

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

**Forme di innovazione  
collaborativa**

# Trend verso «apertura» dei processi innovativi...

---

Ciò significa

- Invenzioni/innovazioni sono spesso risultato di un lavoro comune in cui è **difficile distinguere il contributo del singolo**
- **Non sempre attività orientate al mercato**, finalizzate a incentivi di tipo economico, alla creazione di valore per un'impresa

---

All'interno di tale quadro **diversi fenomeni** (di innovazione)

- 1) Innovazione aperta
- 2) Innovazione collettiva
- 3) Comunità di open innovation
- 4) Innovazione libera

**I diversi «modelli»**

# 1) Modello aperto di innovazione

---

Nuova strategia imprenditoriale. Si promuovono flussi di conoscenze in entrata e in uscita **per accelerare l'innovazione interna ed espandere il proprio mercato** (successo dei propri prodotti).

Spesso con uso di piattaforme per crowd innovation

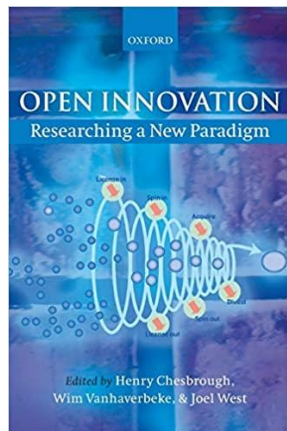
In altri termini, collaborazioni esterne per la propria innovazione ← consapevolezza che conoscenze necessarie a tal fine sono disperse

## Orientamento al mercato



# «Open innovation»: esplosione di un tema

Elevata attenzione (da parte di imprese e studiosi) → Esplosione di un esteso dibattito, numerose pubblicazioni, ecc.

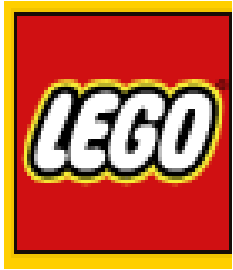


Google Scholar

2010-2021,  
61.700  
pubblicazioni



# Esempi



piattaforma *LEGO Ideas*, attraverso la quale «attiva» (soprattutto i suoi utenti) per condividere idee, progetti, immagini, ecc.





*local motors* by 

challenge per mobilità urbana

Berlino 2030 → piattaforma ***Co-Creation***, raccolta di idee, progetti, ecc.



# Collegamenti con le ICC

E altri casi basati su accordi con diversi tipi di organizzazioni (imprese, start-up innovative, centri di ricerca)



In tale ambito, molto importanti i collegamenti con organizzazioni delle ICC che forniscono idee ad altri settori economici

## 2) Le innovazioni collettive

---

Processo di innovazione basato su **scambio di informazioni tra organizzazioni di un settore**, più spesso quando si trovano a fronteggiare un problema. Collaborano apportando il loro (piccolo/grande contributo)

**(Spesso) Orientamento al mercato**

---

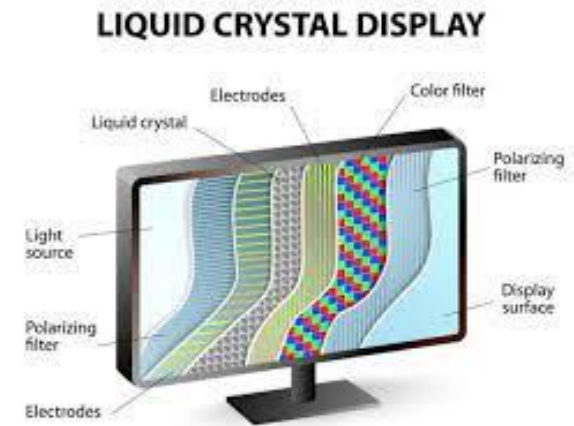
Innovazione finale è di tipo collettivo, i contributi individuali hanno contribuito alla soluzione del problema. Difficile attribuire la «scoperta»/l'innovazione a un singolo

**Homebrew Computer Club:** luogo di incontri tra persone interessate a sviluppare applicazioni, presentavano sviluppi, problemi, ecc. Molte imprese parteciparono, altre nacquero da quella esperienza

In una delle riunioni Steve Wozniak presentò il suo computer, che chiamò Apple!

**Il display a schermo piatto, display a cristalli liquidi** ← A partire dalla fine degli anni '60 per venti anni, intenso knowledge sharing tra le imprese del settore.

