il giornale dell'ARCHITETTURA.com
MAGAZINE LIBERO E INDIPENDENTE SULLE CULTURE DEL PROGETTO E DELLA CITTÀ



David Parrish: scordiamoci il "posto di lavoro della vita"

La costante evoluzione della professione nell'analisi del consulente di gestione specializzato nelle industrie creative, digitali e culturali

Il 29 giugno è stata la Giornata Mondiale del Design. Se il design è uno dei motori principali delle industrie creative, qual è il ruolo del designer oggi e quale la sua distanza dal "business creativo"?

Il design è una delle componenti più importanti delle industrie creative a livello globale. I progettisti di tutte le discipline svolgono un ruolo importante nel mondo di oggi: negli affari, ovviamente, ma anche nel settore pubblico e nella società in generale. I consumatori hanno un rapporto quotidiano con il design industriale, utilizzando i prodotti e i servizi che fanno parte della loro vita. Tuttavia, il design non è completamente compreso o apprezzato dalla maggior parte di essi, che considerano tuttora il design semplicemente una questione di stile piuttosto che di funzionalità. Quindi, sfortunatamente, i designer non hanno ancora abbastanza credito per rendere il mondo un posto migliore.

"Chase One Rabbit" offre 63 consigli, tecniche e narrazioni per gli imprenditori creativi. Secondo Lei, i designer sfruttano meglio il loro talento come dipendenti o come imprenditori?

Nel mio lavoro di consulente aziendale e formatore ho il privilegio e il piacere di lavorare con i designer a livello internazionale. Inoltre, ho scritto spesso i miei libri avendo designer e altri creativi in mente. "Chase One Rabbit" fornisce diversi suggerimenti utili, oltre a esempi di designer e altri creativi che utilizzano tecniche di marketing intelligente. Vedo designer che lavorano in diverse circostanze: come imprenditori, datori di lavoro, lavoratori autonomi, dipendenti o come liberi professionisti impegnati in team di progetto temporanei. Ognuna di queste opzioni presenta vantaggi e svantaggi. Alcuni designer sono più adatti a una situazione piuttosto che a un'altra. Uno dei miei compiti è aiutarli a trovare il contesto in cui sono più efficaci e più felici.

Lei ispira e incoraggia creativi a livello mondiale. Come vede il futuro delle professioni creative?

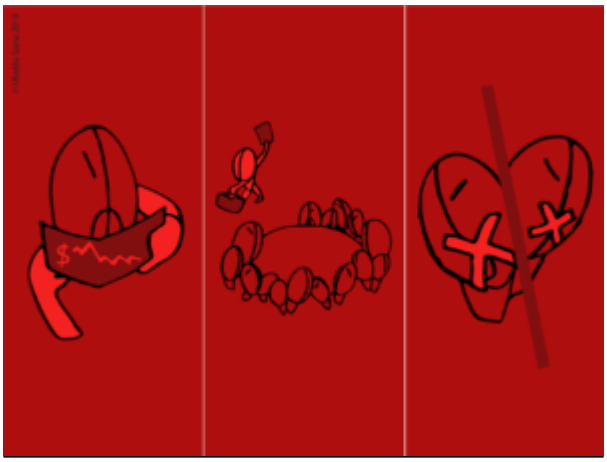
È chiaro che la natura del lavoro sta cambiando, in tutto il mondo. Ci sono meno "posti di lavoro per la vita" ed è ormai raro che una persona lavori per lo stesso datore per tutta la sua carriera. Vediamo una "gig economy" emergente, più "contratti a zero ore" e molte persone che hanno due o più posti di lavoro. I giovani sono forse più a loro agio con questo approccio di tipo "portfolio". Molti giovani che conosco hanno un lavoro part-time, una propria start-up e un "progetto basato sulla passione" o un hobby in cui possono esprimere la propria creatività. Con alcune notevoli eccezioni, le industrie creative sono in gran parte costituite da microimprese con un numero di addetti compreso tra 1 e 10 persone. Inoltre, le persone creative lavorano spesso in team temporanei per progetti particolari. Quindi le persone creative devono adattarsi a queste circostanze. E stanno facendo proprio questo. Viaggiando per il mondo incontro "nomadi digitali" e micro-imprese creative capaci di operare ed essere sul mercato a livello globale.

Se dovesse elencare tre elementi chiave che considera incompleti, offuscati o completamente assenti nella formazione attuale dei progettisti, a cosa penserebbe?

