



# Indice

	<i>pag.</i>
<i>Prefazione</i>	IX
<i>Introduzione</i>	1
<b>1. L'innovazione come fonte del vantaggio competitivo</b>	
1.1. Le principali teorie in materia	5
1.2. Le fonti di creazione di nuove idee, conoscenza e prodotti	10
1.3. L'innovazione come fattore di crescita per le imprese	14
1.4. La Ricerca & Sviluppo nelle imprese	22
1.5. Le forme dell'innovazione	27
1.5.1. Innovazioni di prodotto e di processo	28
1.5.2. Innovazioni radicali e incrementali	29
1.5.3. Innovazioni competence enhancing e competence destroying	30
1.5.4. Innovazioni architetture e modulari	30
<b>2. Il ruolo fondamentale della conoscenza nella gestione dell'innovazione</b>	
2.1. La conoscenza: aspetti definitivi	33
2.2. La gestione della conoscenza	40
2.2.1. I cinque processi del knowledge management	44
2.3. Esplorazione e sfruttamento della conoscenza: le organizzazioni ambidestre	45
2.4. La conoscenza come essenza dell'innovazione	47

### **3. Gli approcci classici alla gestione dell'innovazione**

3.1. La closed innovation	49
3.1.1. I limiti della closed innovation	52
3.1.2. I fattori di erosione della closed innovation	53
3.2. I network e le alleanze per l'innovazione	55
3.2.1. La posizione nel network	64
3.2.2. Perché entrare nei network dell'innovazione?	66
3.3. I distretti e i cluster industriali	66
3.3.1. Le ragioni del fenomeno dell'agglomerazione	69

### **4. Open innovation: un approccio moderno all'innovazione**

4.1. Gli elementi essenziali della open innovation	73
4.1.1. Le critiche alla teoria open innovation	77
4.2. I meccanismi della open innovation	79
4.2.1. Inbound open innovation	79
4.2.2. Outbound open innovation	80
4.2.3. Coupled open innovation	83
4.2.4. I meccanismi della open innovation illustrati	83
4.3. Le pratiche della open innovation	85
4.4. Tipologie di innovatori	88
4.5. Le fonti esterne di conoscenza e tecnologia	89
4.6. Fattori che spingono verso modelli aperti di innovazione	91
4.7. I vantaggi della open innovation	94
4.8. Le barriere alla open innovation	97
4.9. Open innovation nella pratica: differenze tra PMI e grandi imprese	98
4.10. Il ruolo strategico del business model	100
4.10.1. Il caso MPMAn-iPod	106

### **5. Open innovation: evidenze empiriche qualitative e quantitative**

5.1. La relazione tra open innovation e performance dell'innovazione	109
5.1.1. Analisi della letteratura sulla relazione	109
5.1.2. Evidenze empiriche quantitative	117
5.1.2.1. Differenze tra piccole, medie e grandi imprese	127

	<i>pag.</i>
5.2. Evidenze qualitative: il caso IDEO	129
5.2.1. I valori di IDEO	130
5.2.2. Open Innovation e Technology Brokering in IDEO	130
<i>Conclusioni</i>	135
<i>Bibliografia</i>	137