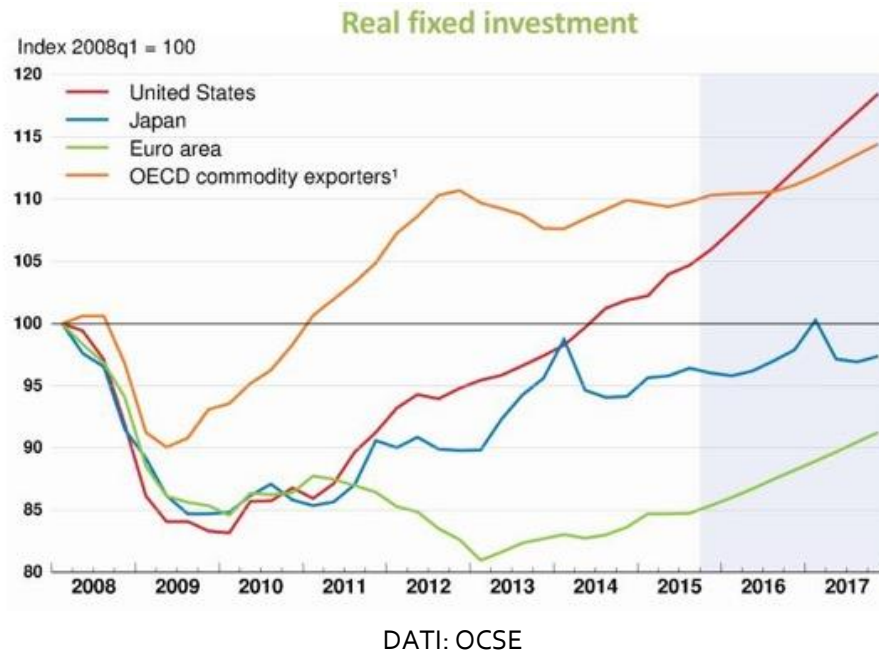


# Open Innovation Summit 2017

Saint -Vincent, 1 Luglio 2017

Dott. Luca Scali  
CEO Hub21 Srl



1. Il problema dell'economia mondiale, da diversi anni, è la mancanza di domanda per beni di investimento in capitale fisico. Il valore della crescita mondiale è dal 2011 stabilmente inferiore alla media 1995-2007.

### **SENZA INVESTIMENTI, NESSUNA ECONOMIA PUO' CRESCERE IN MODO DURATURO!**

2. Una recente ricerca condotta da Ipsos sottolinea come il **67% dei giovani italiani** tra i 18 e i 35 anni sia propenso a diventare imprenditore, molto più dei giovani francesi (63%) o degli spagnoli (62%) .

I nostri giovani hanno idee molto chiare: il 40% del campione dichiara di avere già una concreta idea di business.

# Il punto di vista delle grandi aziende: OGGI VS FUTURO

OGGI

FUTURO

CORPORATE  
VENTURES



IMPORTANZA OGGI VS FUTURO

Grandi  
Aziende



36% → 19% (-)

Imprenditori



23% → 13% (-)

INCUBATORS/  
ACCELERATORS



IMPORTANZA OGGI VS FUTURO



34% → 36% (+)



19% → 25% (++)

JOINT  
INNOVATION



IMPORTANZA OGGI VS FUTURO



26% → 39% (++)



6% → 36% (+)

Fonte: Deloitte

Si parla di «Open Innovation» dal 2003 quando questa viene definita per prima volta come «contraria alla closed innovation».

Oggi un'azienda che vuole innovare in maniera più efficace deve sempre più spesso rivolgersi verso l'esterno (università, centri di ricerca, startup etc.).

***Nei prossimi 3 anni le fonti «tradizionali» di innovazione saranno quasi tutte in calo!***

Orientarsi quindi verso l'ecosistema delle startup, sfruttandone gli approcci lean, in netto contrasto con quelli aziendali spesso più rigidi, macchinosi e di conseguenza più costosi, potrebbe rappresentare un importante valore aggiunto per innovare l'azienda in maniera più veloce, economica e flessibile. Si prevede che nei prossimi 5 anni le imprese che decideranno di attivare processi di Open Innovation otterranno aumenti di fatturato da +7% a +16%.

***Eppure ancora il 70% delle imprese non attua Open Innovation, molto spesso per la difficoltà degli imprenditori nel trovare modelli di collaborazione efficaci con le startup o per la resistenza al cambiamento del management.***

In Italia l'Open Innovation vale una crescita del PIL del +1,9% , pari a circa 35 miliardi di euro ma solo il 30% delle imprese italiane ha collaborazioni attive con startup come fornitori. Inoltre il 33% delle aziende faticano a trovare idee e talenti attraverso la selezione standard del personale.

***Google riceve più di 1 milione di CV l'anno e riesce ad assumere solo lo 0,1%.***

Perché le aziende non riescono a collaborare con le startup:

- Non vengono percepite come un'alternativa credibile ai processi di crescita e sviluppo interni;
- I team di lavoro possono ritenersi ancora impreparati per lavorare con le startup;
- Spesso le startup non rispondono ai parametri imposti dalle procedure interne per essere qualificate come fornitori;
- La funzione «marketing» o «R&D» non sono ancora strutturate e/o pronte per aggiungere nel proprio portafoglio nuovi prodotti e/o servizi – più in generale innovazioni – provenienti dalle startup;
- Spesso manca all'interno dell'impresa la cultura aziendale per lavorare con soggetti destrutturati come le startup.

