

Glossario MIA | Mappatura Innovazione Aperta

Indice

| | |
|--|----------|
| Sezione Dati aziendali | 1 |
| Sezione Cultura e Strategia | 2 |
| Sezione Attività e Impatto | 4 |
| Sezione Sostenibilità | 6 |
| Sezione Risorse | 7 |
| Fonti | 8 |

Sezione | Dati aziendali

B2B

Nel modello di business B2B (Business-to-business) un'impresa vende i propri prodotti o servizi a un'altra impresa. Nella maggior parte dei modelli B2B, ciascuna impresa trae vantaggio in qualche modo dal rapporto commerciale e in genere possiede poteri negoziali simili.

B2C

Nel modello di business B2C (Business-to-consumer) le aziende vendono prodotti e servizi direttamente ai consumatori, senza intermediari.

B2B2C

Nel modello di business B2B2C (Business-to-Business-to-Consumer) un'azienda vende i propri prodotti o servizi ad altre aziende (B2B) con l'obiettivo finale di raggiungere e servire i consumatori finali (B2C). In questo modello, un'azienda collabora con un'altra azienda per fornire prodotti o servizi ai consumatori, spesso attraverso una rete di distribuzione o un intermediario.

C2C

Nel modello di business C2C (Customer-to-Customer) un cliente acquista beni da un altro cliente utilizzando un'azienda o una piattaforma di terze parti per facilitare la transazione.

B2G

Nel modello di business B2G (Business-to-Governments) un'azienda commercializza i propri prodotti e servizi direttamente a un ente governativo, come agenzie locali, statali o federali.

[TORNA A MIA](#)

Sezione | Cultura e Strategia

Innovazione ^[6]

Un'innovazione consiste nell'implementazione di una novità o di un sensibile miglioramento riguardante un prodotto (bene o servizio), un processo, un modello di marketing o un metodo organizzativo, nelle pratiche commerciali dell'impresa, nell'organizzazione del luogo di lavoro o nelle relazioni esterne dell'azienda.

Curiosità

Le attività di innovazione comprendono tutte le attività di sviluppo, finanziarie e commerciali, intraprese da un'impresa e destinate a produrre un cambiamento o un miglioramento per l'impresa stessa.

Carta dei valori

Definita anche Mission, la Carta dei Valori è un documento in cui si dichiarano le principali priorità e le convinzioni fondamentali di un'azienda, allo scopo di guidare le azioni dei dipendenti e di entrare in contatto con i consumatori. Serve a chiarire chi è l'azienda oggi, come agisce, chi vuole servire e la cultura che coltiva.

Innovazione di prodotto/servizio ^[6]

Un'innovazione di prodotto riguarda un bene o servizio nuovo o migliorato, introdotto sul mercato, che differisce significativamente da beni e servizi dell'impresa precedentemente esistenti.

Prodotto

Con "prodotto" si intende un oggetto tangibile o un bene digitale su cui è possibile stabilire diritti di proprietà e la cui proprietà può essere trasferita attraverso transazioni di mercato.

Servizio

Con "servizi" si intendono quelle attività immateriali che vengono prodotte e consumate simultaneamente e che modificano le condizioni (ad esempio fisiche, psicologiche, ecc.) degli utenti. Il coinvolgimento degli utenti attraverso il loro tempo, disponibilità, attenzione, trasmissione di informazioni o impegno è spesso una condizione necessaria che porta alla coproduzione di servizi da parte degli utenti e dell'impresa.

Curiosità

TORNA A MIA

Le innovazioni di prodotto/servizio devono fornire miglioramenti significativi a una o più caratteristiche o specifiche prestazionali. Ciò include l'aggiunta di nuove funzioni o miglioramenti delle funzioni esistenti.

