

DGI featured in Design Economy 2020

Share

[Facebook](#)

[Twitter](#)

[Linkedin](#)



We are pleased to announce that we are featured in Design Economy 2020, a report created by **Symbola Foundation** with **Deloitte** and **Poli.Design**, released on November 26, 2020.

Published annually, the Design Economy report analyzes the Italian design sector, highlighting the relationship between investments in design and the competitiveness of companies. The report also covers the role of design in innovation and design education.

Now in its fourth year, the research maps the relationship between investment in design and competitiveness, a relationship that is quickly becoming a cause-effect relationship rather than a simple correlation. According to research, design improves business performance in terms of both turnover, employees, and exports. The turnover, for example, of the companies that invest in design is on average 15,5% higher (37% vs 22,7%) than the turnover of those that do not invest in design. Interestingly, the role of design in driving competitiveness is even more significant in activities linked to environmental sustainability.

See below for our input on the role of design in innovation, and download the complete report [here](#).

DESIGN GROUP
ITALIA

EDGARDO ANGELINI
SIGURDUR THORSTEINSSON
PETER NEWBOULD
partner

«**L'INTUIZIONE È LA CASA DEL DESIGNER: OLTRE CHE CONOSCERE LE DINAMICHE DI MERCATO, IL DESIGNER DEVE SAPER LEGGERE LE PERSONE PER SCOVARE ANCHE I BISOGNI CHE NON RIESCONO AD ESPRIMERE. SOLO COSÌ IL DESIGNER DIVENTA STRATEGICO PER L'AZIENDA**»

Non ci siamo mai limitati a operare all'interno di quella che era la definizione accettata di design: un po' per fortuna e un po' per opportunità ci siamo spinti a esplorare le diverse sfaccettature di questa disciplina. Dire che il design sia il prodotto, richiede di fermarsi al suo aspetto più tangibile. Il design, invece, è problem solving, crea una relazione tra oggetto e essere umano, anticipando il significato e la necessità delle cose. Alcuni potrebbero non essere d'accordo con questa definizione, perché vogliono che l'estetica venga trattata come arte. Eppure il mestiere del designer si sta trasformando: non disegniamo più l'oggetto ma tratteggiamo le necessità. In Italia il management dimostra una crescente consape-

volezza del ruolo strategico del design. Ciò accade anche perché la battaglia sull'innovazione sta cambiando: chi faceva prodotto si confrontava con aziende più tradizionali che agivano secondo simili logiche imprenditoriali, mentre ora le startup o le realtà "over the top" stravolgono il mercato. Anche il digitale è entrato in maniera decisa in tanti processi e costringe all'innovazione anche settori meno portati. Le aziende che riconoscono di aver bisogno di trovare nuovi spunti per affrontare queste dinamiche si rivolgono quindi al design thinking. Ma è ancora necessario guidare gli stakeholder nel realizzare il cambiamento, mostrando tutto ciò che il design può fare, al di là del prodotto.

2 . 2 . 5 4

Related Read other news



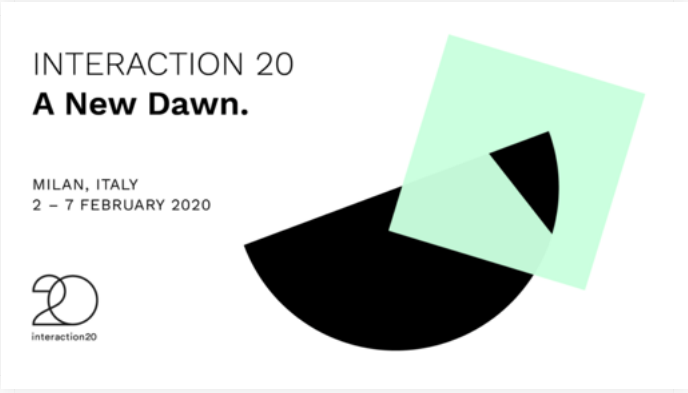
News

Intrepid and DGI join forces



News

DGI featured in Design Economy 2020



News

Julie Blitzer to co-chair Interaction20 in Milan



News

DGI receives the ISO 9001 certification

[Read more news >](#)



[Milan](#)

[New York](#)

[Reykjavik](#)

[Silicon Valley](#)

[Work](#)

[About](#)

[Services](#)

[Approach](#)

[News](#)

[Contact](#)

[People](#)

[Careers](#)

[The Kitchen](#)

Subscribe to our newsletter

[Subscribe](#)