Molte pubblicarono report, per condividere sviluppi, ecc. Sono state quelle che hanno beneficiato di più della realizzazione dell'innovazione

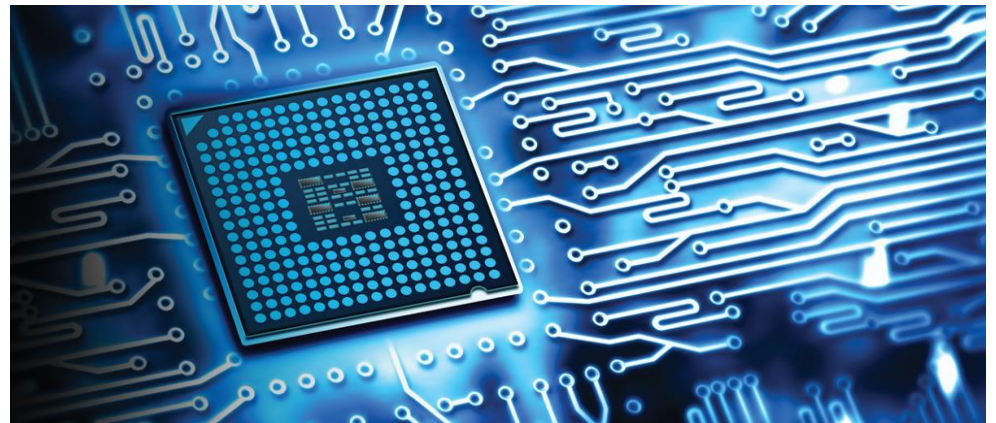


---

Molti esempi nella **fase esplorativa di un nuovo bene/servizio** (es. una nuova tecnologia)



Grandi **potenzialità di apprendimento** –  
condivisione delle conoscenze



---

Innovazione collettiva

← Caratteristiche/  
del settore e  
del campo  
organizzativo



### 3) Comunità di *open innovation*

---

Fenomeno di collaborazione (per l'innovazione)  
**non motivati da incentivi di tipo economico** e  
non orientati (primariamente) a produrre  
beni/servizi per il mercato

## Modello di innovazione «privato-collettivo»



Attori privati investono le loro risorse e competenze per produrre un **bene collettivo**, accessibile pubblicamente, vantaggioso per tanti

# Esempi

Software «open source» (es. il caso del sistema operativo Linux)

Esperienze di «open content» (condivisione testi, immagini, ecc.) (es. Wikipedia)



---

Per mantenere la collaborazione, sono importanti vari fattori, tra i quali:

- **Motivazionali** (dal piacere per il problem solving alla reputazione sociale e professionale)
- Presenza di ruoli/attori in grado di far **rispettare le regole della community** e mantenerla unita

# 4) L'innovazione libera

---

Il contributo di **Erik von Hippel**

In un quadro di **grande varietà delle fonti delle innovazioni**, importanza dell'**innovazione «dal basso»**, da parte dei consumatori



«**Processo di democratizzazione**» (nei modi di innovazione) ← ruolo sempre più importante di **utilizzatori evoluti di beni e servizi** che introducono (autonomamente) modifiche e novità che ritengono utili



Innovazione ***user-centered*** vs innovazione ***manufacturer-centric***

---

Ruolo importante dei  
**lead users**

Non solo **prodotti**, ma  
anche per **processi**



**processi**





---

## Perché innovano?

- **Non trovano** sul mercato ciò che cercano (o comunque non con le caratteristiche che cercano)
- Hanno bisogni, **conoscenze e competenze sofisticate** in quel settore di attività
- Sono in grado di innovare il prodotto meglio di quanto farebbe il produttore (**funzionalità delle innovazioni**, del bene/servizio)

## «Divisione del lavoro» (di innovazione)



### **Users**

si occupano dell'innovazione che richiede maggiori informazioni, conoscenze



### **Manufacturers**

si occupano delle innovazioni relative ai bisogni più conosciuti, standard

---

«**Free innovation paradigm**» (von Hippel) ←  
introduzione di **novità** (nei prodotti, nei processi  
produttivi, ecc.) sviluppate dai **consumatori** in  
maniera gratuita

Innovazioni che non implicano transazioni  
economiche, **non motivate da incentivi  
economici**, ma di grande **impatto** per l'economia  
e la società

**L'esempio portato da von Hippel:**  
dispositivo per il controllo a distanza  
della glicemia ← genitori di figli  
diabetici, dotati di competenze  
informatiche



- Sviluppato da consumatori, che hanno impegnato loro tempo, sostenuto costi
- A disposizione di chiunque gratuitamente, non protetto dai suoi sviluppatori



Ideato, realizzato e ulteriormente sviluppato da consumatori, che hanno impegnato loro tempo, sostenuto costi

A disposizione di chiunque gratuitamente, di un'ampia community, non protetto dai suoi sviluppatori

Tema della **diffusione sociale**, vantaggio (nel caso specifico), ma anche maggiore criticità dell'innovazione libera

---

Fattori importanti:

- **Coordinamento** (la necessità di «investimento» soprattutto di tempo per comunicare, lavorare con altri, risolvere conflitti)
- La **diffusione**, vantaggio/criticità dell'innovazione libera, considerate motivazioni dei *free innovators* (apprendimento, risolvere problemi)

# **Il tema della «regolazione»**

---

Diversi modi attraverso cui i rapporti e le attività vengono coordinate, le risorse distribuite, risolti i conflitti (reali o potenziali)



---

Quali obiettivi?