Innovazione di processo [\[6\]](#)

Adozione, da parte di un'impresa, di uno o più processi aziendali nuovi o migliorati relativi a una o più funzioni aziendali e che differiscono significativamente dai processi precedentemente attuati dall'impresa. Ci riferiamo all'innovazione di processo nel caso di implementazione di un metodo di produzione o distribuzione nuovo o considerevolmente migliorato, incluse variazioni rilevanti nella tecnologia, nelle tecniche, nelle attrezzature o nel software.

Curiosità

Sia i processi aziendali nuovi che quelli migliorati possono essere motivati da obiettivi volti a implementare strategie aziendali, ridurre i costi, migliorare la qualità del prodotto o le condizioni di lavoro o a soddisfare requisiti normativi.

Innovazione organizzativa [\[6\]](#)

Adozione, da parte di un'impresa, di uno o più processi aziendali nuovi o migliorati relativi a una o più funzioni aziendali e che differiscono significativamente dai processi precedentemente attuati dall'impresa. Ci riferiamo all'innovazione organizzativa nel caso di implementazione di un nuovo metodo organizzativo nelle pratiche commerciali dell'azienda, nel luogo di lavoro, nelle relazioni interne, nelle relazioni esterne

Curiosità

L'implementazione di un'innovazione di processo aziendale può richiedere diverse fasi, dallo sviluppo iniziale, al test pilota in una singola funzione aziendale, all'implementazione in tutte le funzioni aziendali rilevanti.

Innovazione sostenibile [\[4\]](#)

Un'innovazione che soddisfa le esigenze del presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare le proprie.

Curiosità

Con l'innovazione sostenibile si uniscono la protezione dell'ambiente e degli ecosistemi naturali con il paradigma dell'innovazione aziendale, puntando a fornire beni e servizi essenziali che garantiscano il raggiungimento di obiettivi di valore sociale come la salute pubblica, l'equità e la giustizia ambientale.

TORNA A MIA

Sezione | Attività e Impatto

Open Innovation/Innovazione Aperta [\[2\]](#) [\[5\]](#) [\[7\]](#)

L'Open Innovation si riferisce a un modello di innovazione distribuita che prevede la gestione di flussi e deflussi di conoscenza che attraversano i confini INTER e INTRA organizzativi, per motivi pecuniari e non pecuniari, in linea con il modello di business dell'organizzazione.

Curiosità 1

Sebbene il termine "aperta" si presti a diverse interpretazioni nel contesto della scienza e dell'innovazione, l'innovazione aperta è un utile concetto ombrello per generalizzare le forme esistenti e future di flussi di conoscenza che vanno oltre i confini delle imprese attive nell'innovazione.

Curiosità 2

La connotazione di "apertura" che caratterizza l'Innovazione Aperta non implica necessariamente che la conoscenza sia gratuita o esente da restrizioni d'uso. Le restrizioni sui prezzi e sull'uso sono spesso condizioni chiave per l'accesso alla conoscenza.

Open Source [\[2\]](#)

Definiamo Open Source un modello organizzativo in cui i membri di una community possono contribuire allo sviluppo di un software che sarà poi rilasciato con modalità di accesso pubblica, consentendo a tutti di visualizzare o modificare il codice sorgente.

Curiosità

Il termine "open source" viene spesso applicato a innovazioni sviluppate congiuntamente da diversi contributori. Sebbene gli output open source come il codice software possano essere inclusi nei prodotti venduti, raramente vengono pagate royalties ai contributori e di solito non ci sono restrizioni significative su come vengono utilizzati questi output.

Joint Venture

Le Joint Venture nascono quando due o più imprese investono fondi nella creazione di una terza società di proprietà congiunta, alla quale possono anche trasferire l'accesso ad alcune delle proprie risorse, come la proprietà intellettuale.

Curiosità

Identificare e valutare la conoscenza esterna alla propria impresa è un elemento chiave per la gestione e la capacità di assorbimento dell'innovazione. I manager possono supportare l'approvvigionamento di conoscenza esterna, ad esempio, stringendo alleanze come le joint venture.

