

L'economia design-related in Piemonte

Camera di commercio di Torino
Settore Studi, Statistica e Documentazione

Assist Consulting

Alessandro Barberis

Presidente Camera di commercio di Torino



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO



Con il patrocinio di:



L'economia design-related in Piemonte

Gianpiero Masera – Dirigente Area Promozione e Sviluppo del territorio Camera di commercio di Torino

Francesco Nesci - Assist Consulting

1. Analisi del sistema del design piemontese: le fonti

Il design nelle imprese e nelle famiglie piemontesi

Lo studio su economia e design in Piemonte si basa su tre indagini condotte recentemente dal Settore **Studi, Statistica e Documentazione della Camera di Commercio di Torino**:

1. **Design e imprese piemontesi:**
realizzata nell'ambito dell'indagine congiunturale sulla produzione industriale (primo trimestre 2007)
 - **1.056 imprese** rappresentative di oltre 50.000 addetti e di 14,7 miliardi di fatturato.
 - campione ristretto di **433 imprese** per la provincia di Torino

2. **Design e famiglie piemontesi:**
realizzata nell'ambito dell'indagine sulle spese delle famiglie piemontesi (aprile e giugno 2007)
 - Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi, in collaborazione con le Associazioni di categoria **Ascom** e **Confesercenti**
 - Osservatorio sulle spese delle famiglie piemontesi in collaborazione con **Unioncamere Piemonte**
 - **433** nuclei familiari complessivamente indagati

Con il patrocinio di:

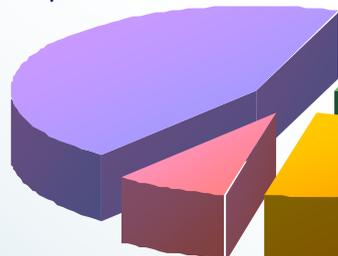
3. **“Mappatura” della “economia *design-related*”** (Maggio- Ottobre 2007)
realizzata in collaborazione con **Assist Consulting**
- **770 imprese** appartenenti all’universo di riferimento (stima)
 - **624 imprese** di cui sono state reperite le informazioni economiche di base (fatturato e numero di addetti);
 - **416 imprese** raggiunte con intervista telefonica diretta (tecnica CATI; *redemption 54,1%*)
 - **Workshop con “testimoni privilegiati”**, 41 esperti ed operatori aziendali

2. Adozione del Design da parte delle imprese manifatturiere piemontesi

L'adozione del design: le imprese manifatturiere piemontesi per settori merceologici

Inesistente;

44,7%



Inesistente ma potenzialmente realizzabile;

7,5%

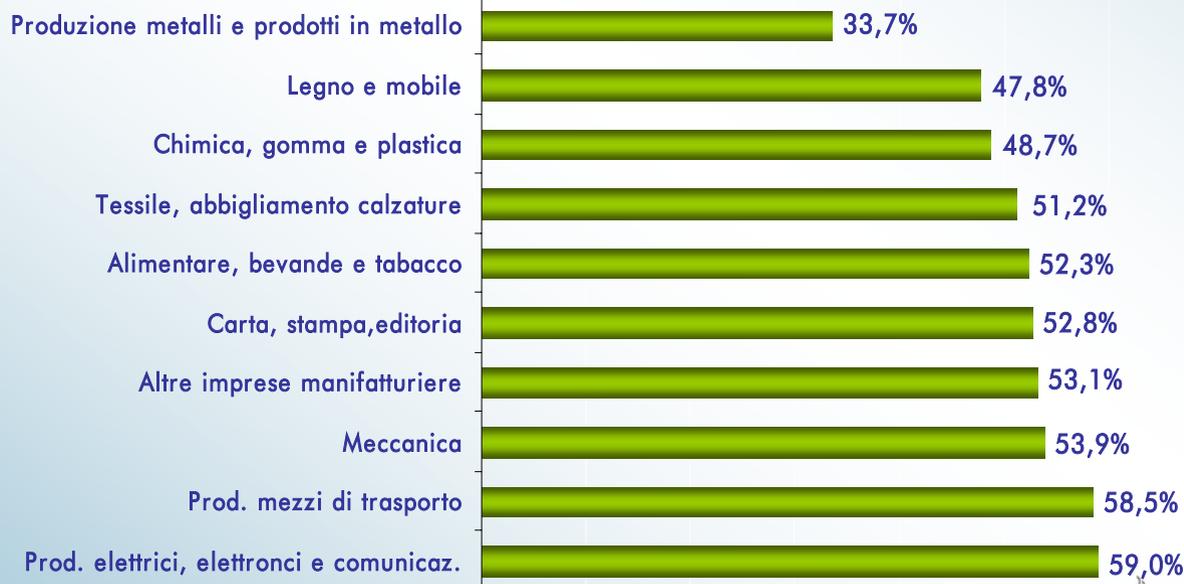
Sistematica;

23,8%

Episodica;

24%

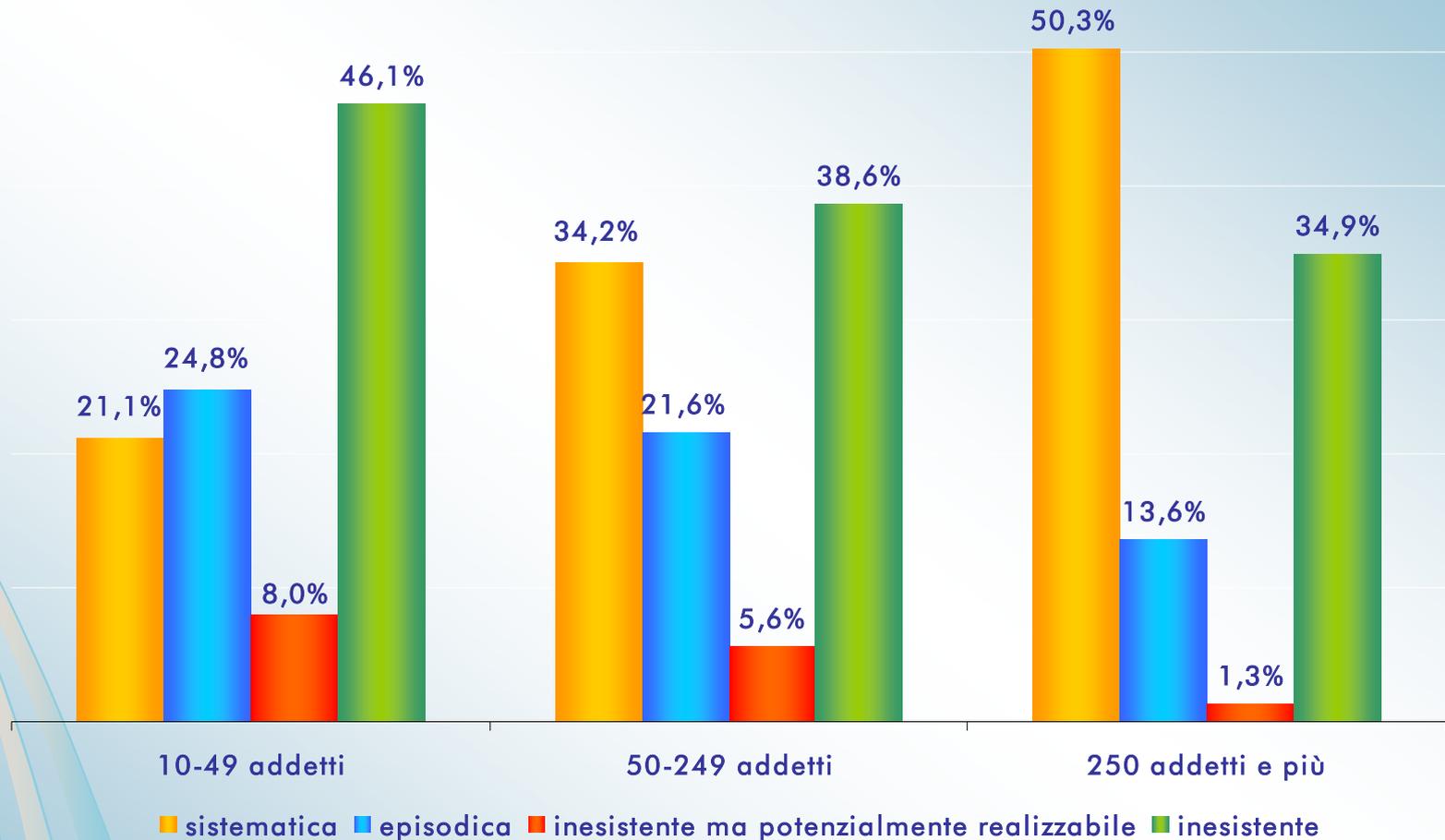
In quali settori merceologici l'adozione del design è sistematica o episodica?



Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino

Con il patrocinio di:

L'adozione del design: le imprese piemontesi per fasce di addetti



Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino

Con il patrocinio di:

3. Economia *design-related*



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO



Con il patrocinio di:



Economia *design-related*: una definizione

Con il termine "*economia design-related*" si fa qui riferimento a:

la base imprenditoriale residente ed operante nel territorio regionale, che produce ovvero utilizza contenuti di design – per il consumatore finale o per altre imprese della filiera –, generati internamente ovvero acquisiti da altre imprese, come fattore di differenziazione competitiva e strumento di valorizzazione economica dei prodotti e dei servizi

Per analogia, si parla di "*imprese design-related*" per far riferimento alle imprese che appartengono a questa base imprenditoriale

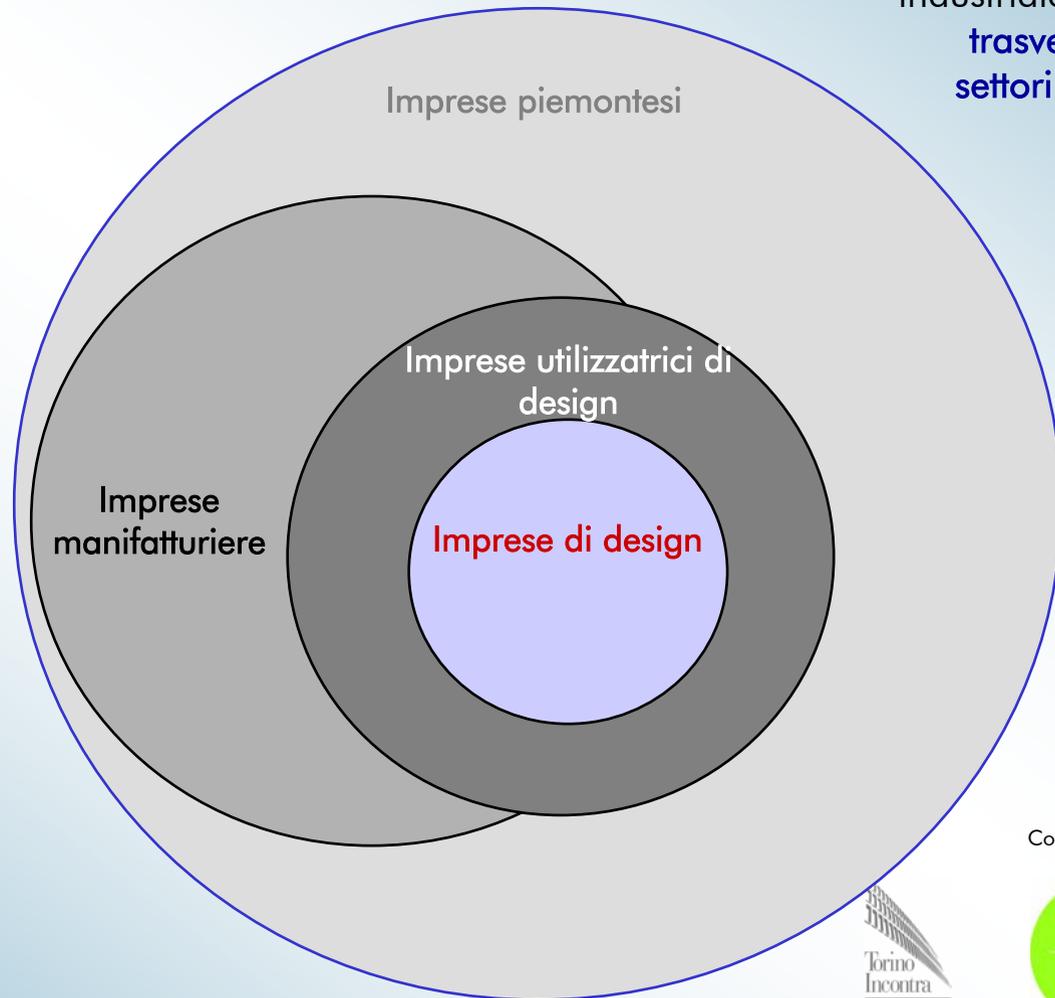
Con il patrocinio di:

