

Unità didattica 2 – *Digitalizzazione e nuove forme di collaborazione intra/inter organizzative*

Collaborazione e innovazione

Un cambiamento

Da una fase in cui innovazione scaturisce dai (grandi) laboratori di «imprese giganti» (dentro il modello fordista)



A una fase in cui processi di segmentazione, ecc. portano a un ridimensionamento del ruolo dei grandi laboratori, delle imprese giganti e al **moltiplicarsi di reti di collaborazione** tra piccole organizzazioni (ruolo delle start-up)

Collaborazioni-innovazioni: dibattito

Collaborazioni inter-organizzative al centro dell'**attenzione** degli studiosi, ma anche degli operatori dei vari settori (da quelli industriali, del «made in Italy», a quelli dell'industria culturale e creativa) e degli attori politico-sociali

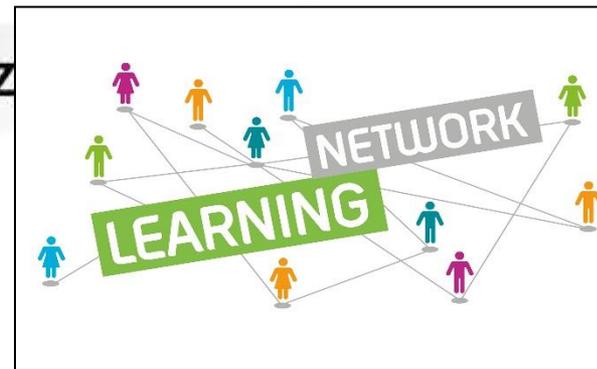


La soluzione proposta/osservata → **network of learning** diventano i luoghi dell'innovazione.
Innovazione oltre i confini delle imprese, radici nei network, nelle collaborazioni

Conessioni, condivisione di informazioni, ecc. in modo da supportare l'apprendimento reciproco

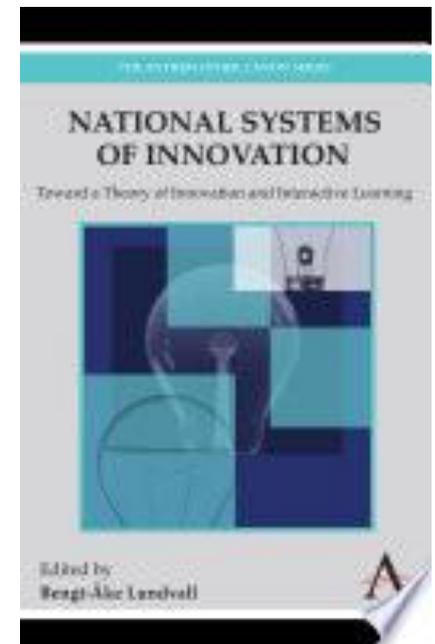


Intensificarsi del dibattito (inter-disciplinare) e moltiplicarsi delle iniziative, organizzate da diversi attori



Lundvall (e altri economisti Università di Aalborg)
→ **learning economy**. Nei nuovi scenari economici
le risorse fondamentali per la competizione sono
conoscenze, processi di apprendimento

A queste risorse è legata la capacità
di innovazione, che deve essere
costitutiva, onnipresente, cumulativa



Chris Viehbacher CEO **Sanofi-Aventis** (settore farmaceutico): «siamo diventati così grandi che abbiamo ucciso l'innovazione»

Riorganizzazione **verso network, partnership, collaborazioni** con piccole imprese biotech, università, centri di ricerca pubblici e privati, strutture del sistema sanitario, ecc.



Oltre l'outsourcing

Network non derivanti da esternalizzazioni, outsourcing, ma dal «riconfigurarsi» dell'organizzazione all'interno di una rete di collaborazione



Outsourcing e segmentazione coesistono con collaborazione per «fare» una certa attività

Territori, innovazioni

Crescente attenzione alle **interazioni** tra imprese, enti pubblici, ecc. **all'interno di specifiche aree territoriali** («agglomerazioni territoriali» e innovazione).

