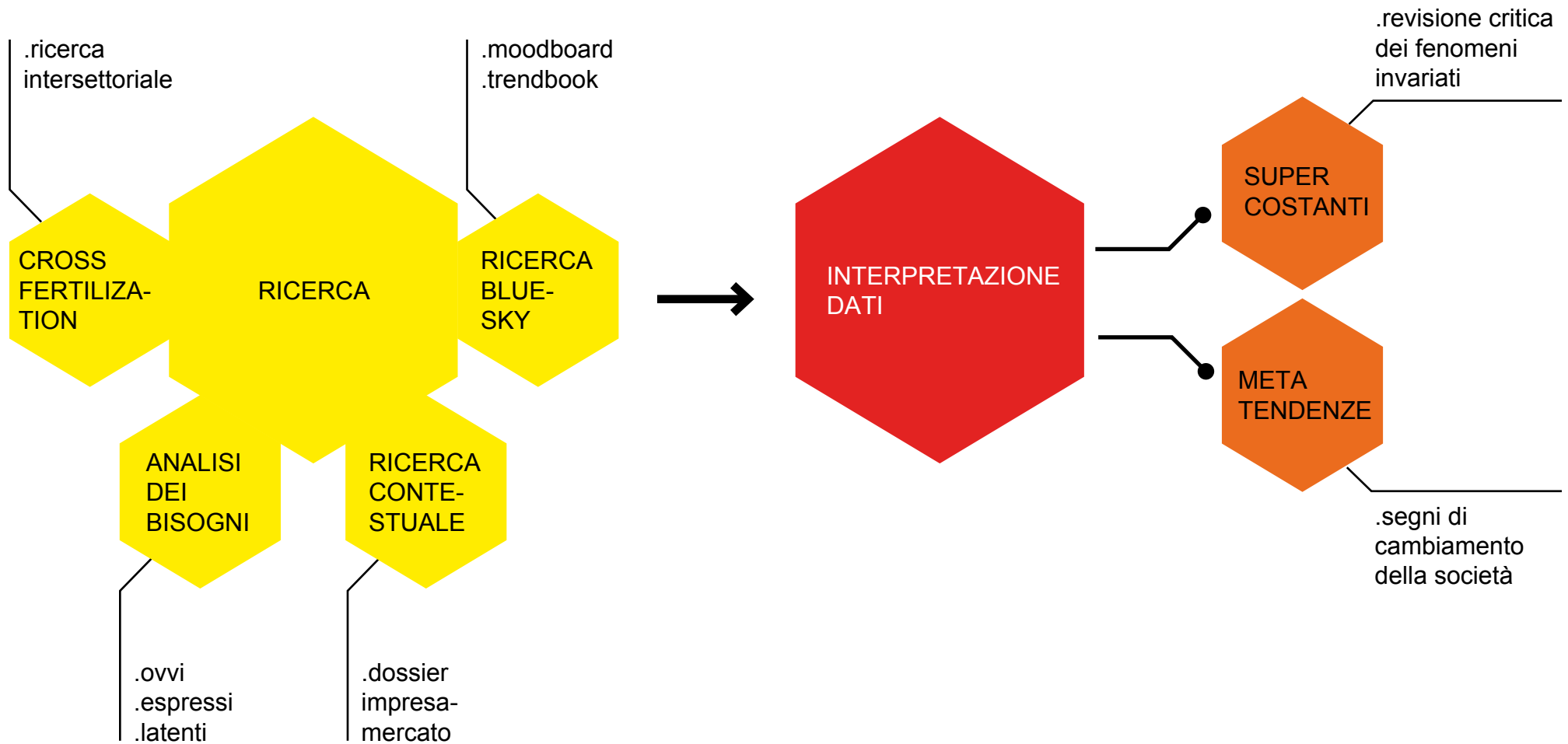
 METAPROGETTO PER L'IMPRESA

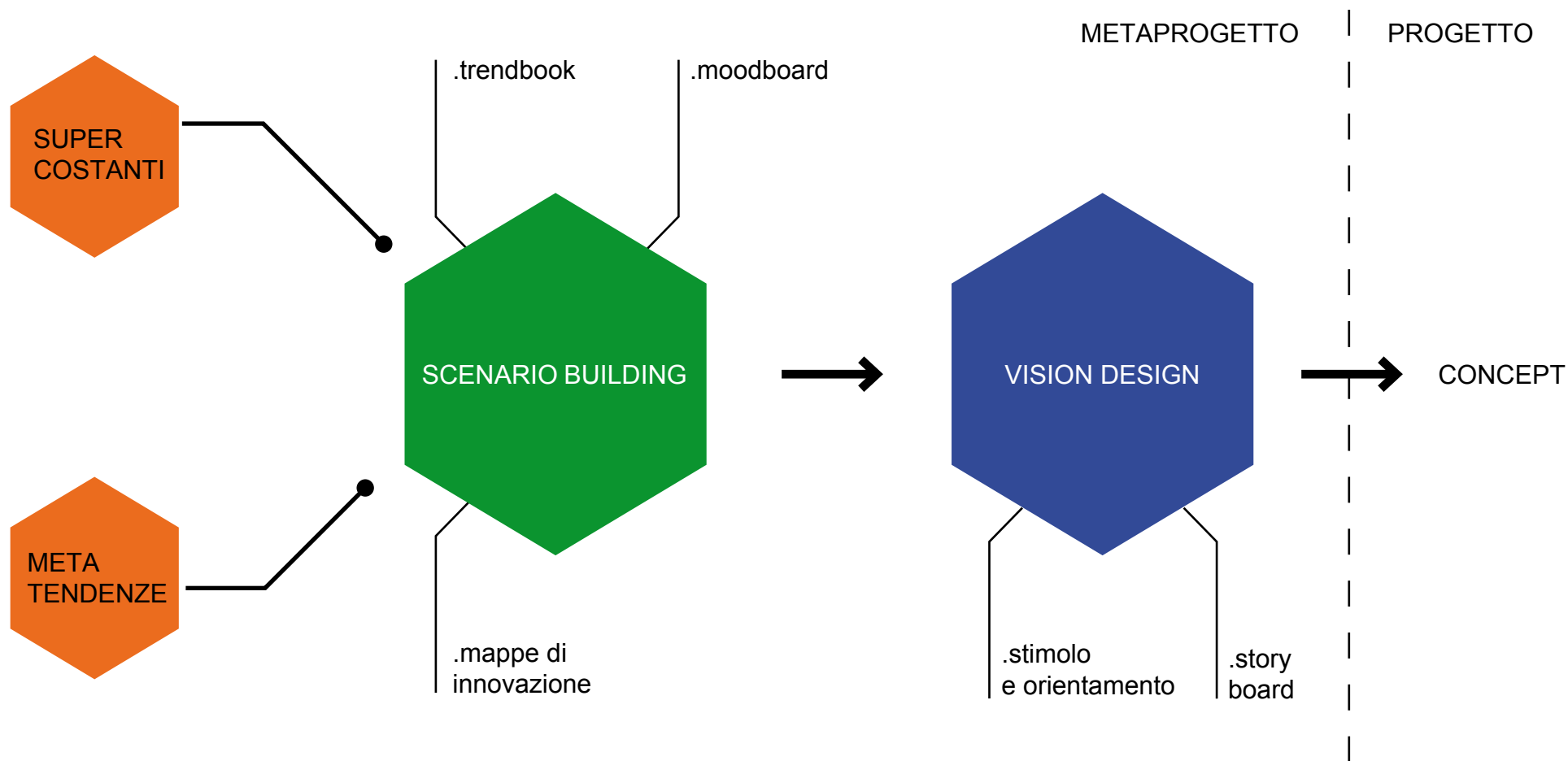
 INTEGRAZIONE DESIGN NELL'IMPRESA

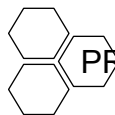
 INNOVAZIONE DESIGN ORIENTED





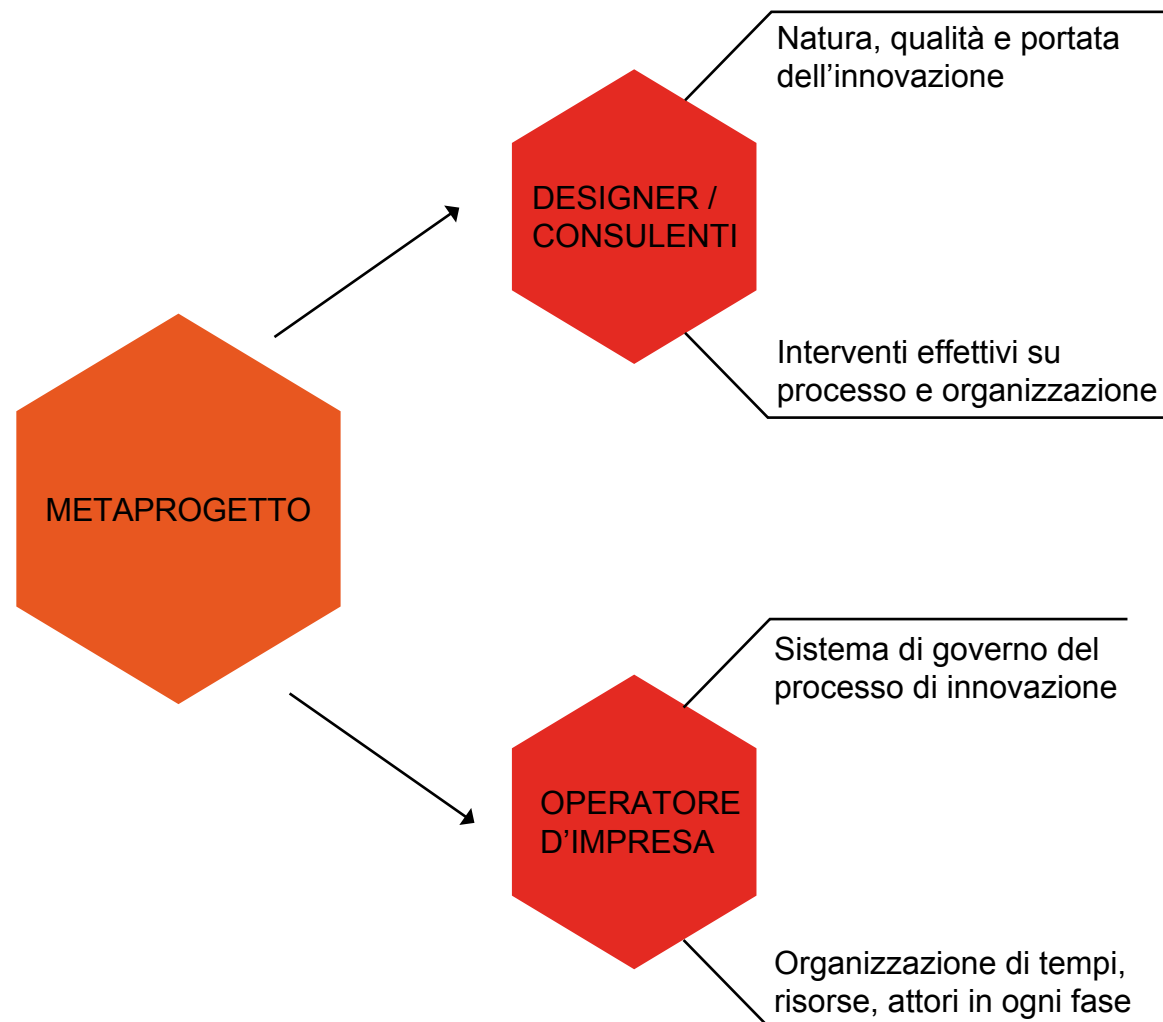






## PROGRAMMAZIONE DEL PROCESSO DI RICERCA E PROGETTAZIONE

2 LIVELLI DI UTILIZZO':



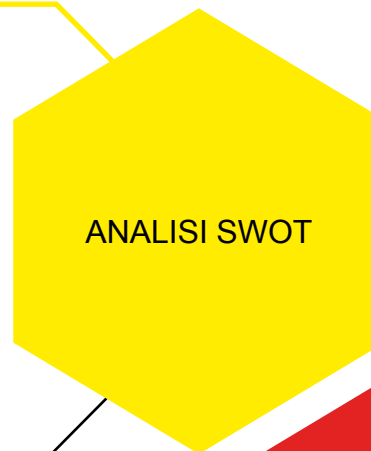
.Field:  
Check dell'impresa  
(sede principale, centri distribuzione, stakeholders)

Strumenti di design:  
analisi di prodotto e portfolio  
(materiali forme, tecnologie, tendenze generali)

Osservazione diretta  
(cataloghi, comunicazione promozionale, fiere,  
punti vendita)

.Desk  
strumenti di marketing:  
benchmarking di processo  
benchmarking di prodotto  
(performance caratteristiche di mercato e  
gradimento consumatori)  
benchmarking di servizio  
benchmarking strategico