Economia *design-related*: una definizione (2/2)

È un aggregato **più ampio** del settore del design

Aggrega le imprese che producono beni o servizi *design intensive* o utilizzano il design come leva competitiva, **indipendentemente dal settore industriale di appartenenza**

Non è una prospettiva di settore industriale, ma **taglia trasversalmente i settori tradizionali**



Con il patrocinio di:

Punti di attenzione

Occorre adottare delle cautele nella lettura dei risultati:

- L'universo di riferimento è **stimato**: è possibile che vi siano altri operatori non censiti in questa prima mappatura, specie nei settori emergenti
- Oggetto di stima è anche la dimensione economica del settore, sulla base di addetti e fatturato
- L'intera mappatura è da considerare quindi un *work in progress*, da aggiornare con continuità



Con il patrocinio di:

Le industries analizzate

Sono state prese in esame imprese appartenenti ai seguenti **settori industriali**

- Industrial design
 - *Automotive*
 - *Non automotive*
- Fashion design
- Interior design
- Graphic & Communicaton (incluso digital & interactive design)
- Design della cultura e del territorio

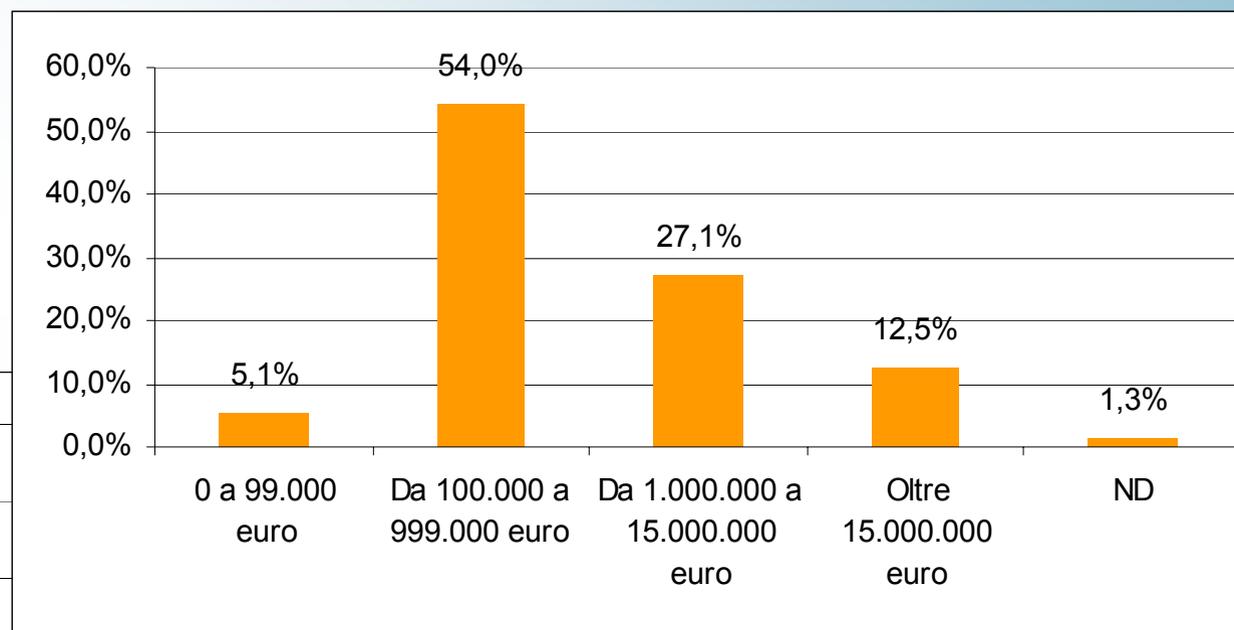
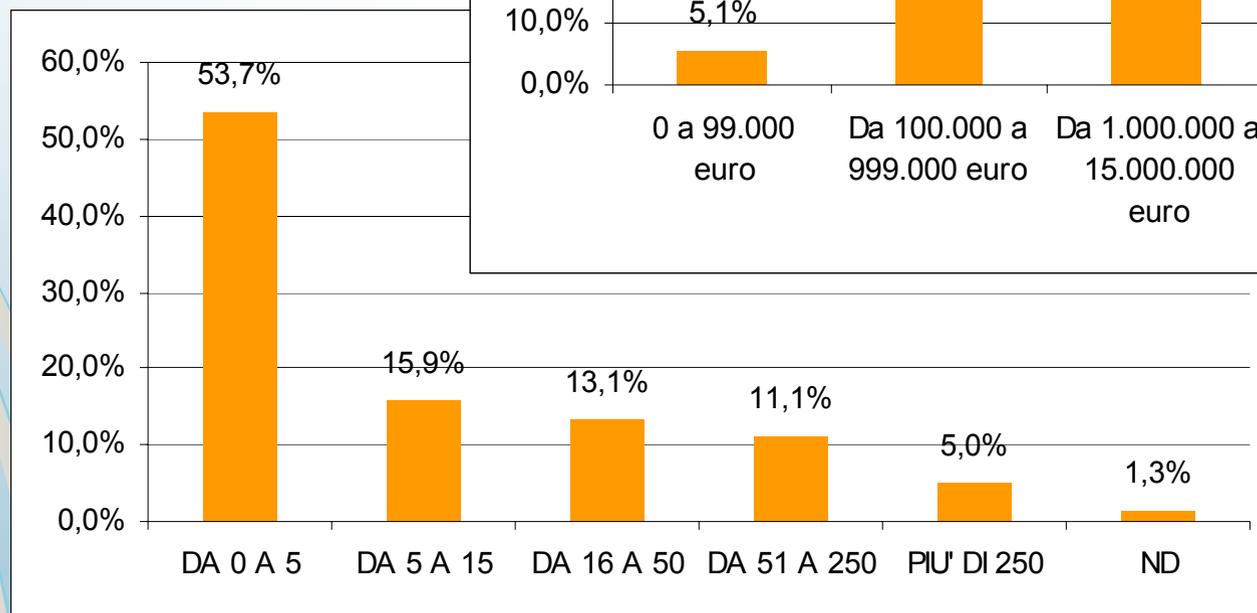


L'ultimo aggregato, che raccoglie i principali **settori emergenti**, si caratterizza per un design orientato alla costruzione, produzione e vendita di "esperienze memorabili" (*experiential design*)

- *Food design (l'esperienza del cibo)*
- *Valorizzazione del patrimonio culturale e ambientale (l'esperienza della cultura e dell'ambiente naturale)*
- *Progettazione e architettura sostenibile (l'esperienza del vivere)*

Dimensione delle imprese *design-related*

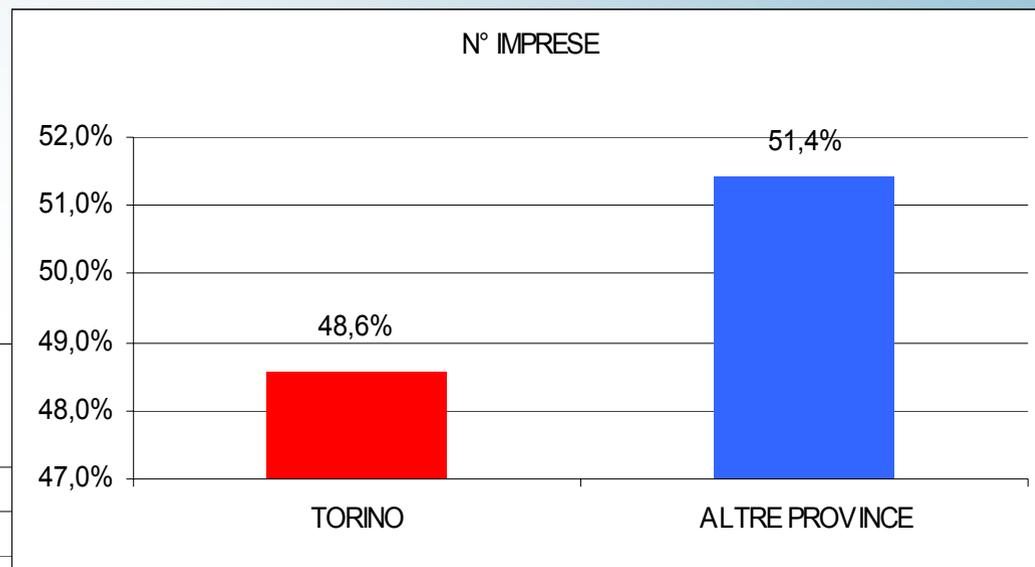
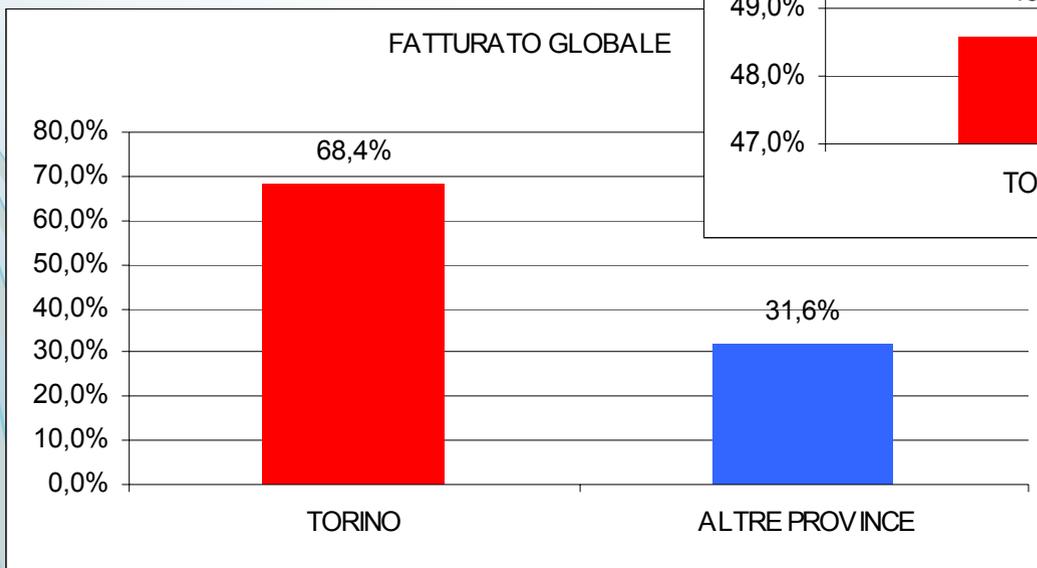
Frammentazione del tessuto imprenditoriale, **dominanza delle micro-imprese**



Con il patrocinio di:

Una ambito economico con baricentro su Torino

Quasi metà delle imprese risiedono a Torino, ma...