***Sarebbe più opportuno parlare non tanto di Innovazione Aperta quanto di Apertura all'Innovazione.***

Esistono indubbi vantaggi per un'azienda nell'allearsi con una startup e/o acquisirne una parte o il controllo:

- 1. Essere più veloce ed efficiente e quindi ridurre il «Go to market»**
- 2. Le fai evolvere, il mercato le valida e poi le acquisti**
- 3. Paghi poco le cose che hanno un grande valore aggiunto e costerebbero molto**
- 4. Grossi vantaggi fiscali: detrazioni al 30% PERMANENTI!**
- 5. Monetizzazione più semplice**
- 6. Meno rischi di sperimentazione**
- 7. Trovi altri che hanno il tuo problema**
- 8. Meno progetti, team più felice**
- 9. Nuove forme di cooperazione**
- 10. Guadagni esperienza**
- 11. Promozione indiretta**

Per capire la percezione delle imprese abbiamo voluto condurre una survey di 17 domanda sottoposte finora ad un campione di 73 imprese di medie e grandi dimensioni e che rappresentano complessivamente circa 1,4 miliardi di fatturato e contano oltre 2.000 occupati.

Di seguito i risultati parziali dell'indagine.

- ✓ Conosci il concetto di open innovation?



- ✓ L'azienda ha avviato progetti di innovazione negli ultimi 3 anni?



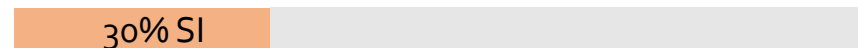
- ✓ Quali potrebbero essere gli obiettivi futuri dell'impresa?



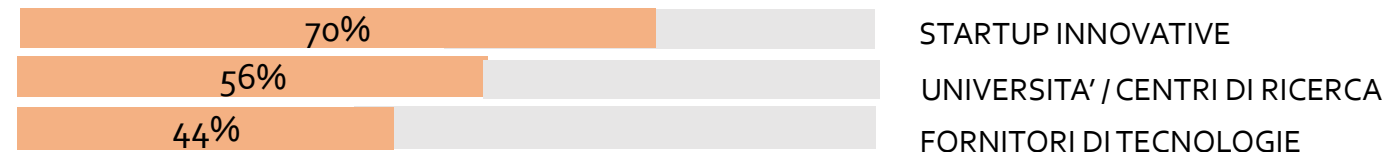
- ✓ Esistono collaborazioni esterne per lo sviluppo dell'Innovazione?



- ✓ Esiste uno specifico ruolo destinato a gestire progetti di innovazione?



- ✓ Con quali soggetti l'Azienda preferirebbe collaborare per realizzare progetti innovativi?



In una ipotetica Road Map i primi due step dovrebbero essere:

1. **Capire i bisogni a cui rispondere:** intercettare i bisogni reali ma anche quelli nascosti.
2. **Comprendere la natura e l'ambizione dell'innovazione,** per poter indirizzare in maniera efficace la spinta innovativa verso i bisogni identificati in precedenza, e non verso futurismi poco utili.

## Conoscere i bisogni reali e quelli nascosti per innovare dove conta

### I bisogni a cui rispondere

I bisogni reali...



"Se avessi chiesto ai miei clienti che cosa volevano, mi avrebbero risposto: un cavallo più veloce."

*Henry Ford*

...e i bisogni nascosti



"Alla Apple immaginiamo quello che i clienti vogliono. Non si può uscire e chiedere alla gente: qual è la prossima grande invenzione?"

*Steve Jobs*

## La natura e l'ambizione dell'innovazione: siamo solo all'inizio

### La natura e l'ambizione dell'innovazione

"Dal futuro ci aspettavamo le macchine volanti, e invece abbiamo avuto i 140 caratteri di Twitter."

*Peter Thiel*

**Ma è realmente così?**

...o forse l'innovazione ancora non la percepiamo? Perché in fondo la "rivoluzione" è appena iniziata



Ne deriverebbe che l'approccio da adottare per trasformare le idee innovative in prodotti e servizi pronti per il mercato dovrebbe passare per:

- L'IDEA GENERATION: per ottimizzare il processo di generazione delle idee e soluzioni innovative, è fondamentale confrontarsi con gli altri e mettersi continuamente in discussione. Bisogna combinare il rigore metodologico alla creatività disruptive per selezionare le idee che possano veramente fare la differenza.
- L'IDEA ACCELERATION: per accelerare le idee innovative trasformandole rapidamente in prototipi da sperimentare sul campo, sono necessari programmi intensivi di accelerazione mirati allo sviluppo «verticale» delle soluzioni proposte.
- L'IDEA ENRICHMENT: per gestire le idee sia nella fase di idea generation sia in quella di acceleration è d'aiuto l'utilizzo di innovation platform che consentono lo scouting di ulteriori idee innovative e l'analisi del mercato potenziale.



www. hub21.it  
Via Piemonte, 11  
63100 Ascoli Piceno (AP)

CONTATTI  
[luca@hub21.it](mailto:luca@hub21.it)  
Tel. +39 0736.336673