Silicon Valley



Interesse anche per i **distretti culturali** (anche se ancora poco sviluppati in Italia) come casi di interazioni all'interno di specifiche aree territoriali



Attenzione ai **sistemi sociali e territoriali dell'innovazione**

Ruolo delle caratteristiche del «contesto», incluse le sue **risorse** «normative» (*vedi slide successiva*)

In particolare, in evidenza l'importanza di risorse **materiali** (saper fare diffuso, «atmosfera industriale», ecc.) e **immateriali**, come la fiducia



Risorse cognitive



Risorse normative

Il ruolo delle ICT

ICT **agevolano** le forme di collaborazione, le partnership (anche) per l'innovazione

ICT come **«incubatrice dell'innovazione ricombinante»**, aumenta le capacità di combinare idee e competenze provenienti da diversi soggetti

In altri termini, offre più possibilità di accedere a conoscenze/contributi di un numero crescente di persone, organizzazioni e di metterle insieme (ricombinazione)



Piattaforme *crowd innovation*

ICT spingono per un paradigma dell'innovazione basato sull'**apertura verso l'esterno** e sulla **collaborazione**

Fino al «**crowd innovation**», piattaforme collettive che sfruttano l'**intelligenza collettiva** distribuita nella rete

Vari contributi enfatizzano la possibilità di «**screening di massa**» dei problemi e potenziamento capacità di produrre **soluzioni**.
Incluse **soluzioni *out-of-the box***, soluzioni **innovative** (fuori dagli schemi prevalenti)

Dunque, tema da considerare (e sempre più al centro degli studi organizzativi)...

continuo aumento di grandi organizzazioni che ricorrono a processi di risoluzione collettiva dei problemi (che si aggiungono a/integrano modalità più tradizionali). Da «**risolutori di problemi**» a «**cercatori di soluzioni**»

InnoCentive

The screenshot shows the InnoCentive website homepage. At the top, there is a dark blue navigation bar with the logo 'innocentive a wazoku brand' on the left and a menu of links: 'Our Solvers', 'Our Offering', 'Challenge Center', 'Resources', 'About', 'Blog', and 'Contact'. Below the navigation bar is a large hero image of a person standing on a rocky mountain peak. Overlaid on this image is a white text box with the heading 'THE Open Innovation Marketplace'. The text below the heading reads: 'InnoCentive is the global pioneer in crowdsourced innovation. We help innovative organizations solve their important technology, science, business, AI and data challenges by connecting them with a global network of expert problem solvers.' A blue button with the text 'View Challenges >' is positioned below the text. Below the hero image, the page is divided into two columns. The left column features a gear icon, the heading 'Launch a Challenge', and the text: 'Struggling to find innovative breakthroughs? Need fresh external thinking and insights? Have InnoCentive design and launch your Challenge to'. The right column features a head-and-gears icon, the heading 'Solve a Challenge', and the text: 'If your mind sees solutions everywhere, challenge yourself to change the world. Work to solve important problems for the world's leading organizations... and earn'.

innocentive
a wazoku brand

Our Solvers Our Offering Challenge Center Resources About Blog Contact

THE Open Innovation Marketplace

InnoCentive is the global pioneer in crowdsourced innovation. We help innovative organizations solve their important technology, science, business, AI and data challenges by connecting them with a global network of expert problem solvers.

[View Challenges >](#)

Launch a Challenge

Struggling to find innovative breakthroughs? Need fresh external thinking and insights? Have InnoCentive design and launch your Challenge to

Solve a Challenge

If your mind sees solutions everywhere, challenge yourself to change the world. Work to solve important problems for the world's leading organizations... and earn



Design di prima classe. Al tuo servizio.

99designs è il servizio di design grafico di Vista. Ti offriamo la possibilità lavorare con esperti professionisti e creativi di tutto il mondo per costruire il tuo marchio attraverso un design personalizzato e accattivante.

Logo, siti web, branding...

Inizia

Accompagna il tuo pubblico in un viaggio visivo

Scopri immagini eloquenti e autentiche capaci di emozionare, ispirare, coinvolgere.