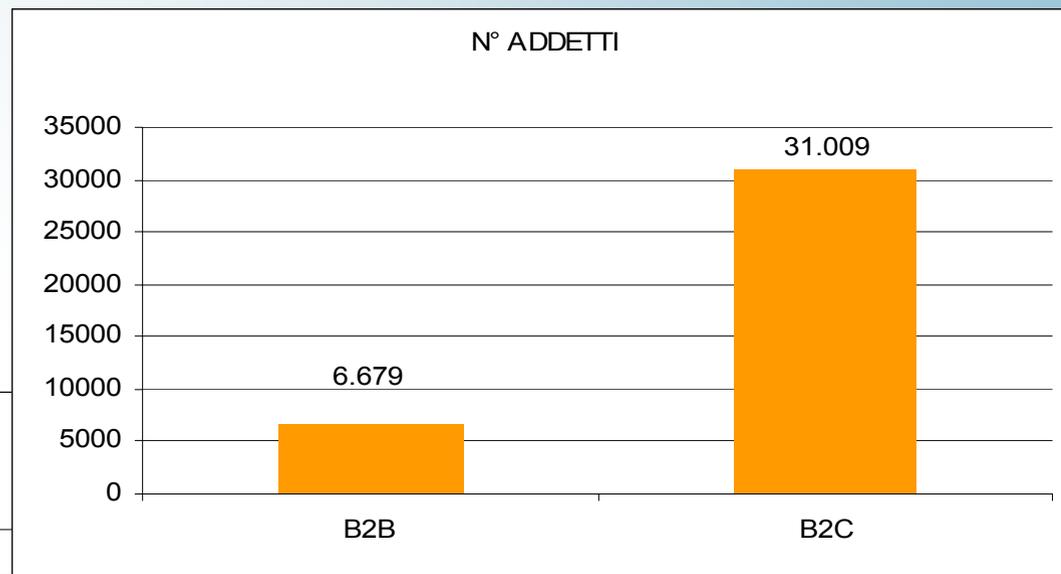
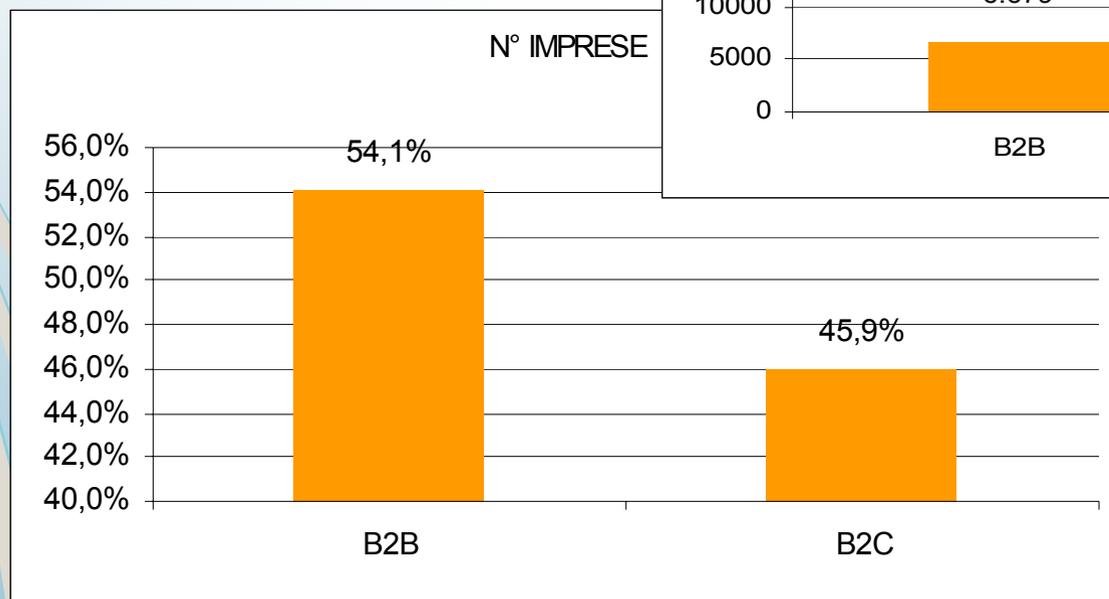


... oltre i due terzi del fatturato aggregato viene generato nel comprensorio di Torino

Con il patrocinio di:

Il rapporto con il mercato: B2B vs. B2C

Prevalgono numericamente
le imprese B2B, ma...

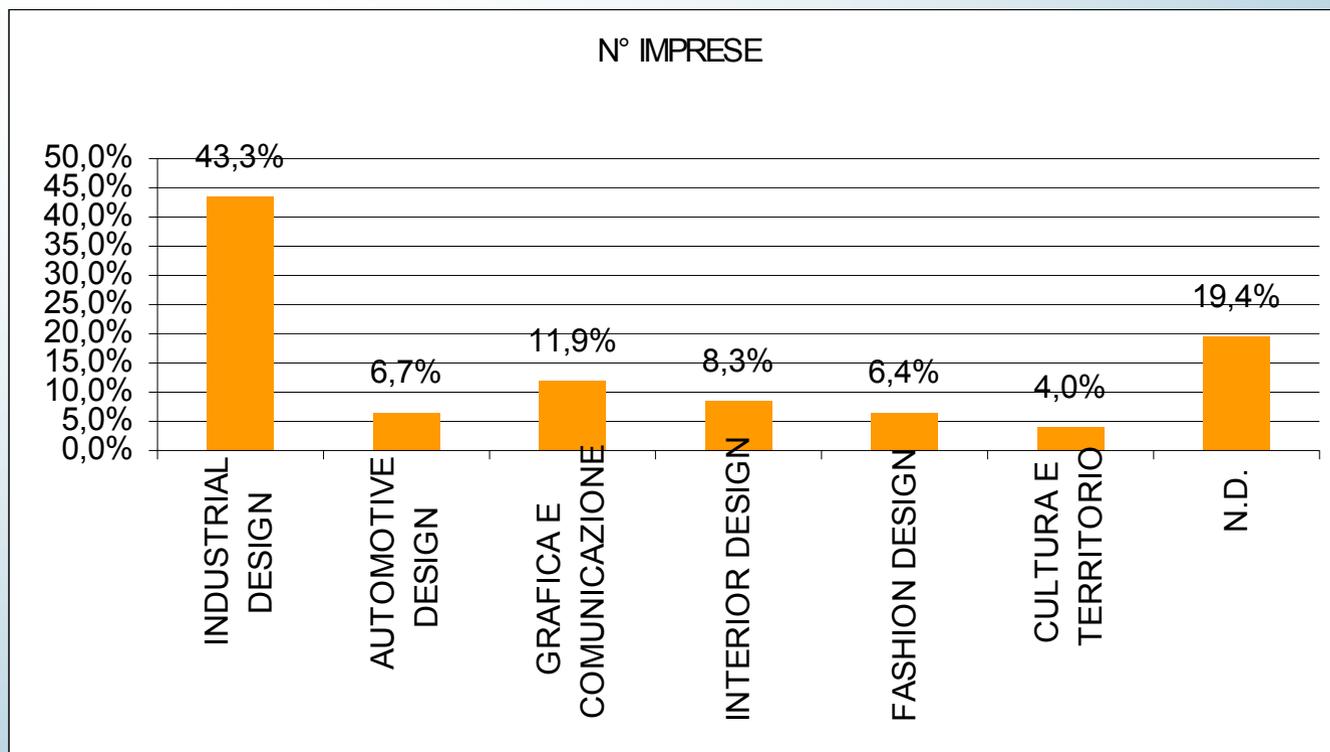


... le imprese B2C
esprimono un **livello di
occupazione pari a 4,5 volte**
quello delle imprese B2B

Con il patrocinio di:

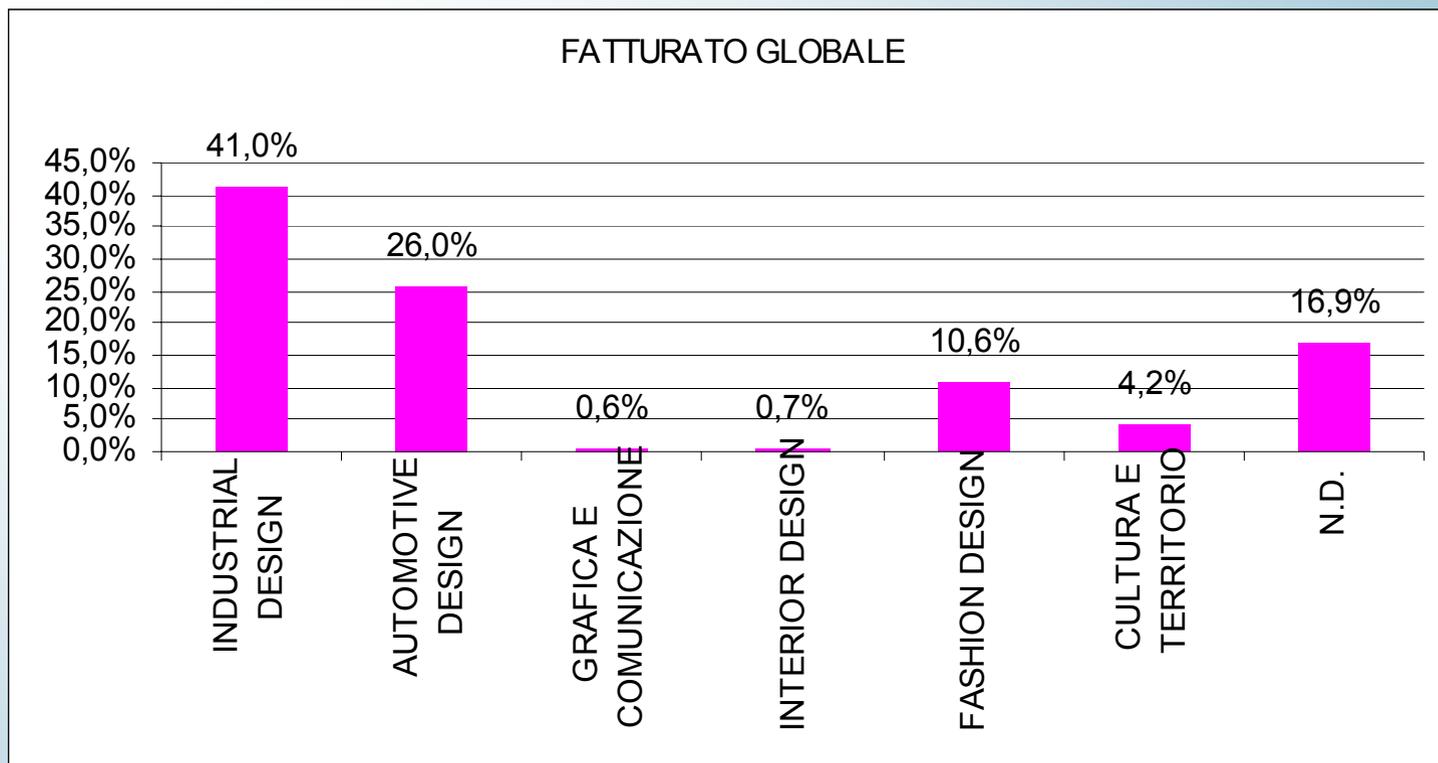
Campi di applicazione del design (1/2)

Il settore nettamente più rappresentato in termini di numero di imprese è l'**industrial design**, diffuso non solo a Torino ma anche nelle altre province



Con il patrocinio di:

Campi di applicazione del design (2/2)



In termini di fatturato, **industrial design e automotive design** generano i due terzi (67%) del fatturato aggregato dell'economia *design related*

Con il patrocinio di:

Ampiezza del fenomeno in Piemonte: una stima

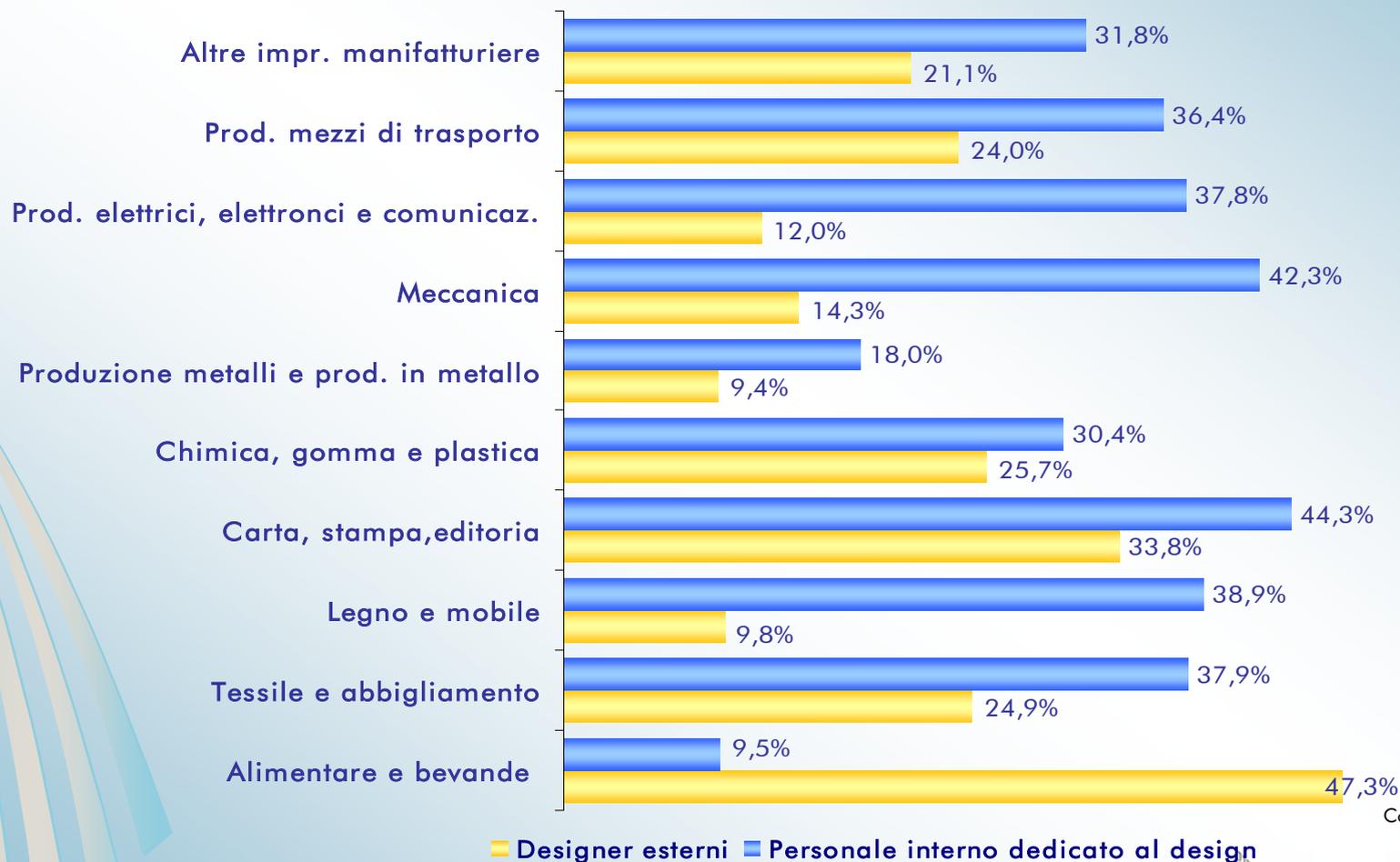


- 12 mld circa di fatturato
- Più di 50.000 addetti
- Fatturato medio per addetto pari a 238.600 euro per azienda



4. Organizzazione interna delle competenze e delle attività di design

L'adozione di personale (interno ed esterno) dedicato al design nelle aziende manifatturiere piemontesi

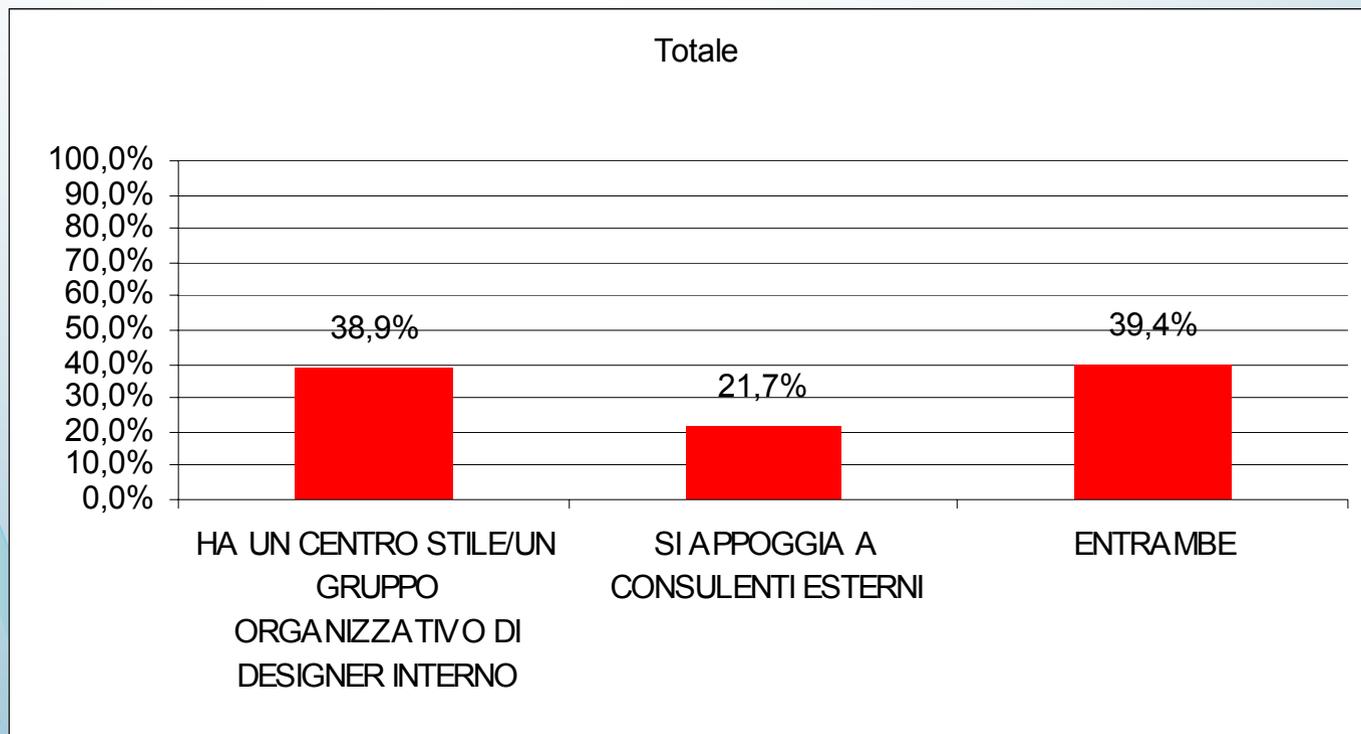


Con il patrocinio di:

Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino

L'adozione di personale (interno ed esterno) dedicato al design nelle aziende *design-related* piemontesi (1/2)

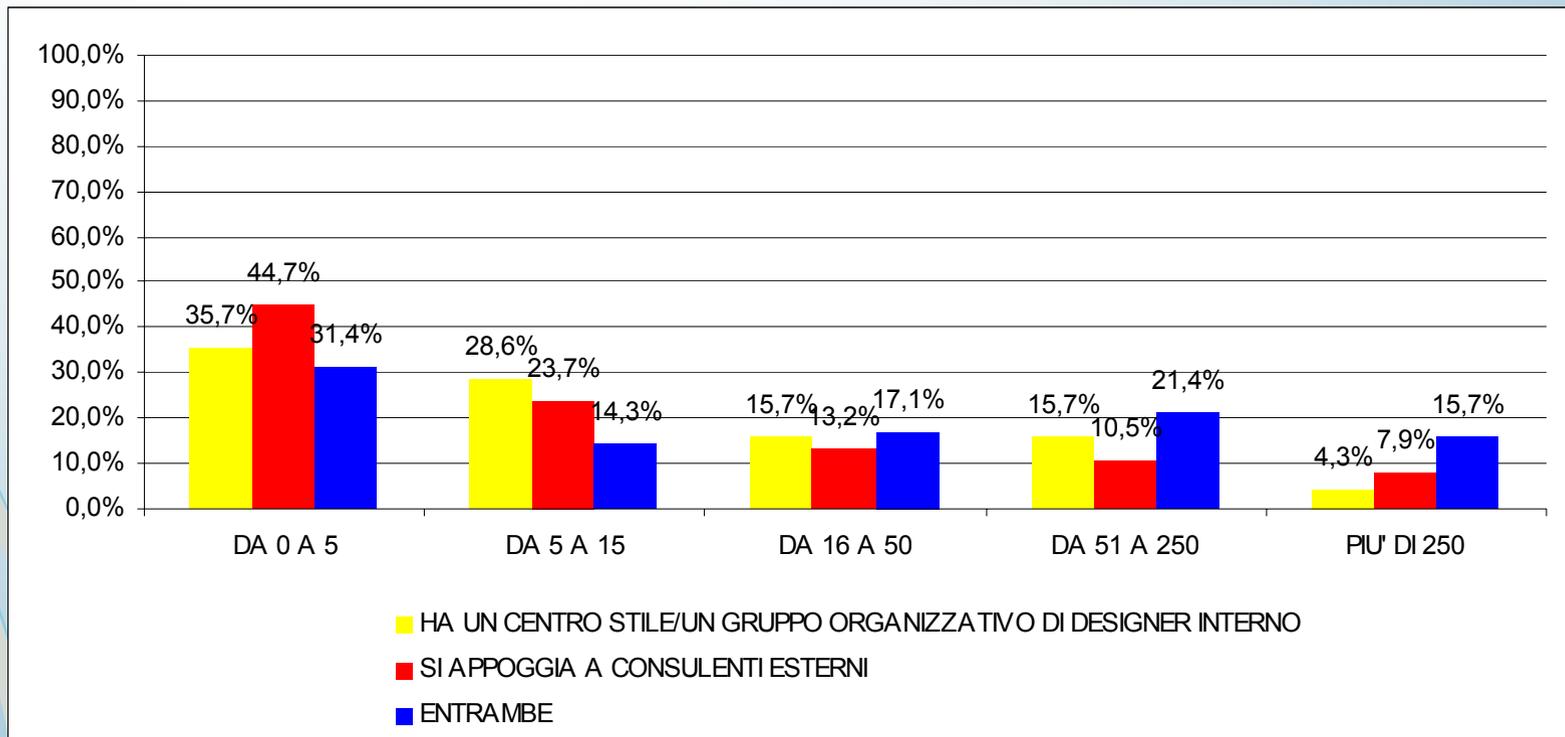
Nell'organizzazione delle attività di design il modello della esternalizzazione a consulenti è marginale: prevale invece il *"make and buy"*. In generale, la presenza di competenze interne alle imprese (80% circa) contribuisce a creare una **elevata capacità di assorbimento** dell'innovazione design driven



Con il patrocinio di:

L'adozione di personale (interno ed esterno) dedicato al design nelle aziende *design-related* piemontesi (2/2)