Minacce e opportunità



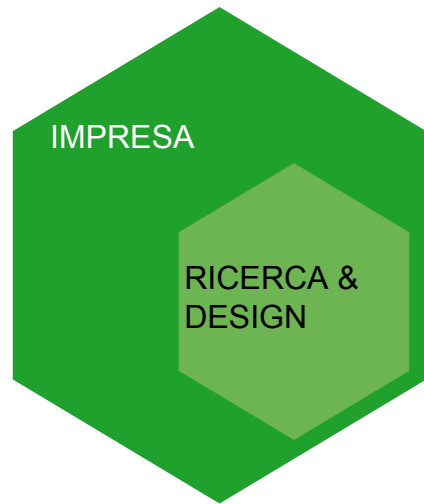
Definizione dei risultati attesi



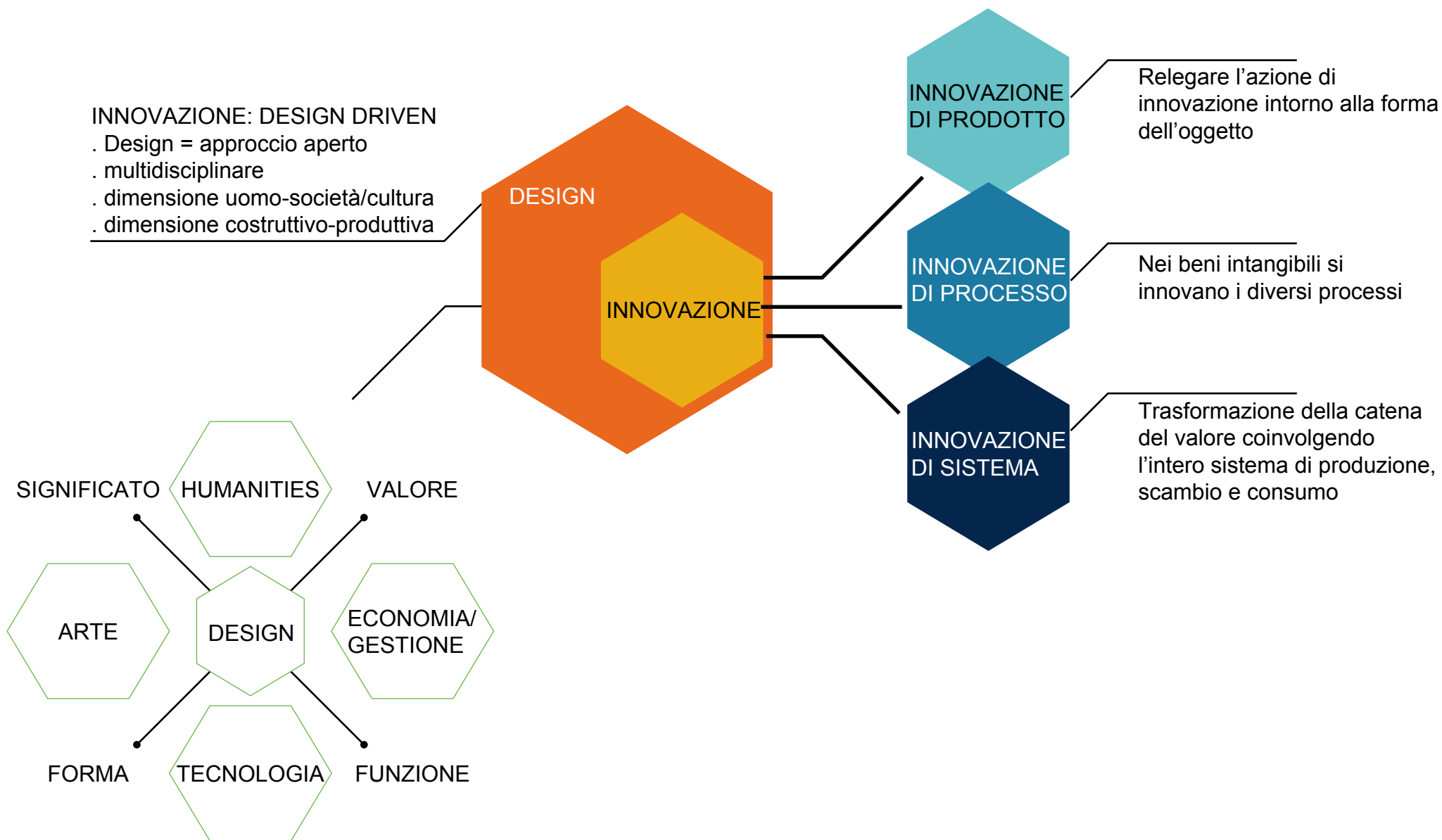
Desk e Field



Definizione dei fattori  
in gioco



TESI:  
IL DESIGN DEV'ESSERE INTERNO ALL'IMPRESA.