Cerca tra milioni di video e immagini stock di altissima qualità

Immagini

Più in generale: *crowdsourcing*

Un soggetto affida la progettazione e realizzazione di un progetto a un insieme (indefinito) di persone non organizzate precedentemente → gli utenti (crowd) che si riuniscono in comunità online

Importanza per ICC

Per la frammentazione del settore (tante piccole realtà, spesso isolate)

Con tante realtà «fragili» dal punto di vista della sostenibilità economica

Un «universo» eterogeneo e in espansione...

https://www.boardofinnovation.com/staff_picks/open-innovation-crowdsourcing-resources/

board of
innovation

Strategy ▾

Business design ▾

Academy ▾

Cases

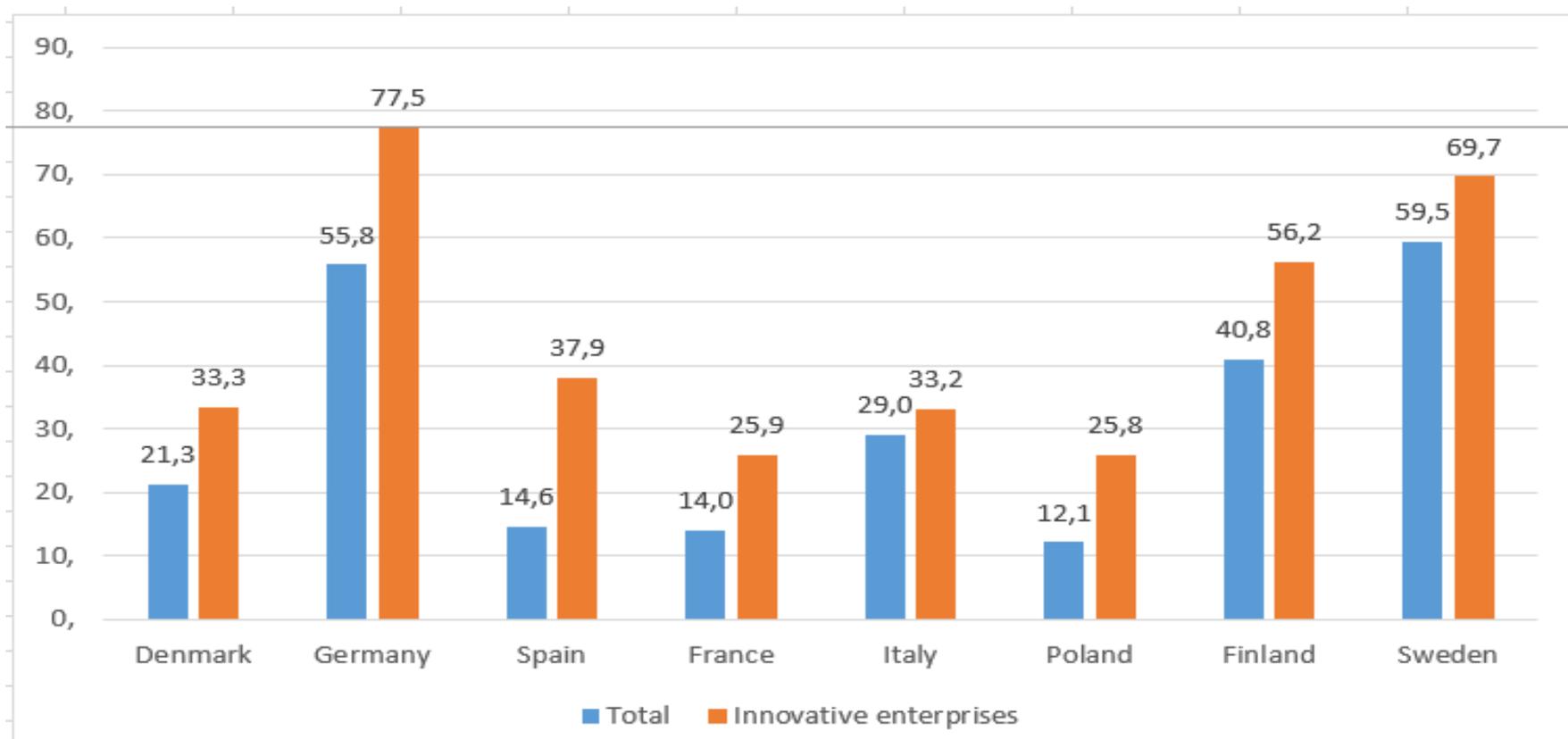
Industries

← STAFF PICKS

**Open
innovation &
crowdsourcing
resources**



Enterprises that co-operated on business activities with other enterprises or organisations – Telecommunication sector (%)