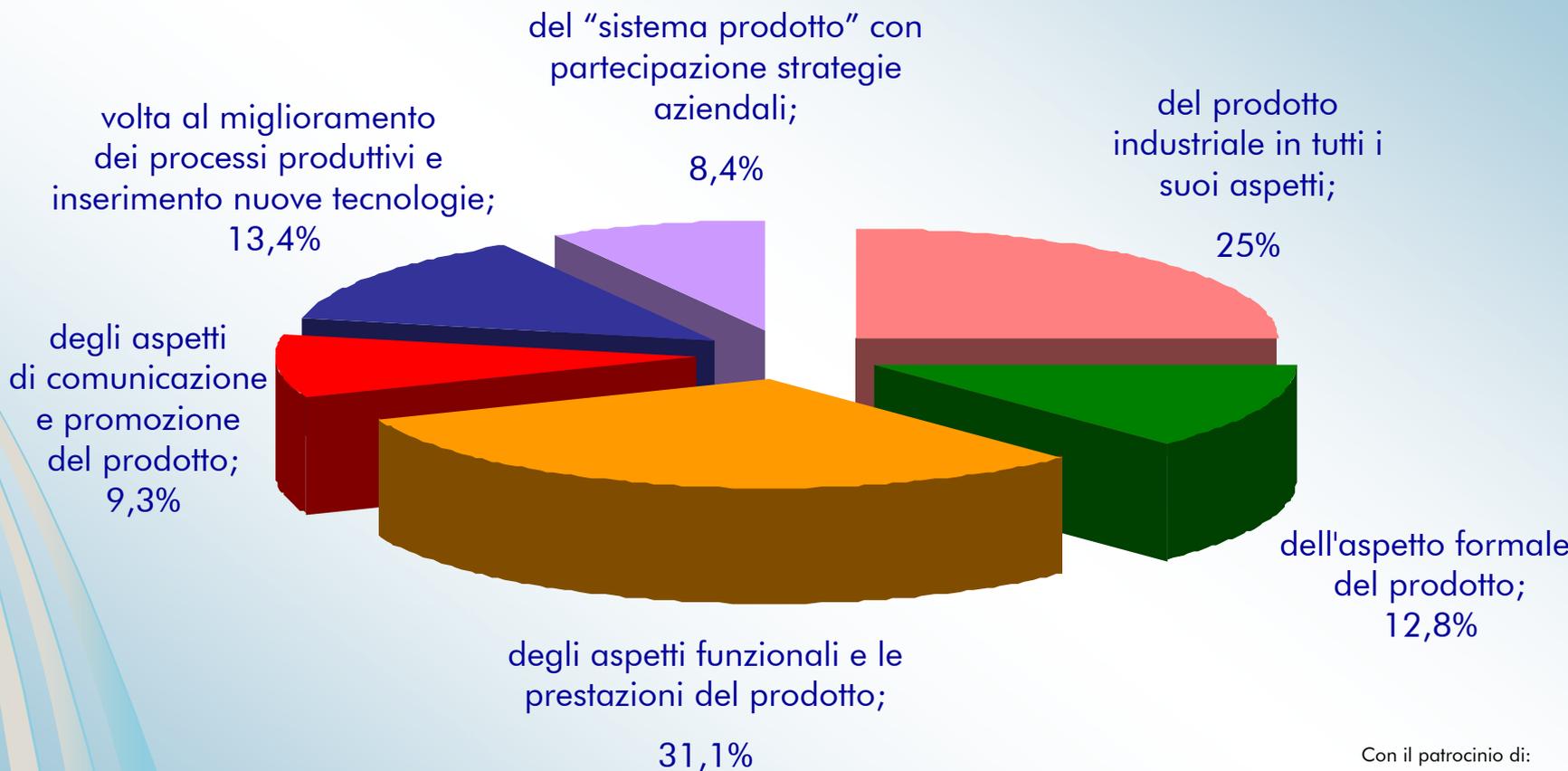
Sulla piccolissima e piccola dimensione prevale il modello dell'esternalizzazione completa, ma al crescere della dimensione cresce il peso del *"make and buy"*



Con il patrocinio di:

5. Il valore competitivo del design: percezione delle aziende e delle famiglie piemontesi

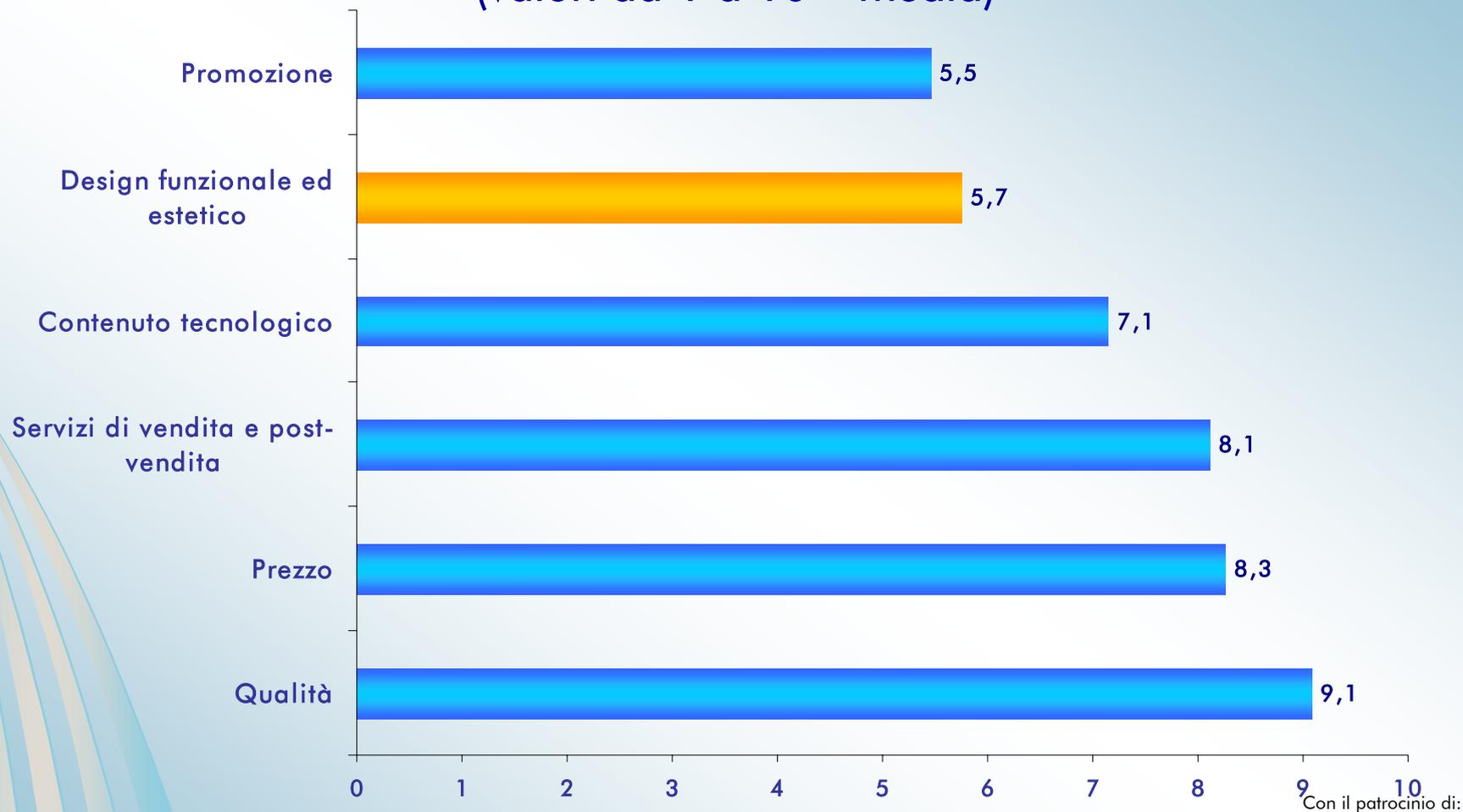
L'idea di design prevalente nelle *imprese manifatturiere piemontesi*: la progettazione....



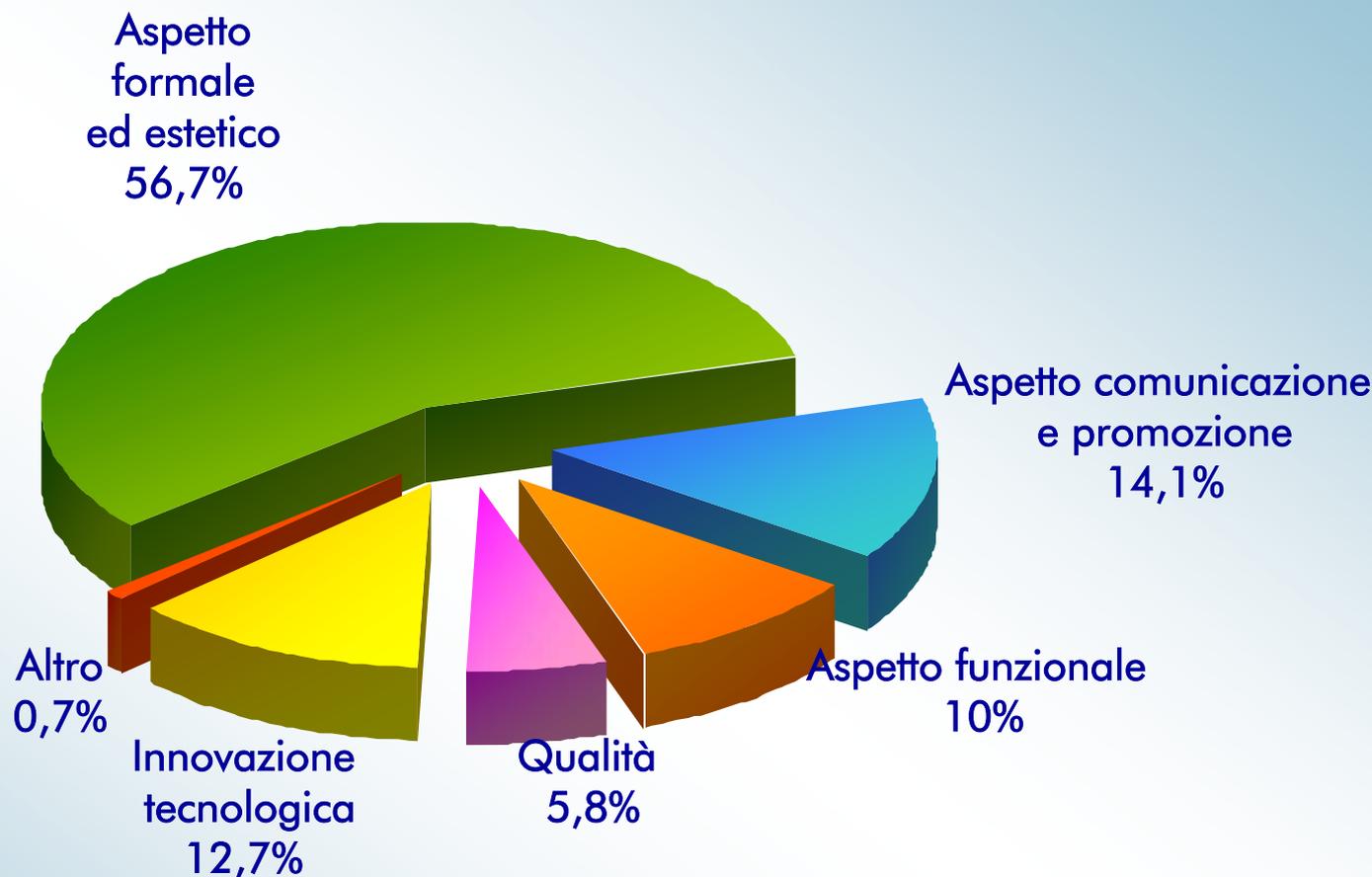
Fonte: elaborazioni della Camera di commercio di Torino

Con il patrocinio di:

Fattori chiave di successo delle *imprese manifatturiere piemontesi* (valori da 1 a 10 – media)



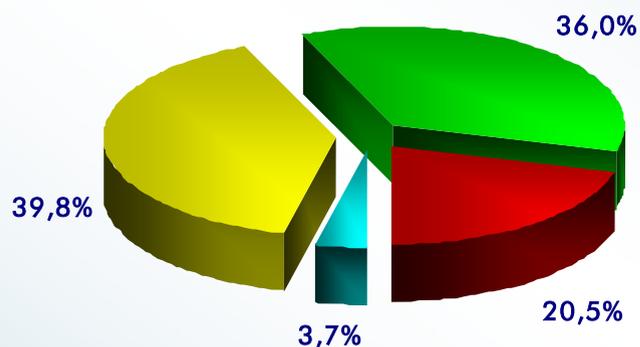
L'idea del design prevalente nelle *famiglie piemontesi*



