

Indice

| | |
|---|-----------|
| Introduzione | IX |
| <i>di Alberto Di Minin, Cristina Marullo e Andrea Piccaluga</i> | |
| 1 Loccioni: identità locale, impresa globale | 1 |
| <i>di Noemi Ombrosi, Elena Casprini e Andrea Piccaluga</i> | |
| Introduzione | 1 |
| Storia e valori | 2 |
| L'innovazione come ponte tra il locale e il globale | 5 |
| Locale e globale: il modello «4T» | 10 |
| Conclusioni | 12 |
| Bibliografia | 13 |
| 2 Zambon: tradizione e innovazione | 15 |
| <i>di Cristoforo Grasso, Alberto Di Minin e Alfredo De Massis</i> | |
| Introduzione | 15 |
| La storia | 16 |
| L'innovazione oltre i luoghi comuni | 19 |
| Il «soffio ispiratore» tra tradizione e innovazione | 23 |
| Conclusioni | 28 |
| Bibliografia | 29 |
| 3 New Gluten World: lucidità e passione | 31 |
| <i>di Valentina Cucino e Andrea Piccaluga</i> | |
| Introduzione | 31 |
| Dal «gluten free» al «Gluten Friendly™»: la storia dell'invenzione | 32 |

| | |
|--|-----------|
| La valorizzazione della ricerca attraverso l'impresa spin-off | 36 |
| Lucidità e passione: la <i>disruption</i> che viene dalla ricerca pubblica | 40 |
| Conclusioni | 43 |
| Bibliografia | 44 |
| 4 Enel: empowerment diffuso | 45 |
| <i>di Luisa Caluri e Alberto Di Minin</i> | |
| Introduzione | 45 |
| L'azienda e la sua storia | 46 |
| L'approccio ecosistemico al business: Enel Green Power e la transizione al paradigma di Open Power | 49 |
| Innovare significa aprire il «potere» di agire e supportare un empowerment diffuso | 57 |
| Conclusioni | 58 |
| Bibliografia | 58 |
| 5 Barilla: la cultura si fa dialogo | 61 |
| <i>di Luisa Caluri e Alberto Di Minin</i> | |
| Introduzione | 61 |
| Origini e primi sviluppi | 62 |
| Mercati e stakeholder come driver della missione aziendale | 64 |
| Verso un'innovazione sempre più strategica e <i>user-centered</i> | 66 |
| Empatia e «apertura» culturale come fattori di rafforzamento del brand e della resilienza aziendale | 70 |
| Conclusioni | 72 |
| Bibliografia | 72 |
| 6 FIAM: l'artigianato si fa industria | 75 |
| <i>di Fabrizio Cesaroni, Francesca Maria Cesaroni e Mara Del Baldo</i> | |
| Introduzione | 75 |
| Origine ed evoluzione | 77 |
| Innovazione di processo e di prodotto: due percorsi paralleli | 79 |
| Meccanismi di appropriabilità e vantaggio competitivo | 83 |
| Conclusioni | 85 |
| Bibliografia | 87 |

| | | |
|-----------|---|------------|
| 7 | Venture Factory: da <i>curiosity-driven</i> a <i>market-driven</i> | 89 |
| | <i>di Deepa Scarrà</i> | |
| | Introduzione | 89 |
| | Venture Factory | 91 |
| | Imprenditorialità: da <i>curiosity-driven</i> a <i>market-driven</i> | 97 |
| | Conclusioni | 100 |
| | Bibliografia | 101 |
| 8 | Comau: uomo e robot | 103 |
| | <i>di Giuseppe Idone e Cristina Marullo</i> | |
| | Introduzione | 103 |
| | La storia | 105 |
| | La visione «HUMANufacturing» | 107 |
| | Conclusioni | 115 |
| | Bibliografia | 117 |
| 9 | Aboca: scienza e natura | 119 |
| | <i>di Antonio Crupi e Veronica Trifiletti</i> | |
| | Introduzione | 119 |
| | La storia | 120 |
| | La visione | 121 |
| | La modalità d'implementazione | 125 |
| | Conclusioni | 131 |
| | Bibliografia | 133 |
| 10 | Yogitech: l'alleanza tra Davide e Golia | 135 |
| | <i>di Nicola Del Sarto</i> | |
| | Introduzione | 135 |
| | La nascita e le prime fasi di crescita | 137 |
| | L'acquisizione di Yogitech da parte di Intel | 140 |
| | Davide e Golia | 142 |
| | Conclusioni | 144 |
| | Bibliografia | 145 |