

# Introduzione

Nel 2008, in uno dei suoi discorsi più celebri presso la sede storica di Google a Mountain View, il senatore Barack Obama, ora presidente degli Stati Uniti, affermava con forza che: «*If America recommitts itself to science and innovation, we can lead the world to a new future of productivity and prosperity*». Simili dichiarazioni di intenti sono ampiamente condivise anche nel panorama scientifico e politico italiano e hanno indotto gli autori ad avviare un tavolo di lavoro intorno al quale discutere del ruolo dell'innovazione e del design ai fini del miglioramento delle performance economiche e competitive delle imprese.

La Divisione Ricerche della SDA Bocconi School of Management ha creduto in questa iniziativa e l'ha supportata mediante le risorse del Fondo Claudio Demattè. Grazie a questo supporto finanziario è stato possibile organizzare un gruppo di lavoro multidisciplinare e inter-universitario che ha condiviso le proprie esperienze empiriche, i propri progetti di ricerca e il network di relazioni con la *business community*.

Il dibattito che si è animato all'interno del gruppo è stato proficuo e ha dato vita a un convegno che ha coinvolto il mondo imprenditoriale e quello accademico per un confronto sul tema. Da tale evento sono emersi una serie di interessanti spunti di riflessione e domande di ricerca futura.

Gli stimoli più suggestivi generati dall'attività del gruppo di lavoro hanno indotto gli autori a dare un ordine compiuto alle loro idee attraverso i contributi contenuti all'interno di quest'opera.

Il libro può essere suddiviso in tre parti. Nella prima parte, il tema dell'innovazione è affrontato secondo tre prospettive: dal punto di vista della disciplina manageriale (Baglieri e Lojacono); dal punto di vista delle politiche industriali (Graneli); dal punto di vista delle specificità di settore (Catalani). Il messaggio centrale di questa prima

parte è che l'innovazione può avere un ruolo determinante per la competitività, sempre che sia opportunamente supportata da policy mirate e commisurate alla struttura e alle dinamiche di settore.

La seconda parte stabilisce una connessione tra innovazione e design, storicamente considerato uno dei punti di forza del nostro sistema industriale. In particolare si sottolinea l'importanza di gestire il design come competenza strategica (Trabucchi) e di elevare questa competenza dal prodotto al modello di business (Genovesi) stimolando l'esplorazione continua delle conoscenze, non solo di natura tecnologica (Comacchio-Bonesso). L'ultimo intervento (Bettiol, Chiarvesio e Micelli) di questa seconda parte contribuisce a correlare, ricorrendo all'analisi quantitativa dei dati, innovazione, design e performance delle aziende italiane.

Nella parte conclusiva vengono presentati due casi emblematici: Whirlpool e 3M. Nell'ambito del dibattito del gruppo di lavoro, questi due casi sono risultati, infatti, meritevoli di approfondimento per i motivi di seguito indicati. In primo luogo, entrambe queste aziende hanno saputo nel tempo plasmare un'organizzazione capace di reagire velocemente agli stimoli esterni e di percepire in maniera anticipatoria le opportunità di innovazione. Secondariamente, esse hanno messo a punto sistemi di misurazione del contributo dell'innovazione alle performance aziendali. Ciò ha permesso un più efficace orientamento delle risorse e delle competenze verso l'innovazione. Infine, entrambe si contraddistinguono per un forte *commitment* all'innovazione anche in periodi difficili sia per l'azienda che per il sistema economico.

Questo lavoro è stato reso possibile grazie al contributo di molti. Desideriamo in particolare ringraziare il prof. Giuseppe «Beppe» Soda, direttore della Divisione Ricerche della SDA Bocconi, i colleghi Antonio Catalani, Paola Cillo, Paola Varacca Capello, Gianmario Verona, Silvia Zamboni e gli autori dei vari contributi. I due casi sono stati redatti grazie al prezioso contributo di Marco Signa di Whirlpool e Mauro Porcini di 3M.

Dedichiamo questo libro a chi ci vuole bene, sinceramente e quotidianamente.

*Enzo Baglieri e Gabriella Lojacono*  
SDA Bocconi School of Management, febbraio 2009