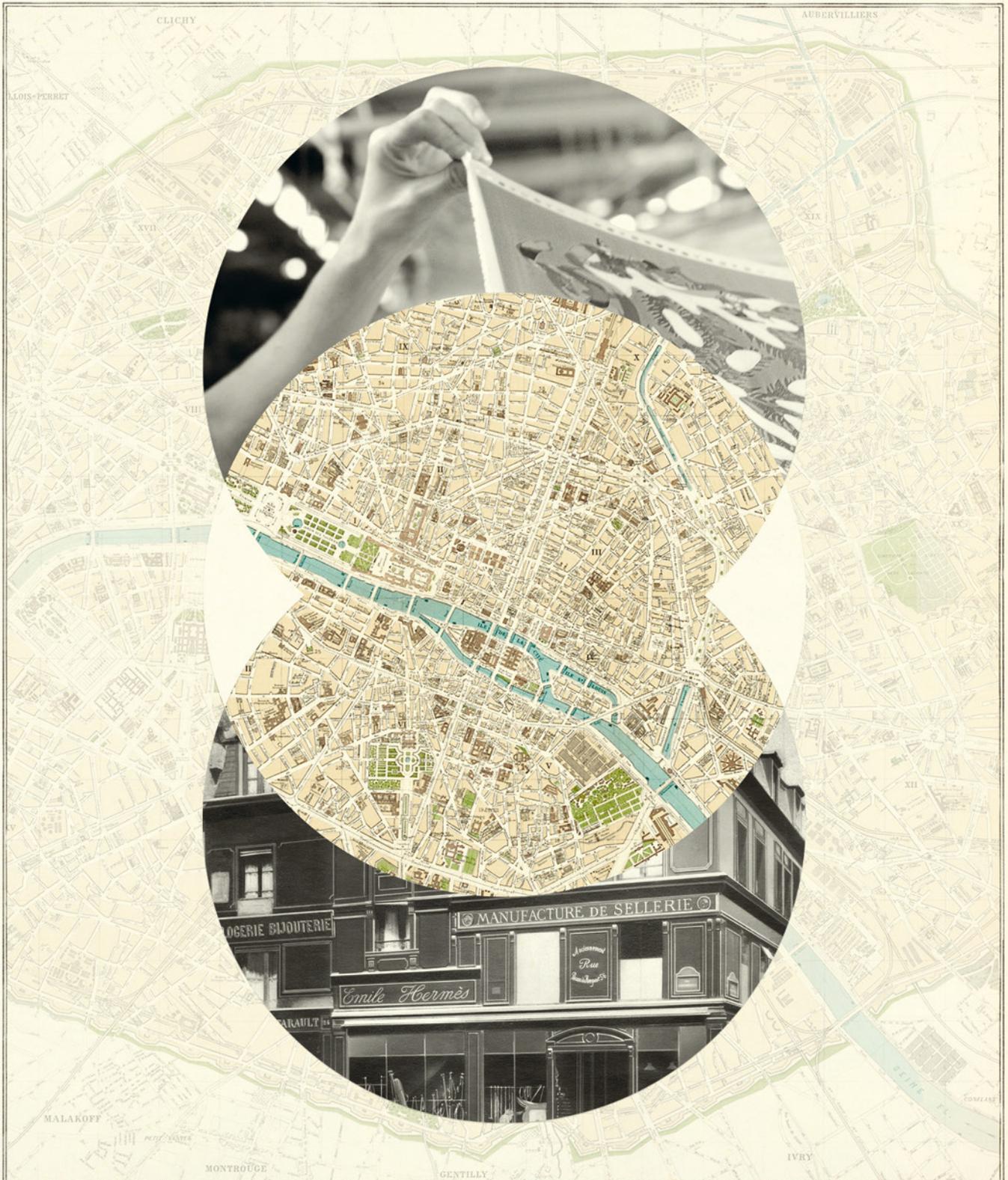


Le Monde d'Hermès

PRIMAVERA-ESTATE 2020

N°76

PART. 6



EMISFERO NORD

PARIGI, LONDRA E LA BRETAGNA

I GIOCHI DELL'INNOVAZIONE E DEL CASO

DI PAUL AUDI*



48°51'12.2"N 2°20'55.7"E



DA SEMPRE

1938

1998

PER SEMPRE

Anche se la parola “innovazione” manifesta chiaramente il suo rapporto con la novità, tuttavia essa non riflette la stretta relazione che l'introduzione di qualcosa di nuovo in un ordine o sistema già dati – tale infatti è la sua definizione – intrattiene in genere con i due fenomeni dell'appropriazione e della sorte.