TORNA A MIA

Venture Capital

Il Venture Capital (VC) si configura come un investimento diretto o indiretto da parte di imprese di dimensioni medio-grandi in imprese con un notevole potenziale innovativo e di crescita, come le startup.

Curiosità

L'obiettivo principale del Venture Capital è la generazione di opportunità esterne per la crescita e l'innovazione, consentendo all'azienda di esplorare da vicino nuove tecnologie e soluzioni emergenti. Queste, a loro volta, possono essere integrate nel core business aziendale per potenziarne la competitività e ampliare l'offerta di valore.

R&D ^[3]

Definiamo R&D (Research and Development) la ricerca applicata ovvero la ricerca industriale, lo sviluppo sperimentale o una qualsiasi combinazione dei due tipi di attività.

Ricerca industriale

Ricerca pianificata o indagini critiche miranti ad acquisire nuove conoscenze e capacità, da utilizzare per apportare un notevole miglioramento a prodotti, processi o servizi esistenti o per svilupparne di nuovi. Essa comprende la creazione di componenti di sistemi complessi e può includere la costruzione di prototipi in ambiente di laboratorio o in un ambiente dotato di interfacce di simulazione verso sistemi esistenti e la realizzazione di linee pilota.

Sviluppo sperimentale

L'acquisizione, la combinazione, la strutturazione e l'utilizzo delle conoscenze e capacità esistenti di natura scientifica, tecnologica, commerciale e di altro tipo allo scopo di sviluppare prodotti, processi o servizi nuovi o migliorati. Rientrano in questa definizione anche altre attività destinate alla definizione concettuale, alla pianificazione e alla documentazione concernenti nuovi prodotti, processi o servizi. Rientrano nello sviluppo sperimentale la costruzione di prototipi, la dimostrazione, la realizzazione di prodotti pilota, test e convalida di prodotti, processi o servizi nuovi o migliorati, effettuate in un ambiente che riproduce le condizioni operative reali laddove l'obiettivo primario è l'apporto di ulteriori miglioramenti tecnici a prodotti, processi e servizi che non sono sostanzialmente definitivi.

Curiosità

Le attività di ricerca e sviluppo possono essere identificate quando sono presenti 5 caratteristiche, anche se queste sono svolte da attori diversi (puntare a nuove scoperte,

TORNA A MIA

basarsi su concetti e ipotesi originali e non scontati, avere un risultato finale incerto, avere bisogno di essere pianificate e messe a budget, condurre a risultati che possano essere eventualmente riprodotti (trasferibili e/o riproducibili))

Seed financing

In questa fase, la startup possiede una comprensione più chiara della nicchia di mercato di riferimento e un prototipo o una prima versione del prodotto o servizio che offre. In questo stadio, molte startup cercano finanziamenti iniziali da business angels (investitori informali), venture capitalist o acceleratori di startup. Con questa spinta finanziaria, la startup può perfezionare ulteriormente il proprio prodotto, condurre ulteriori ricerche di mercato e iniziare a stabilire una base di clienti. L'obiettivo primario durante questa fase è quello di raggiungere l'adattamento del prodotto al mercato.

Early stage

Nella fase di Early stage, la startup possiede una certa popolarità nel mercato. Con una base di clienti in espansione e cicli di vendita iniziali promettenti, la startup potrebbe beneficiare di investimenti di serie A o B da parte di società di venture capital. Questo afflusso di capitali aiuta principalmente a migliorare il prodotto, ad assumere più personale e ad approfondire nuovi mercati per una crescita sostenibile. In questa fase vengono gettate le basi per una startup di successo e il modello di business inizia a mostrare scalabilità.

Growth stage

Nella fase di Growth stage, la startup riesce a generare entrate velocemente e il suo prodotto o servizio si è saldamente affermato sul mercato. In questa fase, gli obiettivi principali della startup sono l'espansione delle operazioni, l'ingresso in nuovi mercati e la crescita esponenziale della base clienti. Le startup in questo stadio possono ricevere investimenti di serie C o anche più finanziamenti in capitale di rischio.