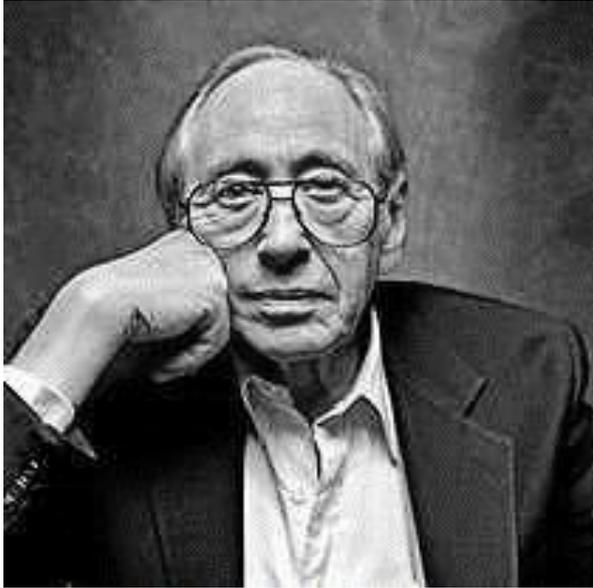
Fonte: Eurostat

Enterprises that co-operated on business activities with other enterprises or organisations – Telecommunication (%)



Fonte: Eurostat

Prosumer, produser, ecc.



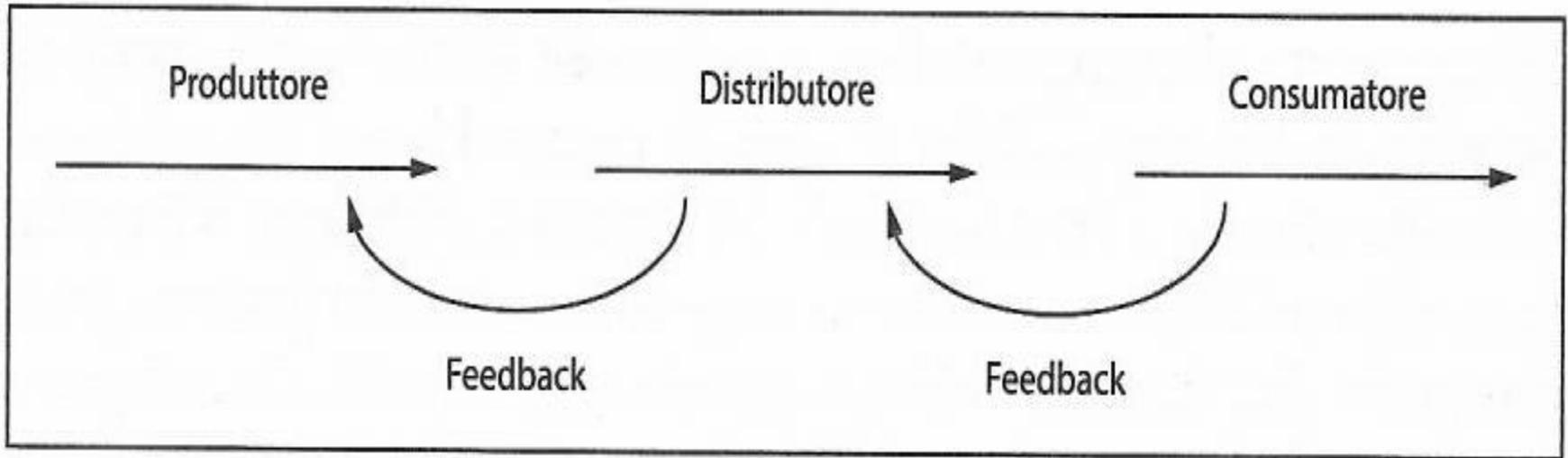
Alvin Toffler (1928-2016)