Certo, quel che si può sempre osservare, fin da subito, è l'apparire di una novità o di un rinnovamento, il delinarsi di qualcosa che, comunque, è frutto di un cambiamento, di una rottura, di una discontinuità. Ma due dei suoi tratti costitutivi restano spesso nell'ombra. Prima di tutto, il fatto che

l'innovazione presuppone e deriva sempre dall'appropriazione di un dato, cui è stata attribuita una finalità che trascende il motivo per cui in origine esso è stato costituito. Poi, il fatto che, in larga parte, questa appropriazione è più riconducibile al caso che non alla rigorosa messa in opera di un metodo, alla scrupolosa applicazione di un programma, al felice esito di un'anticipazione o di una previsione ponderata.

Questi due aspetti congiunti dimostrano che l'innovazione non è poi tanto distante dalla creazione che, come ben sappiamo, consiste nel dare vita a qualche cosa che prima non esisteva, e della quale, forse, non si aveva

* Paul Audi è filosofo. Il suo lavoro indaga le relazioni fra l'etica e l'estetica.

la più pallida idea. Eppure, se un creatore si prefigge di innovare, ossia di apportare, almeno da un certo punto di vista, qualcosa di nuovo, di inedito, di sconosciuto, l'innovatore, dal canto suo, non deve per forza essere un creatore, nel senso che un'innovazione non deve far nascere qualcosa dal nulla. Alcuni potrebbero sostenere

che l'innovazione sta alla creazione come l'artigianato sta all'arte. Saremmo tentati di crederlo, anche se la giustificazione di un simile assunto comporterebbe lunghe argomentazioni. Accontentiamoci piuttosto di constatare che anziché di creazione, da non confondersi con l'innovazione, si dovrebbe piuttosto parlare in termini di “creatività”.



Studio Harano-Peradi

PARIGI – LONDRA

LA BORSA *BIRKIN*

Su un volo Parigi-Londra, nel 1984, una donna è seduta accanto a un uomo. I due non si conoscono. L'aereo decolla. La donna cerca qualcosa nella sua borsa, facendola cadere. Delle carte si sparpagliano ovunque. L'uomo la aiuta a raccoglierle. La conversazione ha inizio. La donna parla con un forte accento britannico. Si lamenta di non trovare una borsa a misura del guazzabuglio di cose che ama portare con sé. L'uomo estrae dalla tasca un taccuino di pelle rossa e, dalla sua custodia, una matita. Si chiama Jean-Louis Dumas, è a capo della maison fondata dal suo trisnonno. È curioso di tutto, soprattutto delle sfide inaspettate. Ascolta la donna e tratteggia a poco a poco questa borsa miracolosa che a Parigi ancora non esisteva e che nascerà prima di Londra. La borsa leggendaria disegnata in pieno cielo si affiancherà alla famosa *Kelly* sugli scaffali del desiderio e prenderà il nome della giovane Jane: *Birkin*.

Quel che non appare mai con evidenza è dunque il fatto che l'innovazione, nel suo essere espressione di creatività, dipende da certe condizioni. Quali? Come è stato detto, la prima condizione per produrre un'innovazione è che vi sia un'invenzione cui appoggiarsi. Ogni innovazione nasce sempre a partire da un'invenzione. Un'innovazione

dipende da un'invenzione nella misura in cui essa si impegna attivamente a farla propria e a sfruttarne le potenzialità. Dire che un'innovazione si pone sulla scia di un'invenzione già riconosciuta in quanto tale, equivale a dire che essa agisce principalmente su una cosa inventata. In realtà, è l'invenzione stessa che comanda l'innovazione, dal momento



Serge Guenard

PARIGI IL CINTURINO GIRO DOPPIO

Martin Margiela osserva una valigia. Colui che diverrà il direttore artistico delle collezioni prêt-à-porter donna di Hermès dal 1997 al 2003 è ancora uno studente. Divide il suo tempo tra Anversa, Parigi e Londra, e spesso gironzola nei mercati delle pulci. La valigia che cattura il suo sguardo è speciale. È chiusa da una lunga cinghia di cuoio che ne fa due volte il giro. «Due volte il giro, molto interessante», si sarà detto Martin Margiela. Il giovane si procura una cinghia di cuoio, rientra a casa e se la avvolge intorno alla vita. Giro doppio anche per lui. Molto attraente. Poi lo studente torna alle sue occupazioni, cresce e sviluppa la sua arte. Nel 1998, ripensa alla cinghia di quella valigia fatta passare per due volte attorno ai suoi fianchi e inventa il cinturino giro doppio per l'orologio *Cape Cod*, disegnato da Henri d'Origny. L'osservazione di una semplice valigia due anni prima, quella piccola scintilla creativa, diventa un riferimento per la moda.