È interessante rilevare che, in qualsiasi continente vada, la gente mi dica che il sistema formativo sul design del loro Paese è incompleto. La mia reazione, solitamente, è quella di sorridere invitandoli a non preoccuparsi; non sono infatti casi unici o limitati, perché sento la stessa cosa in ogni dove! Di solito, gli elementi mancanti nell'educazione al design sono: la comprensione degli affari; la capacità di lavorare in team; la comunicazione interpersonale (con clienti e colleghi). In altre parole, tre elementi vitali su come il design e il designer lavorano nel contesto del business e dell'imprenditorialità.

La Creative Industries Federation e molti famosi designer e architetti britannici temono conseguenze catastrofiche per il settore a causa della Brexit. Lei condivide le medesime preoccupazioni?

Dal referendum sulla Brexit, l'incertezza sul futuro è stata la conseguenza più dannosa per imprese e individui. Quindi sono già preoccupato, qualunque cosa accada con Brexit. Per quanto riguarda il futuro, una Brexit no-deal mi preoccupa di più, ma ci saranno sfide e problemi anche se un accordo è stato concordato. Ad un livello base, ogni attività di progettazione è diversa. Alcuni sono focalizzati a livello internazionale mentre altri lavorano prevalentemente a livello locale; alcuni impiegano cittadini della UE, altri no. Alcune aziende di design hanno già apportato modifiche per prepararsi alla Brexit; altri hanno i loro piani pronti. La Brexit sarà un grande cambiamento per tutti noi. Quindi dobbiamo essere creativi e i designer sono esseri creativi. Come ho detto nel mio intervento al TEDx Napoli, ci sono due diversi tipi di creatività. Utilizziamo la creatività in studio ogni giorno e, ora più che mai, abbiamo bisogno di usare la creatività anche a livello commerciale, elaborando strategie efficaci per affrontare le conseguenze della Brexit.



Elementi mancanti nella formazione sul design secondo David Parrish: 1) comprensione degli affari; 2) capacità di lavorare in team; 3) comunicazione interpersonale;

Immagine di copertina: David Parrish in un ritratto di Yuliya Matskevich

LEGGI L'INTERVISTA IN LINGUA ORIGINALE

il giornale dell'ARCHITETTURA.com
MAGAZINE LIBERO E INDIPENDENTE SULLE CULTURE DEL PROGETTO E DELLA CITTÀ

Per approfondire

Chi è David Parrish



Noto a livello internazionale come relatore, formatore e consulente di gestione specializzato nelle industrie creative, digitali e culturali. È costantemente impegnato in talk e conferenze all'interno delle quali parla ad imprenditori e organizzazioni del rapporto tra creatività e affari, aiutando i creativi a migliorare e rendere sempre più efficaci i processi di sviluppo del business. È autore del pluricelebrato libro (pubblicato anche in Cina, Colombia, Taiwan, Spagna, Lituania, Thailandia, Cile, Ucraina, Bielorussia, Azerbaijan, Georgia, Armenia e Moldavia) ed eBook *T-Shirts and Suits: A Guide to the Business of Creativity*. Il suo approccio allo sviluppo del business combina le persone creative ["T-shirt"] con il pensiero imprenditoriale intelligente ["Suits"]. L'ultimo libro sul marketing strategico è *Chase One Rabbit: Marketing strategico per il successo aziendale. 63 suggerimenti, tecniche e racconti per gli imprenditori creativi*.

Autore

Ubaldo Spina

Ricercatore, Industrial Designer e BDM presso CETMA (www.cetma.it), si occupa di design research e servizi di design e innovation management. Consulente di startup, PMI e Grandi Imprese, con focus sulla gestione dei processi di sviluppo di nuovi prodotti e fornitura di servizi avanzati di progettazione concettuale e strategica, ingegneria, prototipazione e protezione IP. Esperto europeo nella ricerca di "Tecnologie emergenti per il design" e membro dello Steering Board del progetto WORTH, il più grande incubatore europeo finanziato all'interno del programma COSME per la creazione e il supporto di collaborazioni transnazionali tra designer, PMI e technology provider, è membro della Commissione "Ricerca per l'impresa" dell'ADI - Associazione per il Disegno Industriale. Per conto del Joint Research Center della Commissione

Europea, ha co-curato il rapporto "Innovation Ecosystems in the Creative Sector: The Case of Additive Manufacturing and Advanced Materials for Design". Il suo gruppo di lavoro ha ricevuto diverse segnalazioni ADI Design Index, due Menzioni d'Onore e il Compasso d'Oro ADI per il veicolo a guida autonoma OMNIAGV. Docente nell'ambito delle attività didattiche magistrali della “24ORE Business School, coordina la pagina Design de “Il Giornale dell'Architettura” e le rubriche giornalistiche “SOS Design” (Design for Emergencies), “Design&Startup” e “Professione Designer”.