

Progettazione, marketing e comunicazione: si allargano gli orizzonti di lavoro dei professionisti di disegno industriale

Il design? E' un affare da manager

Da Ferretti a iGuzzini, cresce il numero di aziende che puntano sull'artista businessman

Il design come fattore decisionale al momento degli acquisti? Risposta affermativa, visto che il consumatore gli attribuisce un ruolo di primaria importanza. Che si tratti di un telefonino piuttosto che di un'auto, ma anche di un bene per la casa o di largo consumo. Così tra due prodotti con caratteristiche analoghe, a parità di rapporto prezzo-prestazioni, risulterà vincente quello dal design più accattivante. Ecco perché la figura del designer, da sempre, si preoccupa di progettare oggetti belli e funzionali. Adesso però cambiano le regole, e il designer deve avere un occhio di riguardo anche per vendite e business. Giocando un ruolo strategico nelle azioni di marketing e di comunicazione, e integrandosi all'interno dello staff manageriale. Non a caso Lars Wallentin, professore al Design Royal Institute di Stoccolma e vice presidente Nestec Ltd (Gruppo Nestlé), parla già di re-design, per indicare l'evoluzione in atto nei settori della progettazione dei prodotti. «Oggi — spiega Wallentin — non possiamo separare le persone che si occupano di design di prodotto, da chi deve dare il consenso del marketing e dai responsabili commerciali». In questo contesto si sviluppano competenze «volte a superare le barriere del design tradizionale». Adesso alla nuova figura sono richieste capacità di branding, seguendo principi di ecologia e compatibilità dei materiali, ma — continua Wallentin — «anche la buona conoscenza delle opportunità offerte da mondo informatico e dal web».



TRA YACHT, LAMPADINE E POLTRONE — A sinistra: il designer Enzo Angileri

Il nuovo manager designer deve quindi parlare il linguaggio del management, e suggerire le opportunità nate dalle richieste dei "piani alti". Non bisogna però cadere nell'errore di mettere sul mercato figure semplicemente a metà strada. Spiega a proposito Roberto Verganti, ordinario di gestione dell'innovazione alla School of Management del Politecnico di Milano: «Un designer deve innanzitutto essere un buon designer e un manager un buon manager. Solo così un team riesce a integrare il meglio delle competenze». Lo sanno bene all'Alta scuola politecnica, dove lavorano sull'interdisciplinarietà, aggiungendo percorsi formativi addizionali per diverse discipline, senza però sacrificare la preparazione specialistica. Il consiglio, prosegue Verganti, è quindi «studiare in una scuola di design di alto livello, per poi approfondire le conoscenze acquisite con un percorso di management in una business school specializzata».

E per quanto riguarda la retribuzione? Come tutte le professioni creative, soprattutto quelle innovative, non esiste un inquadramento fisso. «Dipen-

derati individualisti, perché si pensa ancora che un'idea creativa sia il frutto di una sola mente, negli ultimi anni invece il panorama è cambiato. Spiega Anna Barbara, docente dell'area design alla Nuova accademia di belle arti di Milano: «Accademie come la nostra iniziano ad assumere il ruolo di incubatori di impresa, dove i giovani sperimentano formule di collaborazione con professionisti e aziende». La formazione in accademia copre quindi quella fase di start-up lavorativo che sempre più potrà diventare, in futuro, il cuore della formazione.

Il caso

E a scuola più coreani che italiani

A studiare design, uno dei simboli del made in Italy nel mondo, ci sono più coreani che italiani. E questo succede a Milano, non a Seoul. In una scuola italiana, Domus Academy, uno dei 26 migliori istituti del settore, in Asia ed Europa, secondo il settimanale americano «Business Week». Tra i 192 studenti iscritti all'anno accademico 2006-2007, gli italiani sono infatti solo 21. A fronte di 37 coreani, 18 cinesi di Taiwan, 16 indiani, 11 turchi... Forse, uno dei vantaggi competitivi rimasti all'Italia nella «guerra» della globalizzazione, il design con le sue applicazioni, sta piano (anche questo) svolgendo verso l'Asia.

l'esempio del corso di Yacht Design