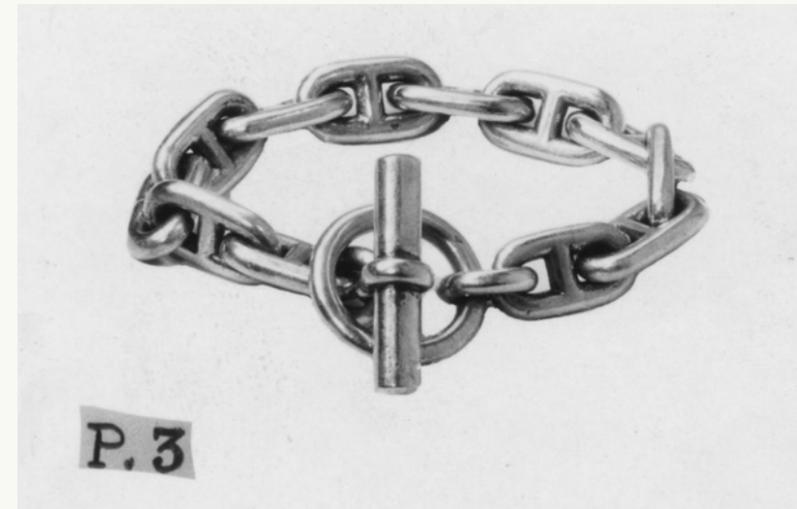


Foto e stampa Draeger / Archives Hermès

BRETAGNA IL BRACCIALE CHAÎNE D'ANCRE

Robert Dumas è in vacanza in riva al mare. Il genero di Émile Hermès, sposo della figlia Jacqueline, ama vagare sulle spiagge per completare la sua collezione di ciottoli. In un piccolo porto bretone, il suo sguardo si posa su un'ancora. Egli osserva l'intreccio delle maglie della catena e, all'improvviso, la sua mente si astrae e ricomponne ciò che ha visto in una dimensione parallela: la catena d'ancora diventa un bracciale al polso di una donna. Semplice, recante l'impronta dell'evidenza, questo dirottamento verrà a poco a poco declinato in porcellane, cravatte, orologi... Lo spirito della maison, da sempre alimentato dall'ispirazione equestre, viene così travolto dagli spruzzi marini e ne appare rigenerato.

che essa dà luogo a realizzazioni oggettive o ad applicazioni pratiche – overossia, a tutto ciò che riguarda quella che potremmo definire, servendoci di un infelice anglicismo, una “implementazione”.

Vuoi per il desiderio di sperimentare, vuoi per l'ansia di perfezionare, l'innovatore si impadronisce sempre di un'invenzione e la mette in opera (ossia, ne applica le soluzioni) allo scopo di “fare la differenza” in un ambito (la competizione commerciale, ad esempio) in cui il fatto che questa differenza si realizzi e sia presa in considerazione sembra essere della massima importanza. Fra le prerogative dell'innovazione vi è pure quella di rafforzare

un'invenzione introducendola in un contesto socioeconomico dato; ma anche di fornirle l'opportunità di raggiungere il successo, un successo che le deriverebbe dal consenso espresso da un certo tipo di pubblico.

Pensiamo, ad esempio, allo schermo tattile dei computer. Perché in questo caso, a dire il vero, non si tratta tanto di un'invenzione quanto di un'innovazione tecnologica che trae profitto da invenzioni tecniche precedenti e debitamente costituite, ossia approvate, rese pubbliche e condivise in previsione di un uso collettivo. Se si può parlare di innovazione, è nella misura in cui questa periferica informatica si basa

sulla combinazione di due funzionalità eterogenee, in origine separate: la funzione di visualizzazione su un monitor e quella di puntamento, che situa e orienta i comandi sulla sua superficie digitale. In questo caso, l'innovazione consiste nell'ideazione e nella realizzazione della suddetta combinazione, alla quale nessuno aveva ancora pensato.

Questo dispositivo, nuovo non soltanto nella forma ma anche nella funzione, che rinnova il modo in cui fino ad ora si maneggiava questo tipo di apparecchi, trova la sua ragion d'essere nella necessità sia economica che ergonomica di ridurre il numero di periferiche attive nel sistema in questione. Non sorprende, dunque, il fatto che questa



innovazione abbia avuto successo sia fra i consumatori che fra i produttori.