INNOVAZIONE  
DI PRODOTTO

INNOVAZIONE  
DI PROCESSO

INNOVAZIONE  
DI SISTEMA

. Necessità  
negoiazione

- . Lunghi tempi
- . Coinvolgimento  
di tutta l'impresa
- . Organizzazione  
e ruoli devono  
adeguarsi al  
cambiamento
- . Portatori di  
innovazioni =  
nuove figure,  
in staff, vicino  
amministratore

IMPRESA MODERNA:  
- conservatrice  
- multidimensionale (plurità attori)  
- statica  
- struttura organizzativa:  
compromesso tra esigenze  
funzionali e profitto

Innova perchè costretta dal mercato

. Innovare  
occasionalmente  
= visione a medio  
termine



Processo migliore =  
INNOVAZIONE CONTINUA



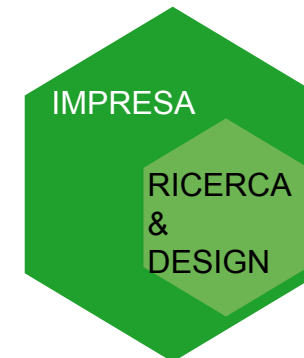
Soluzione migliore =  
Integrare il processo nell'impresa



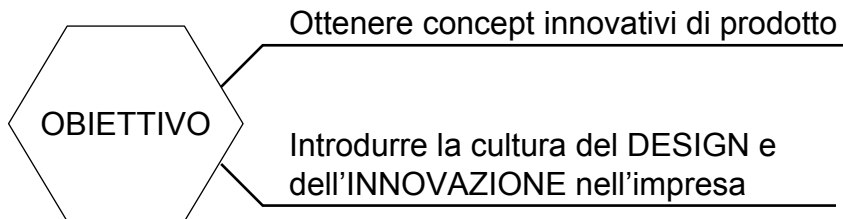
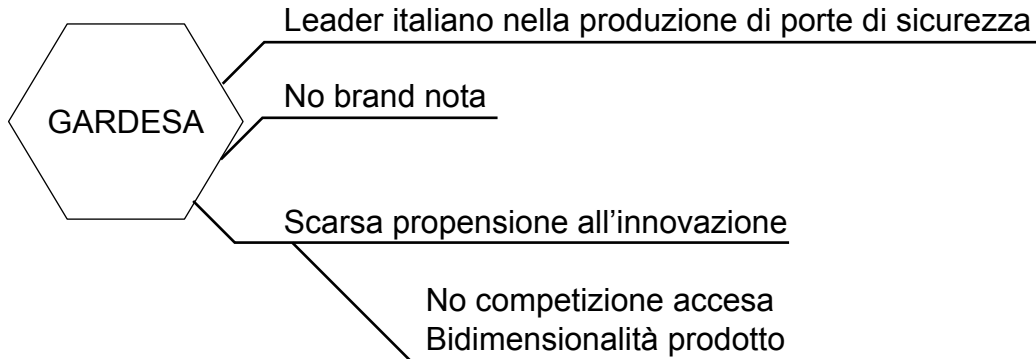
essendo INNOVAZIONE =  
DESIGN DRIVEN



IL DESIGN DEV'ESSERE  
INTERNO ALL'IMPRESA.  
(TESI)







## PROCESSO DI RICERCA

- .Contesto
- .Mercato
- .Nuovi usi
- .Cross Fertilization
- .Cultura di riferimento
- .Etnografica
- .Impresa

