

AROMI ADDITIVI SEMILAVORATI

INGREDIENTI ALIMENTARI

Settembre/Ottobre 2021
anno 20 - numero 118

ABSolutely Genuine Food



**MILK
MEAT
FISH** ANALOGUE



Via Spagna, 22, 35010 Vigonza PD
Tel: 049 893 6851 - info@absfood.com
www.absfood.com



Poste Italiane spa - Sped. in A.P. - D.L. 353/2003 (Conv. in L. 27/02/2004 n° 46) art. 1 comma 1 MBPA NORD OVEST - n. 5/2021 - IP - ISSN 1594-0543



FOOD DESIGN

A cura di:
Paolo Barichella
Food designer

Il *design thinking* dei servizi e dei sistemi

Design Thinking, DT, è un neologismo che identifica una metodologia di approccio al modo di progettare un prodotto, un sistema o un servizio.

Si basa su un modo di lavorare dove il principio chiave è mettere l'utente al centro, dove la domanda centrale diventa come essere efficace assieme ad altri nel progettare soluzioni a problemi, esigenze, desideri che siano creativi, essenziali, utili?

L'applicazione del DT come leva innovativa può essere sintetizzata partendo da quattro principi di fondo.

1. Creatività. Il DT è un approccio che fa leva sulla capacità delle persone coinvolte

nell'essere creative. È infatti caratterizzato da strumenti e metodologie che supportano la generazione delle idee come *I'How Might We*.

2. Prototipazione. La prototipazione velocizza i processi di DT perché consente di comprendere in maniera rapida punti di forza e debolezza delle nuove soluzioni da implementare. Questo principio è strettamente correlato a quello di *user contribution*: non ci si limita a definire i passi per immaginare un'idea o una soluzione, ma si arriva alla concreta realizzazione di tale idea mediante il confezionamento di un prototipo. Tali prototipi possono concretizzarsi in *roadmap* di

sviluppo o addirittura in veri e propri modelli funzionanti.

3. User Contribution. Il DT nasce dalla volontà di guardare ai bisogni degli utenti e aiutarli a risolverli. Per questo è fondamentale il ruolo che l'utente finale ricopre nel processo di innovazione. Per assolvere a tale principio si fa largo uso di ricerche etnografiche e A/B Test.

4. Durata del processo. I progetti di DT hanno una durata che può variare nell'ordine di ore, giorni, mesi e anni, a differenza di altri approcci basati sul design, come il *Design Sprint* utilizzato da Google, che hanno una durata definita. Questo perché il processo predilige fasi

e dinamiche divergenti, in cui si generano innumerevoli idee attraverso lunghi *brainstorming*.

L'Osservatorio DT for Business del Politecnico di Milano, all'interno di due grandi aree che sono la creazione di soluzioni e la creazione di *vision*, ha individuato quattro forme e interpretazioni diversi di modelli che il DT può assumere a seconda delle sfide specifiche e degli obiettivi del progetto di innovazione.

Creazione di soluzioni: queste metodologie fanno leva su competenze creative e ideative e sono le più diffuse tra società di consulenza, studi di design, agenzia digital e sviluppatori di software e tecnologie.

1. **Creative Problem Solving:** è la metodologia con la quale le imprese innovano comprendendo i bisogni dell'utente e immaginando la più elevata gamma di soluzioni possibili per rispondere alle sue esigenze, per poi restringere il campo fino a trovare la soluzione dominante.
2. **Sprint Execution:** con questa tipologia di DT ci si pone l'obiettivo di realizzare e testare prodotti efficaci al fine di apprendere dai clienti e migliorare la soluzione. È la metodologia in cui si fa più largo uso dei principi di prototipizzazione e *user contribution*. Creazione di *vision*: queste metodologie fanno leva su attitudini critiche e interpretative.
3. **Creative Confidence:** l'approccio mira a creare all'interno delle organizzazioni i presupposti perché possano essere innovative e inclini al cambiamento, stimolando, ad esempio, attitudini alla base del DT come

empatia e tolleranza al rischio ed al fallimento.

4. **Innovation of Meaning:** è l'approccio con il quale le imprese ridefiniscono la visione aziendale, i messaggi e i valori legati ai prodotti e ai servizi che offrono: si tratta di una interpretazione di DT che ha come obiettivo quello d'individuare direzioni e strategie in grado di apportare valore sia all'organizzazione che all'utente finale.

e materiali di un servizio, con lo scopo di migliorarne l'esperienza in termini di qualità e interazione tra il fornitore del servizio e il consumatore finale.

In questo caso, il *Service Designer* osserva il comportamento di un soggetto in un ambiente in un certo contesto, si chiede perché si comporta in una determinata maniera, si immedesima in quel soggetto creando un collegamento empatico e trova



Il DT di fatto regola tutti i nuovi processi d'innovazione e può essere applicato anche ai nuovi modelli di business e il lancio di Startup.

Il *Service Design*, SD, è la progettazione dei servizi per migliorare o ripensare quelli esistenti, oppure per progettare esperienze nuove.

Con SD, in economia, si indica l'attività di pianificazione e organizzazione di personale, infrastrutture, artefatti comunicativi

una soluzione, con questo nuovo approccio che include un nuovo modo di pensare il design.

Lo scopo delle metodologie del SD è di progettare seguendo i bisogni dei consumatori o dei partecipanti, in modo da rendere il servizio *user friendly*, competitivo e rilevante per i consumatori. La spina dorsale di questo processo è di comprendere i comportamenti dei consumatori, i loro bisogni e motivazioni.



Il fine è quello di offrire un'esperienza semplice, funzionale e piacevole al consumatore utente. Secondo i principi del SD, non si

dovrebbe progettare ogni singola parte del servizio, ma piuttosto l'esperienza complessiva: questo è possibile attraverso la

ricostruzione del percorso che l'utente compie durante la fruizione del servizio (customer journey), individuando con esattezza anche gli elementi tangibili che caratterizzano l'esperienza. In questo modo è possibile comprendere se il percorso avviene in modo armonico e coerente sia con l'immagine del brand, sia con le aspettative dell'utente. Inoltre, attraverso questo sistema è possibile scoprire in anticipo eventuali falle durante questo percorso e rimediare in modo tempestivo.

Il Design dei Sistemi è un approccio sistemico alla progettazione, dove il designer diviene facilitatore e non più fornitore di soluzioni: il design sta nel processo e non più nel prodotto finito. Il Design dei Sistemi è caratterizzato dalla progettazione integrata di beni e di servizi, attraverso l'organizzazione, il controllo e gestione del progetto, di semplificazione, gestione e governo della complessità e delle scelte progettuali, finalizzate a un contesto operativo sperimentale teso all'innovazione dei sistemi.