Sociologo

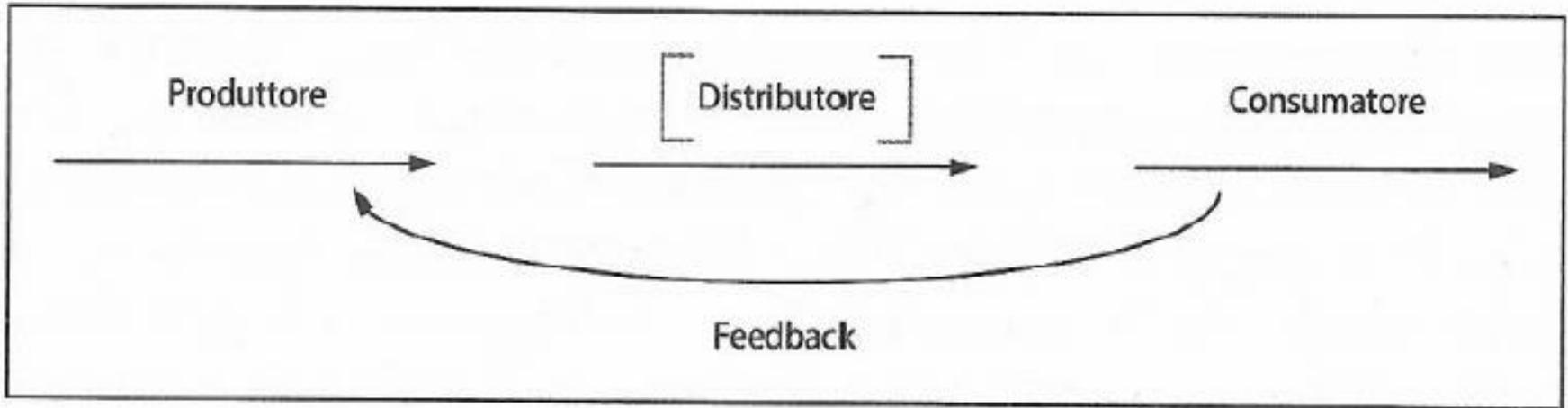
La terza ondata

«Prosumer» (producer + consumer) → consumatori diventano partecipanti attivi nei processi di produzione

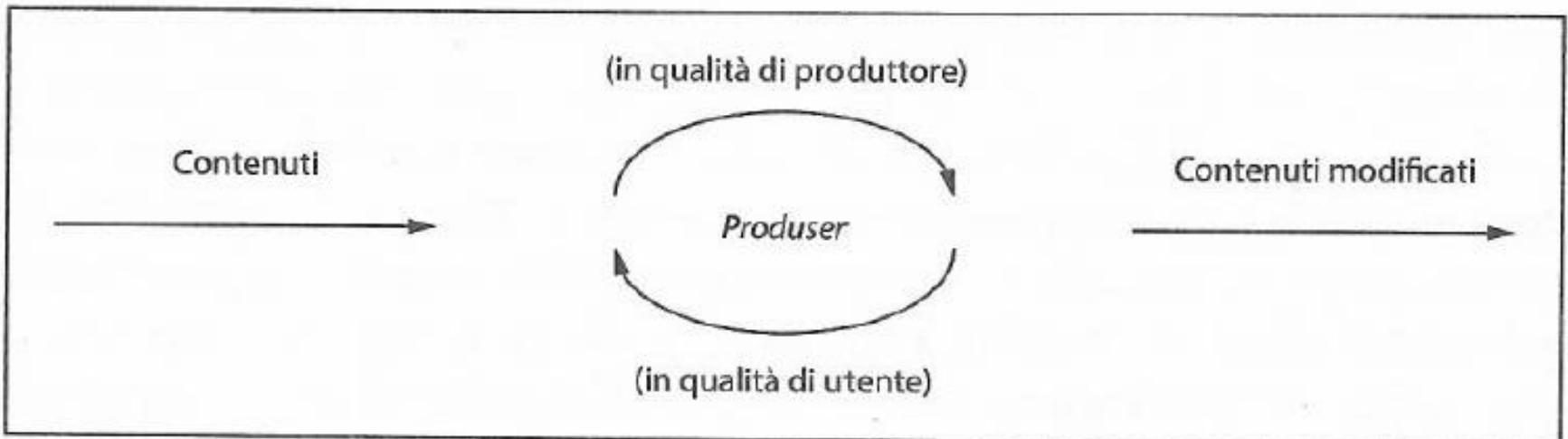
Da *prosumption* a *produsage* (Burns 2008, altri)
→ persone non consumano, «**usano**» le risorse.
In ciò grande potenziale creativo, diventano
«utenti attivi e partecipativi che collaborano
alla creazione e all'utilizzo di media e della
cultura»



Tradizionale processo produzione- consumo; meccanismi di feedback limitati sull'asse consumatore-produttore



Processi di prosumption



Processi di produsage

Testi di riferimento

Ramella F. e Manzo C., *L'economia della collaborazione*, cap. 4

Letture consigliate

Ramella F., *Sociologia dell'innovazione economica*