La seconda condizione in virtù della quale un'innovazione può avere luogo è ancor meno evidente: il fatto che l'innovatore debba avere fortuna. La fortuna, ossia il fatto di trovare per caso un'applicazione indovinata dell'invenzione, rappresenta un aspetto cruciale dell'atto di innovare. L'innovatore deve sapersi affidare alla sorte, conquistarla, coglierla, catturarla, non appena essa, inopinatamente e contrariamente alle attese, passa davanti a lui. Il grande innovatore è colui che va incontro all'imprevisto a briglie sciolte, che addirittura ne fa un alleato, un complice stimolante e fecondo. Innovare è poter contare su questo compagno inatteso per vincere la propria scommessa. Perché? Perché l'azzardo è in grado di fungere al tempo stesso da rivelatore e da catalizzatore di potenzialità insospettabili. Pensiamo al pittore Francis Bacon, che aveva a lungo riflettuto sul ruolo che si ritiene possa giocare "l'accidente" nel corso di una creazione, nel processo creativo stesso: egli ammetteva di non aver mai saputo con certezza se si trattasse di un puro caso o di una manipolazione del caso. «So – aggiungeva – che ciò che mi è anche solo un po' piaciuto dei miei lavori è stato il risultato di un elemento fortuito sul quale sono stato capace di lavorare. Perché il caso mi ha dato una visione disorientata di un fatto che tentavo di captare»¹. Ora, questa affermazione di un artista sensibile ai benefici del disorientamento e costantemente attratto dall'improbabile è stata sottilmente commentata dal filosofo Gilles Deleuze, che ha scritto: «Per Bacon il caso è inseparabile da una possibilità di utilizzazione. È il caso manipolato, differente dalle probabilità ammesse o viste»². Questo commento può essere senz'altro riferito all'innovazione. Per almeno due motivi. Non solo l'innovazione non fa mai assegnamento su delle possibilità ammesse o viste, ma il fatto di affidarsi alla fortuna, di trarre vantaggio dall'occasione – anche se questo non ha in sé molto di "creativo" – può sempre rivelarsi un fattore d'innovazione, qualora il caso venisse manipolato in un senso molto preciso: per reindirizzare o riassegnare a un'altra cosa ciò che le serve, per definizione, da supporto originale, ossia i termini di un'invenzione.

A titolo d'esempio, pensiamo, questa volta, alla cerniera lampo che Émile Hermès scopre durante un viaggio negli Stati Uniti nel corso della Prima guerra mondiale e che reca con sé al suo ritorno per farne un uso inedito. Dopo aver ottenuto i diritti esclusivi per la Francia di questa invenzione brevettata, questa mente geniale ha l'idea di trasferirne l'ambito d'applicazione e le modalità d'uso, per adattarla alla pelletteria che aveva già procurato notorietà alla maison Hermès, creando così un prodotto originale, nato dall'incrocio fra industria e artigianato, bello e utile, moda e routine, abilità e semplicità, eleganza e necessità.

Intrinsecamente, dunque, invenzione e innovazione procedono di pari passo. Ma non sarebbero in grado di confondersi l'una con l'altra. È cercando di migliorare o di reindirizzare il frutto di un'invenzione già costituita che un innovatore si distingue con più evidenza da un inventore. Egli si impossessa dell'invenzione con lo stesso slancio con cui si impossessa del caso, e se ne appropria per dei fini che talvolta gli saranno chiari solo in seguito. Ma se è sempre in vista di un miglioramento o di una modifica che egli implementa un'invenzione in modo originale, è innanzitutto e soprattutto alla luce di questa originalità che si dovrebbe concludere che egli, di fatto, innova. Così, non vi sono innovazioni che non rendano segretamente omaggio a delle invenzioni; e nessuna di esse rinuncia a celebrare le virtù del caso. A condizione, beninteso, che si possieda il talento di manipolare questo caso con successo, ossia di orientarlo nel senso della fortuna. Una fortuna dedicata, nella fattispecie, alla comparsa ma anche all'efficacia di una novità degna di nota.

Sia essa compiuta a fini di interesse piuttosto che a titolo gratuito, l'innovazione riceve, dunque, sempre il testimone da un'invenzione, allo scopo di sperimentare i suoi effetti in campi inattesi, insospettabili, o anche allo scopo di alimentare il caso, scostandosi da tutto ciò che è già noto e collaudato. In modo tale che, esplorando il campo delle possibilità, cercando anche di estenderne ingegnosamente la portata, è il futuro stesso che l'innovatore elegge a compagno di giochi.

¹ David Sylvester, *Interviste con Francis Bacon*, tradotto dall'inglese da Doriana Comerlati, Milano, Skira, 2003 [1980].

² Gilles Deleuze, *Francis Bacon. Logica della sensazione*, tradotto dal francese da Stefano Verdicchio, Macerata, Quodlibet, 2008.