Come è regolato, ossia chi definisce le regole dell'iniziativa (come si partecipa, distribuzione degli eventuali vantaggi, ecc.)

---

Dove prevale il principio della **reciprocità** →  
Due logiche/forme...

**Reciprocità generalizzata**

forte la dimensione sociale, chi offre un bene/servizio lo fa (come nel caso del dono) senza attendersi qualcosa in cambio

**Reciprocità bilanciata**

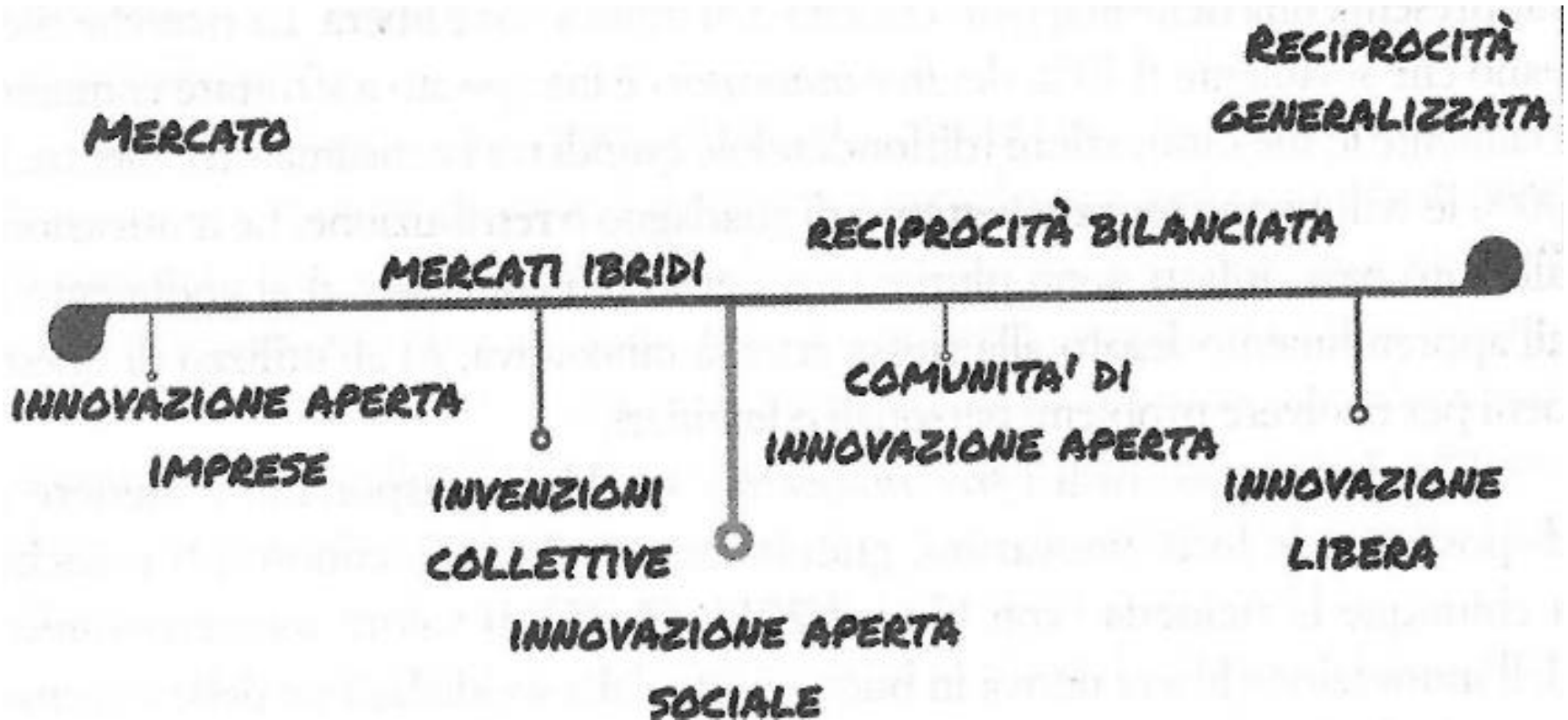
«le cose date devono essere restituite entro un breve periodo»; c'è un certo scambio (più o meno equivalente) di utilità

---

Principio **mercato/scambio** → Moventi  
utilitaristici, di guadagno

« **Mercati ibridi**», logiche di mercato coesistono/si  
mescolano con mutualità, reciprocità

# Per concludere...



# Testi di riferimento

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

Taormina A., *Lavoro culturale e occupazione*, pp. 175-185