Expansion financing

La fase di Expansion financing vede la startup avventurarsi nei mercati internazionali e/o diversificare ulteriormente la propria offerta. In questo stadio, la reputazione della startup inizia a consolidarsi, anche grazie alla definizione di una base clienti solida e in espansione. Questa fase potrebbe comportare ulteriori round di finanziamento, spesso da parte di società di private equity o venture capitalist in fase avanzata.

Sezione | Sostenibilità

Sustainable Open Innovation/Innovazione Aperta sostenibile [\[1\]](#) [\[7\]](#)

TORNA A MIA

Definiamo Innovazione Aperta Sostenibile quel processo di innovazione distribuito e basato su flussi di conoscenza gestiti in modo mirato che, utilizzando meccanismi pecuniari (investimenti) e non pecuniari (risorse organizzative) in linea con il modello di business dell'organizzazione, superano i confini dell'organizzazione stessa (sia inter- che intra-organizzativi), contribuendo a uno sviluppo in grado di incontrare le esigenze del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i propri bisogni.

Curiosità

I meccanismi pecuniari, in cui i flussi di conoscenza sono legati o costituiti da denaro, potrebbero sembrare gli unici fattori motivanti per intraprendere un'azione di innovazione. Tuttavia, per quanto riguarda le sfide legate alla sostenibilità, sta diventando sempre più evidente che i meccanismi non pecuniari sono spesso il fattore motivante iniziale più evidente che alla fine porta all'attività di innovazione aperta.

Sezione | Risorse

Open Innovation Manager

L'Open Innovation Manager è una figura che nasce tipicamente per affiancare l'Innovation Manager, mantenendo l'ownership nella gestione e nello sviluppo delle attività di Open Innovation in azienda. L'OI Manager si occupa di definire il portafoglio di iniziative, in coordinamento con l'Innovation Manager. Inoltre, si occupa di costruire un ecosistema di partner e attori ampio e vario e di mantenere con essi relazioni attive e proficue. Infine, favorisce la diffusione in azienda di una cultura propensa all'adozione di approcci di Open Innovation.

Unità di Open Innovation

Con Unità di Open Innovation si definisce un organo di un'impresa con il mandato di investire in progetti e iniziative innovative, in linea con la strategia organizzativa, che dovrebbero contribuire alla crescita dei ricavi e dei margini dell'organizzazione. Se presente in azienda, l'Open Innovation Manager è a capo dell'Unità di Open Innovation.

TORNA A MIA

Fonti

[1] Bogers, M., Chesbrough, H., & Strand, R. (2020), "Sustainable Open Innovation to Address a Grand Challenge: Lessons from Carlsberg and the Green Fiber Bottle". *British Food Journal*

[2] Chesbrough H. (2019), "Open Innovation Results: Going Beyond the Hype and Getting Down to Business". Oxford University Press

[3] Commissione Europea (2014), "Disciplina degli aiuti di Stato a favore di ricerca, sviluppo e innovazione, (2014/C 198/01)". *Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea*

[4] Commissione mondiale per l'ambiente e lo sviluppo (1987), *Il nostro futuro comune. Rapporto Brundtland*

[5] Gutmann, T., Chochoiek, C., & Chesbrough, H. (2023). *Extending Open Innovation: Orchestrating Knowledge Flows from Corporate Venture Capital Investments*. *California Management Review*, 65(2), 45–70

[6] OCSE, Eusostat (2005), "Oslo Manual, Guidelines for collecting and interpreting innovation data, Third edition"

[7] T.A. Suhada et al. (2021), "Motivating individuals to contribute to firms' non-pecuniary open innovation goals". *Technovation* 102 (2021) 102233

TORNA A MIA