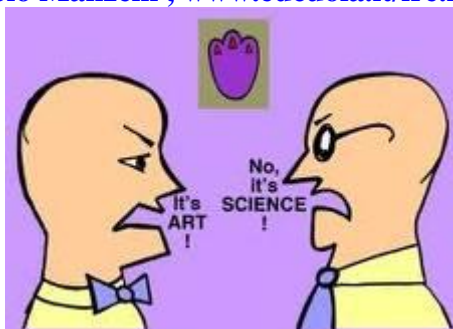


ARTE , SCIENZA INNOVAZIONE E COMUNICAZIONE DI IMPRESA.

Paolo Manzelli , www.edcuola.it/lre.html



Una nuova strategia di innovazione non può non tenere conto della condizione di crisi e stagnazione della produzione e delle esigenze specifiche di cambiamento finalizzate al risparmio.

Le imprese, nel nuovo scenario economico contemporaneo, dovranno pertanto modificare il modo in cui le innovazioni vengono proposte dalla reclamizzazione dei prodotti in quanto la reclame incide pesantemente sul valore che viene attribuito alle merci.

La pubblicità e' una forma di comunicazione a pagamento che ha preso una sempre piu' ampia fetta di profitti con la radio e poi con la televisione e cioe con mezzi di diffusione della informazione non interattivi che come tali tendono a condizionare le scelte degli individui in relazione al consumo di beni e all'utilizzo di servizi.

La reclame e' oggi onnipresente e si impone su tutto cosi' che si determina una riduzione della liberta' di scelta poiche' che ogni persona grande o piccola vede giornalmente molte centinaia di annunci cosi' che la gente viene manipolata mentalmente da messaggi culturalmente minimali riducendo l'attenzione per la cultura e la capacita' creativa.

Di conseguenza l'impresa dovendo operare in condizioni di massimo risparmio, dovra' porre tra gli obiettivi di sostenibilita', una diversa scelta sulle modalita' di far conoscere al pubblico la innovazione di processo e la qualita' della propria produzione.

Pertanto diviene necessaria anche una profonda innovazione della "**comunicazione di impresa**" vista in relazione alle modalita' di conseguire gli obiettivi generali di risparmio prefissati in modo da far conoscere al pubblico nel mondo globale in cui stiamo vivendo , il proprio protagonismo imprenditoriale nel dare sviluppo a produzioni innovative e di elevata qualita' dei prodotti.

In questo scenario del cambiamento della "comunicazione di impresa", una profonda revisione della capacita' di promozione della innovazione comunicativa e' stata individuata dal gruppo **QAGI/EGOCREANET** (*), mettendo in atto una strategia di "**Disruptive Telematics Innovation**" (**), che correla strettamente "**Arte Scienza ed Innovazione**" essendo finalizzata a sostituire le modalita' di reclamizzazione a breve termine di processi e prodotti correlandoli a una dimensione capace di garantire a piu' lungo termine la comunicazione di impresa .

La Agenzia per la Diffusione delle Tecnologie per la Innovazione ha prescelto il gruppo **QAGI/EGOCREANET** come progetto innovativo volto al fine di sperimentare alcune " **Best Practices** " di livello internazionale nel campo della nuova "comunicazione di impresa" basata sulla trans-disciplinarieta' tra Arte-Scienza ed Innovazione per dare lustro alle tecnologie di produzione dell' Italia nel Mondo

(*) - Vedi Please see Art Science and Innovation in Italy (Achronym : QAGI)

<http://www.youtube.com/watch?v=L3W2eZrYBtY>

<http://kultartmagazine.ning.com/profile/QuantumArtGroupItaly>

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=219513268085812&id=114730835222931

<https://sites.google.com/site/quantumartgroupitaly/home>

(**)- <http://dabpensiero.wordpress.com/2011/06/04/innovazione-dirompentedi-paolo-manzelli/>

(***) <<http://www.aginnovazione.gov.it/>>

Note: You can give an adhesion to QAGI it is free. Paolo Manzelli; pmanzelli.lre@gmail.com

