

L'IMPRESA RIVISTA ITALIANA DI MANAGEMENT

la rivista

- Mercati
- Scenari
- Strategie
- Competenze
- Formazioni
- Interviste
- Recensioni

directory

- Formazione
- Agenzie del lavoro
- Consulenza
- Assirm

documentazione

- Libri online
- Documenti

multimedia

- Audio-video
- Cinema & Impresa

MODELLI DI INNOVAZIONE.
Le partnership e le contaminazioni che rendono le imprese più competitive

Know how italiano all'opera

L'esempio di un'azienda che ha avuto il coraggio di cambiare totalmente il suo approccio all'innovazione, di processo e di prodotto

Il primo incontro tra Alberto Salvetti e Ottavio Crivaro avviene sulle scale del Kilometro Rosso, il parco tecnologico di Bergamo, circa due anni fa. Responsabile ricerca e sviluppo di Nolan, azienda produttrice di caschi nota per "coronare" le teste di motociclisti campioni del mondo come Casey Stoner (MotoGP) e Carlos Checa (Superbike), Alberto Salvetti è convinto che per ridurre i costi non si debba necessariamente portare la produzione in India o in Cina, ma sia necessario puntare tutto sull'innovazione. Innovazione di processo per razionalizzare il lavoro e innovazione di prodotto per offrire valore aggiunto rispetto ai competitor. Ottavio Crivaro è invece responsabile dell'area trasferimento tecnologico di Warrant Group, azienda specializzata nella consulenza per lo sviluppo dell'impresa ed è amministratore delegato di Moxoff, spinoff del Politecnico di Milano con Warrant Group, che utilizza modelli e algoritmi matematici per innovare prodotti, processi e servizi.

Anche Ottavio Crivaro è convinto di qualcosa e cioè che per fare bene l'innovazione, sia necessario aprirsi alla contaminazione da altri settori. Non tutti sanno che il processo di produzione di un casco comporta, oltre ad alcune tipiche fasi della produzione in serie (stampaggio ad iniezione di materiali termoplastici, trattamenti, verniciatura, ecc.), molte altre attività che, a causa della particolare specificità del prodotto, non sono automatizzate. Tra tutte le fasi del processo di produzione, quelle che determinano la diversificazione finale del prodotto ai fini della sua valorizzazione estetica, fanno la vera differenza tra un casco e un

IL NUMERO DI DICEMBRE IN EDICOLA
Guarda il sommario

first generation Entrepreneurship Award 2012

STRATEGIE / 12.2011

Social media functionality
Il mondo dei social media è diventato una giungla nella quale è difficile orientarsi e spesso

MODELLI DI INNOVAZIONE.

Le partnership e le contaminazioni che rendono le imprese più competitive

Know how italiano all'opera

L'esempio di un'azienda che ha avuto il coraggio di cambiare totalmente il suo approccio all'innovazione, di processo e di prodotto

Il primo incontro tra Alberto Salvetti e Ottavio Crivaro avviene sulle scale del Kilometro Rosso, il parco tecnologico di Bergamo, circa due anni fa. Responsabile ricerca e sviluppo di Nolan, azienda produttrice di caschi nota per "coronare" le teste di motociclisti campioni del mondo come Casey Stoner (MotoGP) e Carlos Checa (Superbike), Alberto Salvetti è convinto che per ridurre i costi non si debba necessariamente portare la produzione in India o in Cina, ma sia necessario puntare tutto sull'innovazione. Innovazione di processo per razionalizzare il lavoro e innovazione di prodotto per offrire valore aggiunto rispetto ai competitor. Ottavio Crivaro è invece responsabile dell'area trasferimento tecnologico di Warrant Group, azienda specializzata nella consulenza per lo sviluppo dell'impresa ed è amministratore delegato di Moxoff, spinoff del Politecnico di Milano con Warrant Group, che utilizza modelli e algoritmi matematici per innovare prodotti, processi e servizi.

Anche Ottavio Crivaro è convinto di qualcosa e cioè che per fare bene l'innovazione, sia necessario aprirsi alla contaminazione da altri settori. Non tutti sanno che il processo di produzione di un casco comporta, oltre ad alcune tipiche fasi della produzione in serie (stampaggio ad iniezione di materiali termoplastici, trattamenti,

verniciatura, ecc.), molte altre attività che, a causa della particolare specificità del prodotto, non sono automatizzate. Tra tutte le fasi del processo di produzione, quelle che determinano la diversificazione finale del prodotto ai fini della sua valorizzazione estetica, fanno la vera differenza tra un casco e un altro.

Queste attività, essendo eseguite manualmente, comportano tempi (anche più di 20 minuti per un solo casco) e conseguenti costi di produzione estremamente onerosi. «La sfida consisteva quindi nel riuscire a trovare delle tecniche di automatizzazione di processi tradizionali che erano sempre stati svolti manualmente – sottolinea Ottavio Crivaro – ma allo stesso tempo nel miglioramento dell'aspetto qualitativo di tali fasi».