Fonte: elaborazioni della Camera di commercio di Torino

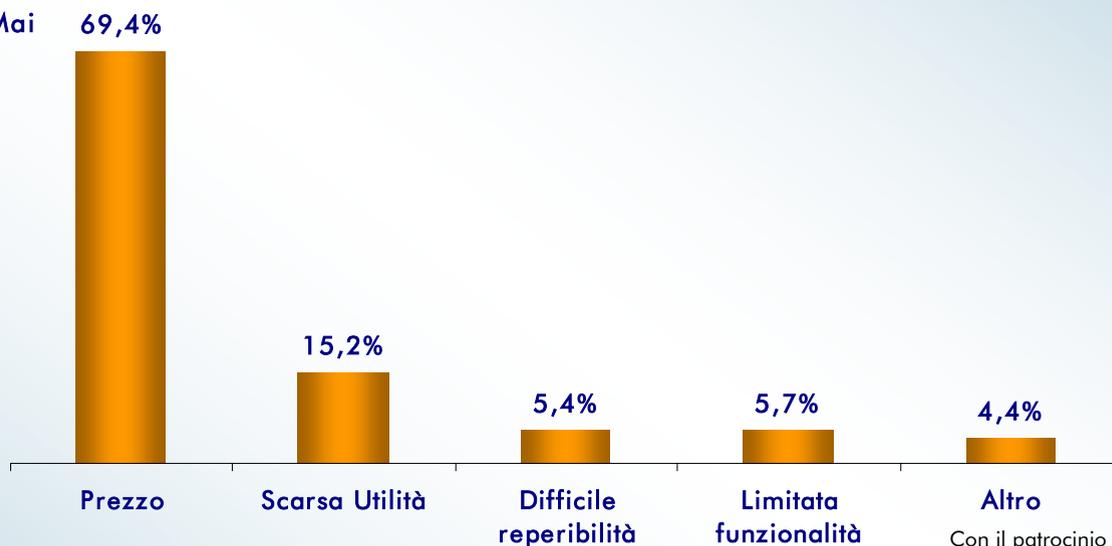
Con il patrocinio di:

Le abitudini di acquisto degli oggetti di design

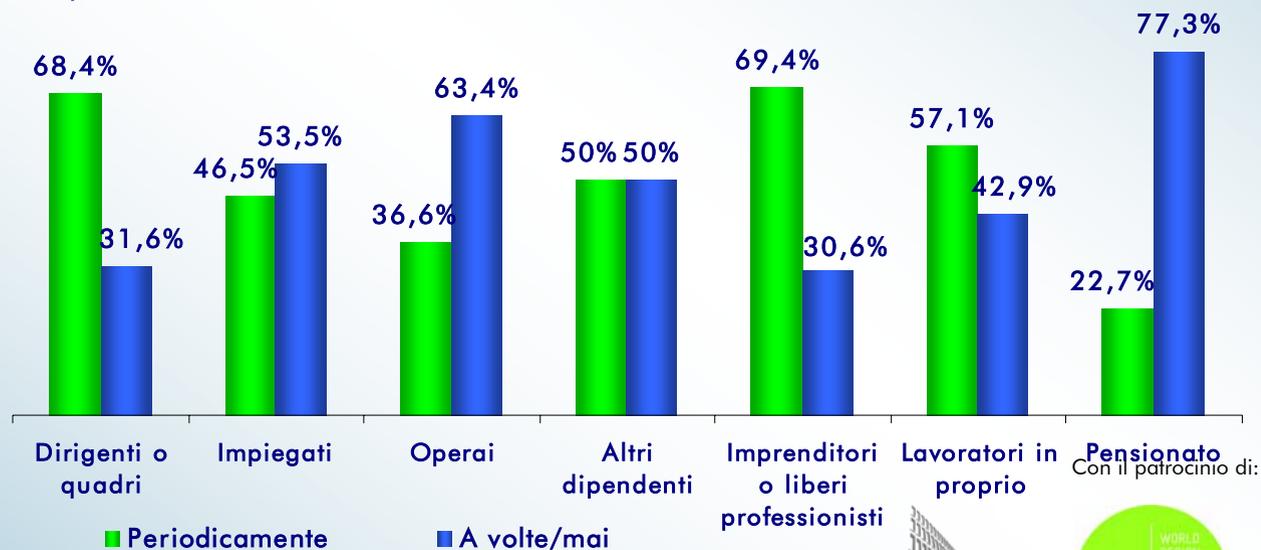
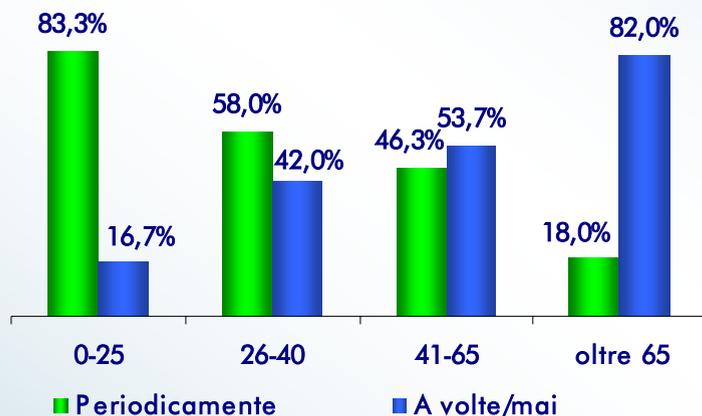


Se non si acquistano oggetti di design quali sono le principali motivazioni?

■ Spesso ■ A volte ■ Raramente ■ Mai

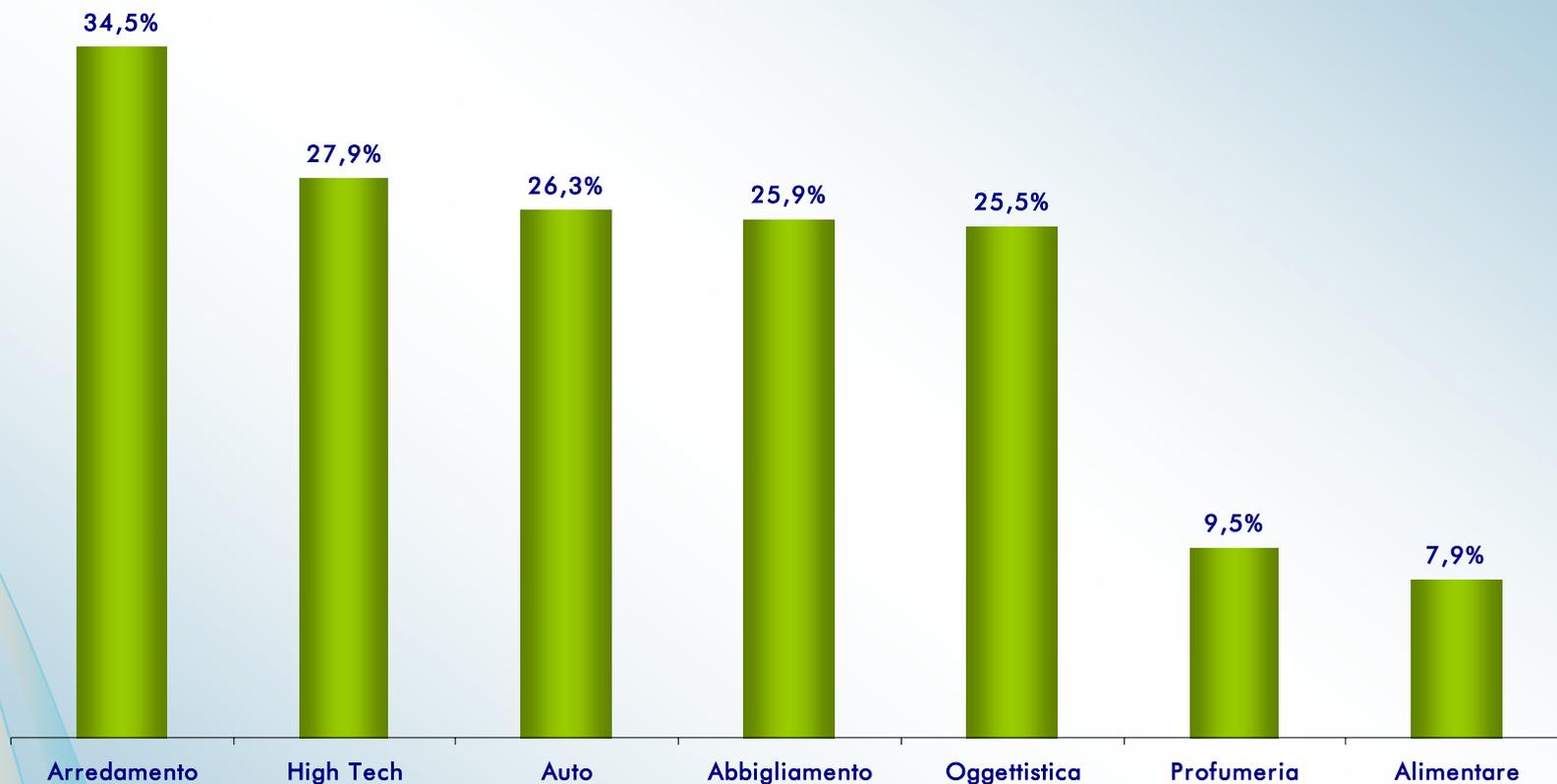


Fonte: elaborazioni della Camera di commercio di Torino

L'acquisto di oggetti di design per età e professione del *capofamiglia*

Fonte: elaborazioni della Camera di commercio di Torino

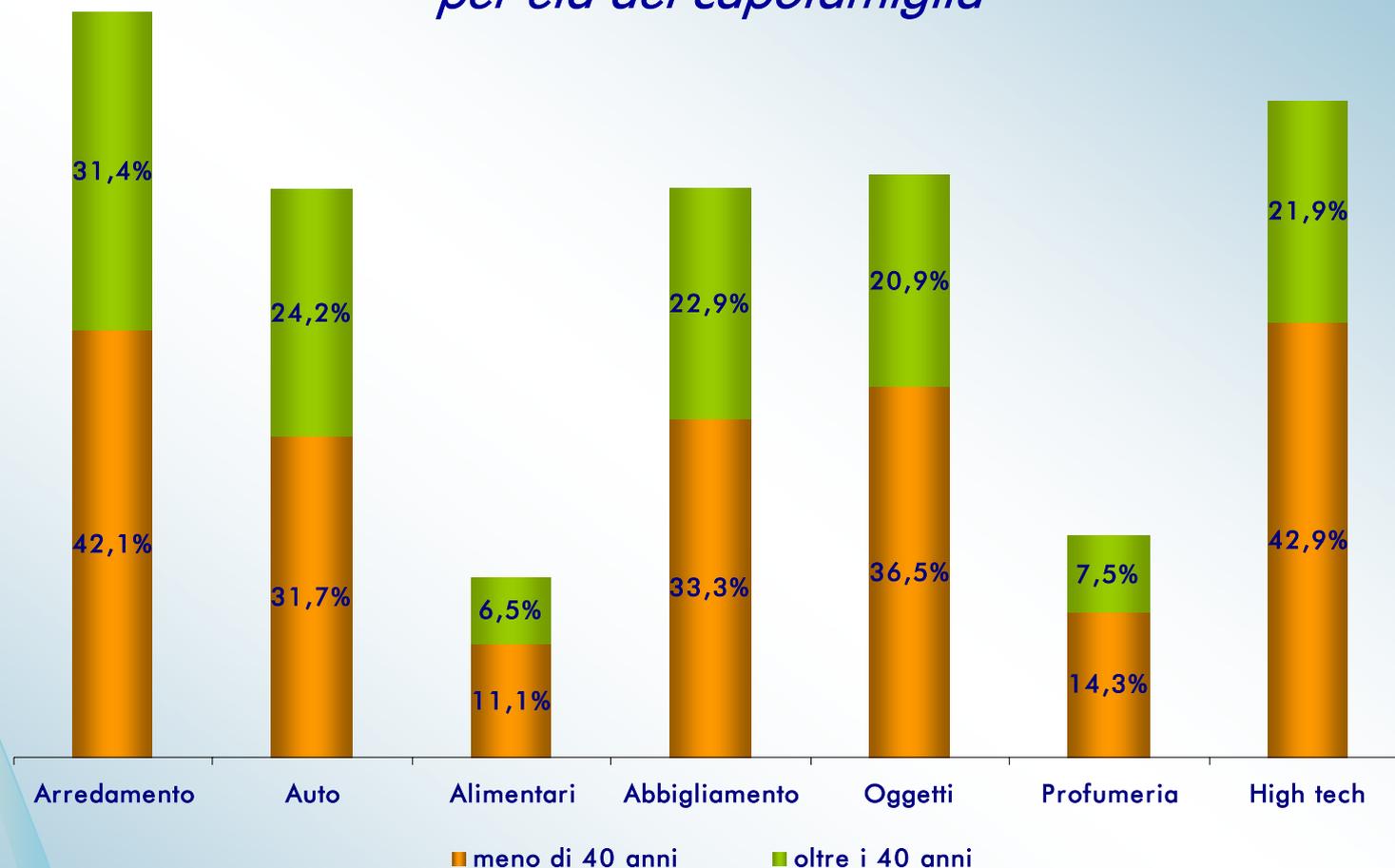
Importanza del design nelle decisioni d'acquisto delle *famiglie piemontesi*