## RICERCA BLUE-SKY

- .Immaginario filmico per descrizione cultura '900

## SCENARI

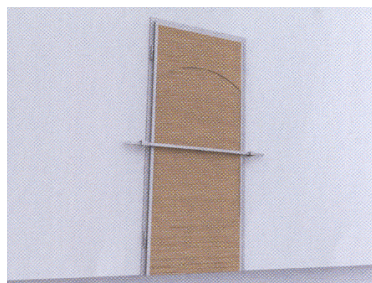
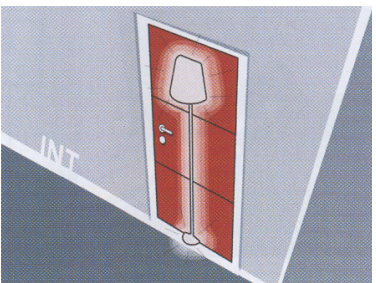
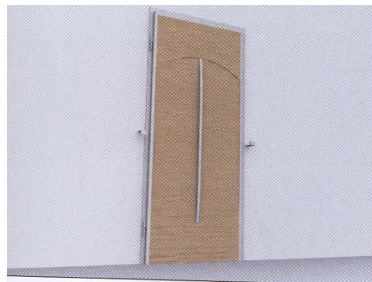
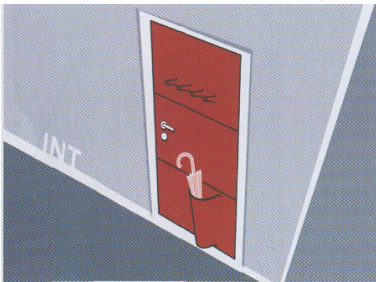
- .Libertà di fare
- .Sicurezza di potere

## CONCEPT

- .Workshop

## CATENA DEL VALORE DELLA PORTA DI SICUREZZA

## VISION DEL BISOGNO FUTURO



## METAPROGETTO PER IL PRODOTTO E PER L'IMPRESA



### ASPETTI COMUNI

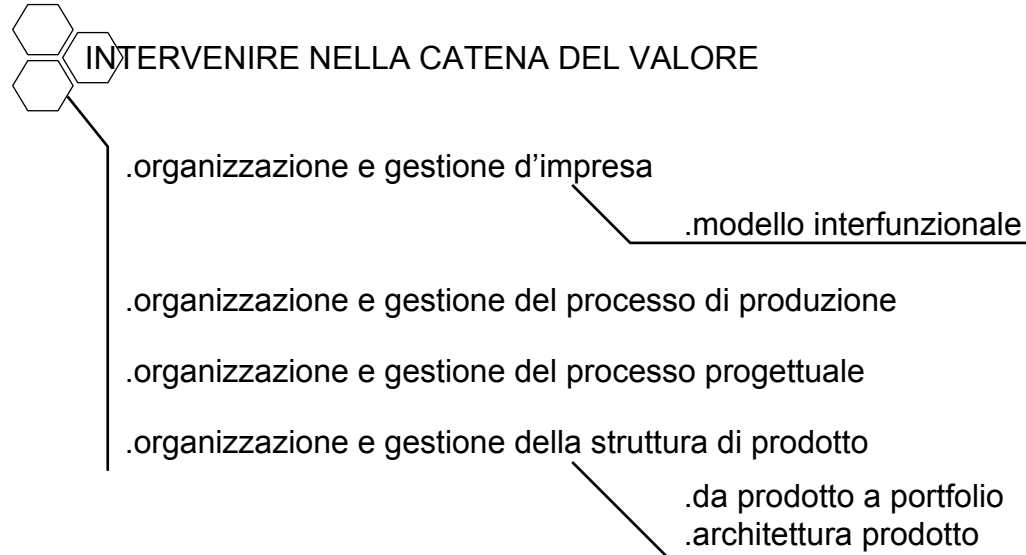
- .Informazioni impresa: dimensione, catalogo, estensione mercato, tipologia clienti, lavorazioni interne e fornitori esterni
- .Informazioni concorrenza: dimensione, qualità, livello competitivo, mercati potenziali
- .Motivo di spinta a innovazione, concentrazione decisionale, metodi e conoscenze e consapevolezza del cambiamento a livello decisionale



### DIFFERENZE

- .Il metaprogetto per il prodotto non considera fattori prettamente di marketing
- .Diversi interesse e chiavi di lettura a seconda del referente

## RUOLO DEL DESIGN





## CONTENUTI

- .Effettivo quadro della situazione attuale
- .Contenuti attuali e interessanti
- .Concetti spiegati in maniera coerente e comprensibile



## STRUTTURA

- .Struttura apparentemente lineare
- .Ci sono spesso ripetizioni e richiami dei concetti spiegati
- .I casi studio, collocati alla fine del libro, potrebbero rendere più scorrevole e agevole la lettura del libro se posizionati durante la spiegazione teorica