Con il patrocinio di:

Fonte: elaborazioni della Camera di commercio di Torino

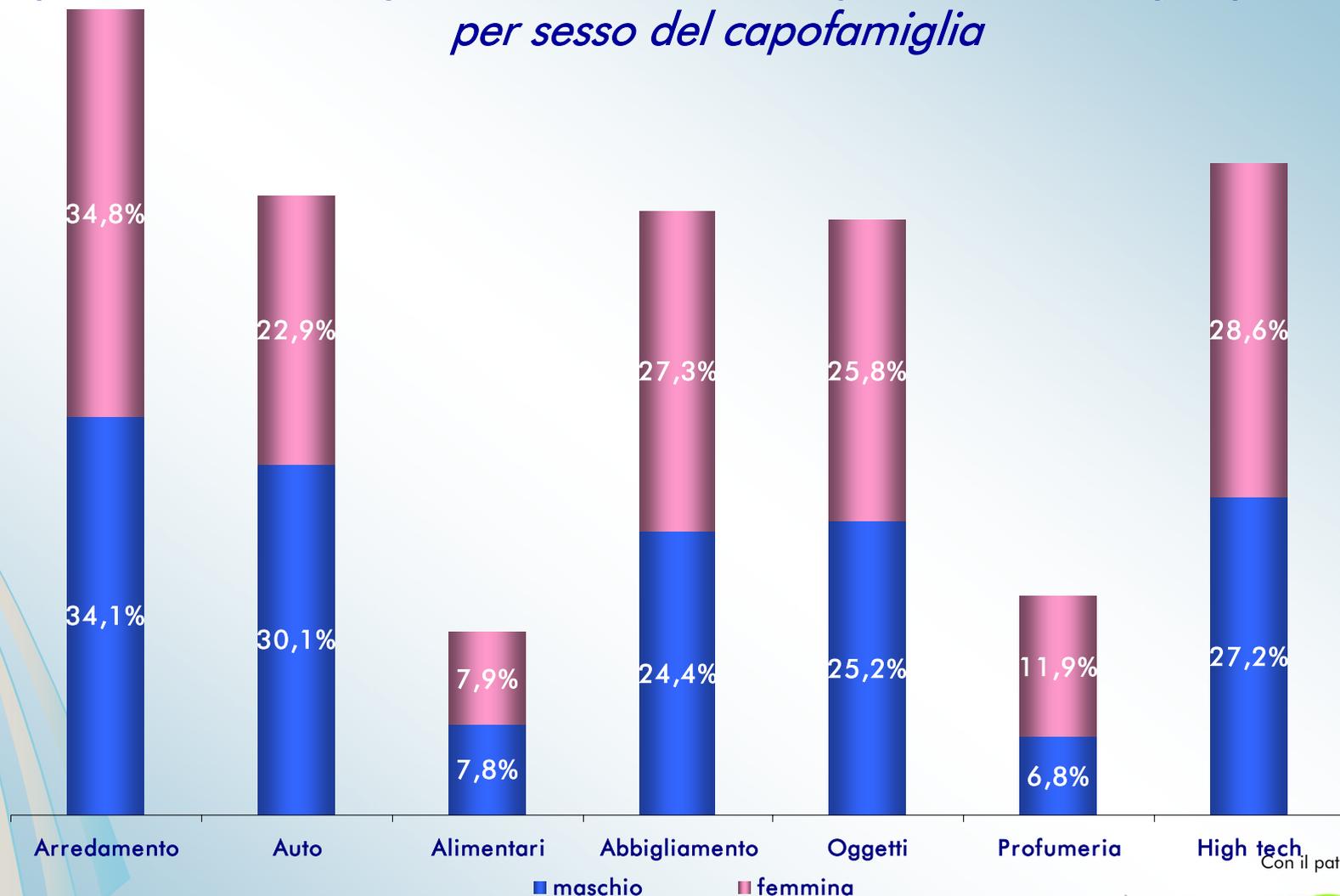
Importanza del design nelle decisioni d'acquisto delle *famiglie piemontesi* per età del capofamiglia



Fonte: elaborazioni della Camera di commercio di Torino

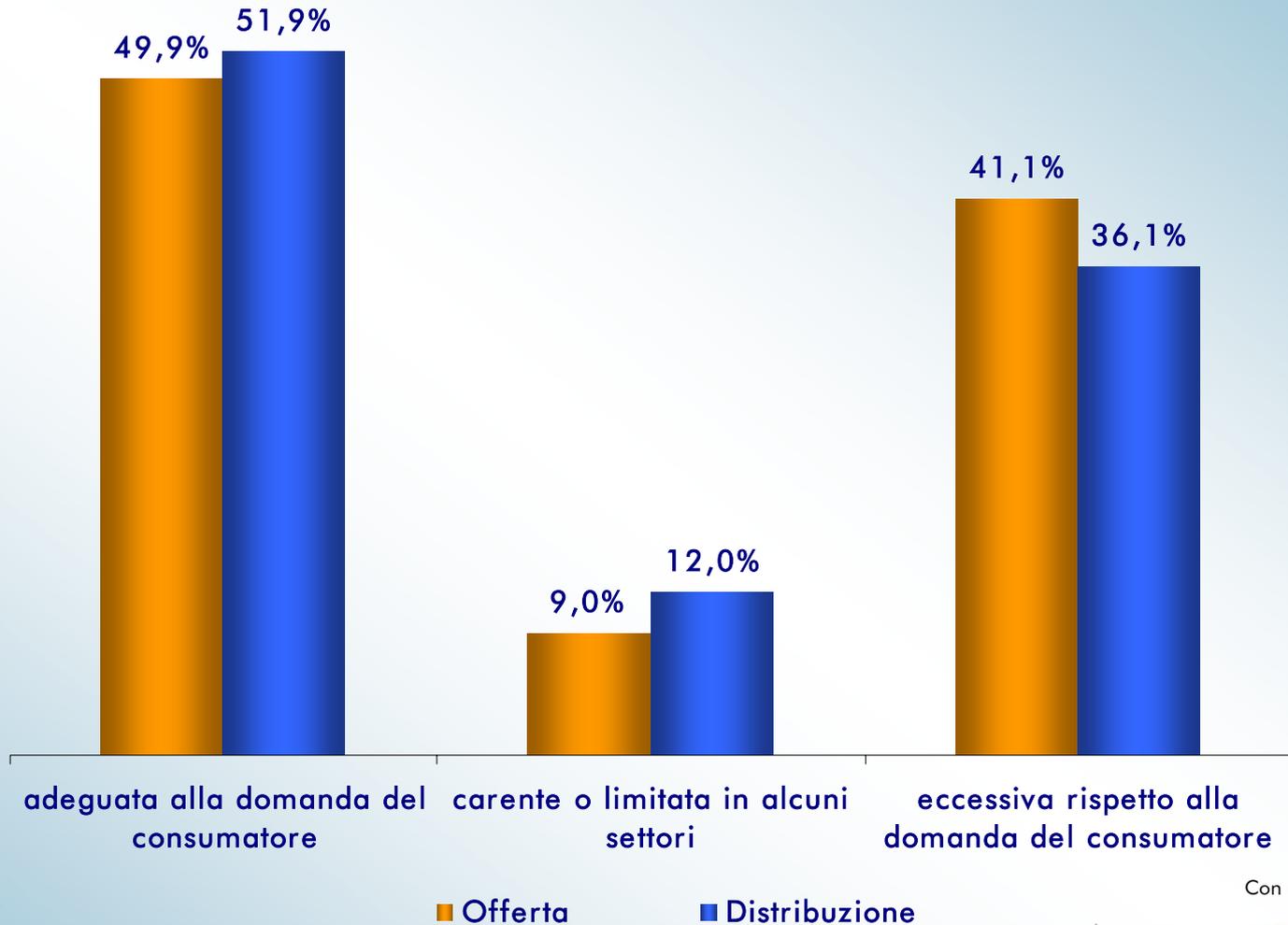
Con il patrocinio di:

Importanza del design nelle decisioni d'acquisto delle *famiglie piemontesi* per sesso del capofamiglia



Con il patrocinio di:

L'offerta e la distribuzione del design



Posizionamento competitivo del design piemontese

Gli **approfondimenti con gli esperti e con le imprese leader** hanno messo in evidenza luci ed ombre del design piemontese:

- Le **competenze** esistono, sono forti e radicate sul territorio, e generate – in parte - in un ambiente tra i più difficili e sfidanti (*automotive*)
- Potenzialità rappresentata dall'ampio **settore manifatturiero** della regione, che può essere sensibilizzato di più al design
- **Nuovi ambiti** applicativi emergenti
- **Torino WDC**: una opportunità da non sprecare
- Manca un **brand** consolidato e "di gruppo"
- Seri problemi nella tutela della **proprietà intellettuale**
- Scarsa **cultura del design** nelle imprese (valore strategico del design)



6. Innovazione *design driven*



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO



Con il patrocinio di:



Design driven innovation: "core" o "secondary"?

- L'innovazione *design driven* è di tipo *core* o ancillare rispetto ad altri tipi di innovazione? È in grado di produrre innovazione radicale, che **genera valore** per il mercato e per l'impresa?
- L'innovazione *design driven* può essere radicale, e generare elevato valore, quando **trasforma il significato degli oggetti o dei servizi**; l'innovazione avviene a livello del linguaggio (significato) non delle funzioni
- L'innovazione *design driven* è radicale quando interviene a livello dei **valori**, della **personalità**, dell'**identità**, dello **status** sociale e professionali associati al prodotto stesso, modificandoli in modo profondo

Quando ciò si verifica, spesso è la tecnologia ad avere un ruolo ancillare ("funzionale") rispetto al design, non viceversa



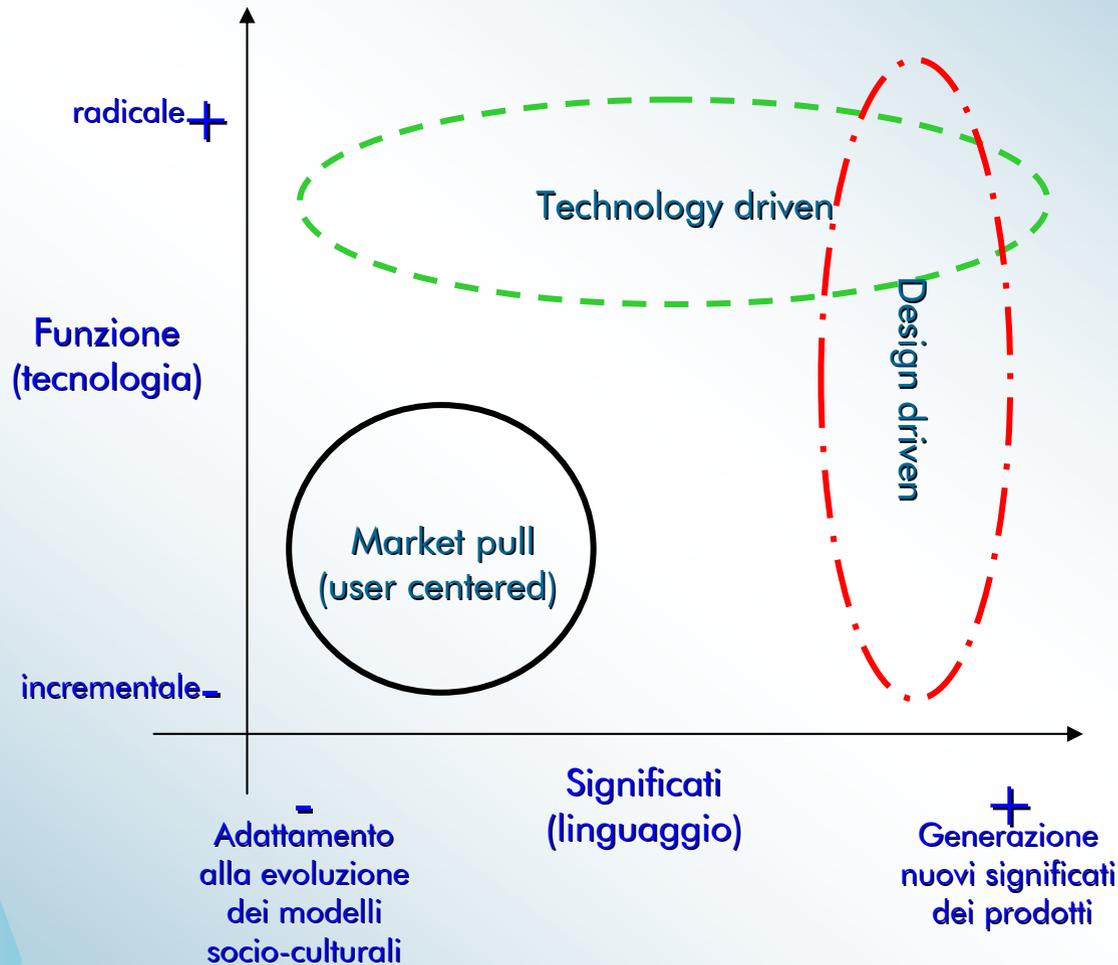
Manovra di cavallo e attacco di regina



- Al di là dei casi più famosi e universalmente citati (es. Alessi, Bialetti, ecc.), i caratteri dell'innovazione *disegn driven* sono già oggi rintracciabili in "casi aziendali" di imprese medie o medio-piccole piemontesi
- A queste imprese minori l'innovazione basata sul design offre l'opportunità di operare uno "**sconfinamento settoriale**" ("manovra di cavallo"), o addirittura di guadagnare un **posizionamento sul segmento alto** della gamma di prodotto e di acquisire **vantaggi competitivi** sulla concorrenza ("attacco di regina")

Con il patrocinio di:

In che modo il design produce innovazione



Fonte: elaborazione su Verganti 2006a e 2006b

Con il patrocinio di:

Il caso Ritmonio: dalla componentistica ai rubinetti

- Da produttore di componentistica per impianti di raffreddamento e riscaldamento a rubinetteria *design oriented*
- Valorizzazione degli asset tecnologici dell'azienda in un altro segmento di mercato ("sconfinamento settoriale")
- Posizionamento "medio-alto" sul mercato grazie all'innesto molto forte di componenti di design nei prodotti della divisione "rubinetteria"
- Segnalazione di alcuni prodotti in prestigiosi awards a livello nazionale ("Dumbo", 1997; ADI Design Index)
- Impatto sulla crescita aziendale e la generazione di valore: da una a due divisioni; da 13 (1999) a 28,5 mln euro (2006)



Con il patrocinio di:

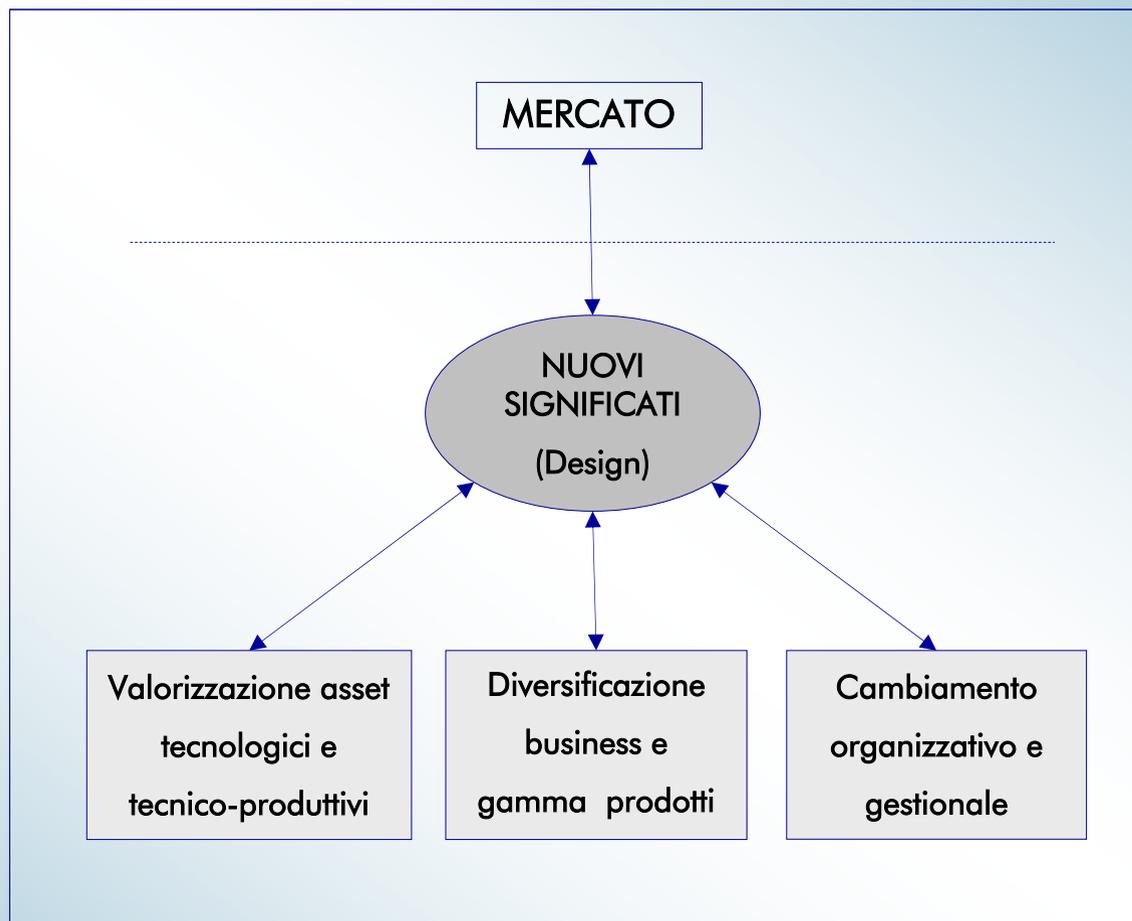
Il caso BLab / "Teckel": il calciobalilla di lusso



- Da produttore di semilavorati ad alto contenuto tecnologico a produttore per il mercato di prodotti finiti ad alto contenuto di design
- Valorizzazione degli asset tecnologici dell'azienda (capacità di lavorazione del vetro)
- Innovazione legata a "Teckel": cambiamento della simbologia associata all'oggetto; associazione di un oggetto "povero" a valori, simboli, stili di vita e identità *high end* (calciobalilla da esposizione per ambienti di lusso)
- Impatto sulla crescita aziendale e la generazione di valore: ampio successo all'ultimo Salone del Mobile ordinazione di migliaia di pezzi a valle del Salone stesso; acquisti da parte di importanti catene di hotel

Con il patrocinio di:

Innovazione design driven: il modello osservato



Con il patrocinio di:

Il Piemonte come “territorio della conoscenza” legata al design (1/2)

L'istantanea realizzata porta alla luce un “territorio della conoscenza” così caratterizzato:

- Un consistente **aggregato di imprese *design intensive*** ...
- ... che utilizza il design come leva competitiva per differenziare la propria posizione sul mercato ...
- ... che dispone di una significativa “capacità di assorbimento” ...
- ... con una presenza sul territorio di Centri di eccellenza scientifica e di ricerca ...
- ... con un sistema di qualità di riproduzione e trasferimento alle nuove generazioni delle competenze di base (scuole di design) ...
- ... e community e network professionali molto coesi, in grado anche di animare il mercato del lavoro
- ... al centro di un sistema culturale vivace ed in fortissima crescita , che genera un effetto di trascinamento anche sul design

Con il patrocinio di:

Il Piemonte come “territorio della conoscenza” legata al design (2/2)

Il profilo che emerge presenta tutte le caratteristiche salienti di una

agglomerazione territoriale *knowledge based*

che si addensa fortemente intorno a Torino, ma presenta radici importanti in tutta la Regione

7. Action plan 2008



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO



Con il patrocinio di:



Azioni a favore del sistema imprenditoriale

- Repertorio online: una vetrina internazionale per i designer piemontesi → **GENNAIO 2008**
- Sportello del designer: opportunità e servizi offerti dall'ente camerale → **GENNAIO 2008**
- Guida alla professione del designer → **FEBBRAIO 2008**
- Formazione di accompagnamento all'imprenditorialità → **FEBBRAIO-MARZO 2008**
- Formazione sul posizionamento del design nello sviluppo dei prodotti → **APRILE-MAGGIO 2008**
- "Made in Torino – Design Tour" – International B2B meetings: promozione all'estero del settore Interior design e attrazione a Torino di delegazioni straniere alla ricerca di prodotti di Industrial design → **ESTATE-AUTUNNO 2008**
- Pitching Session Designer: incontri tra designer e potenziali acquirenti appartenenti a diversi settori produttivi → **AUTUNNO 2008**
- Concorso "Intellectual Property and Intangibles": premio per tesi di laurea sul design → **NOVEMBRE 2008**

Azioni di sistema

- Contributi per la promozione del sistema del design piemontese → **IN CORSO**
- Food Design: concorso internazionale di design legato ai prodotti enogastronomici → **IN CORSO**
- Torino Tour 2008: guida originale sugli spazi del vivere che privilegiano il design → **FEBBRAIO 2008**
- Il design nell'aerospazio: convegno internazionale sul tema del virtual design in occasione della manifestazione internazionale "Aerospace & Defence Meetings" → **19/20 MARZO 2008**
- Conferenza internazionale sulla tutela del design industriale → **APRILE 2008**
- "Il design industriale" GUIDA CONVEY – Italia Oggi: guida pratica per la tutela e la valorizzazione dei modelli di design → **APRILE 2008**
- Mostra Piemonte Torino Design: la vetrina itinerante ritornerà a Torino per celebrare l'anno del design → **ESTATE 2008**
- "Il valore del packaging": il libro sulle aziende torinesi che hanno saputo valorizzare i propri prodotti attraverso il design del packaging → **NOVEMBRE 2008**

Con il patrocinio di: