

Dynamic capabilities e innovazione sostenibile per la Corporate Social Innovation

Riccardo Maiolini



AGENDA

Social Innovation

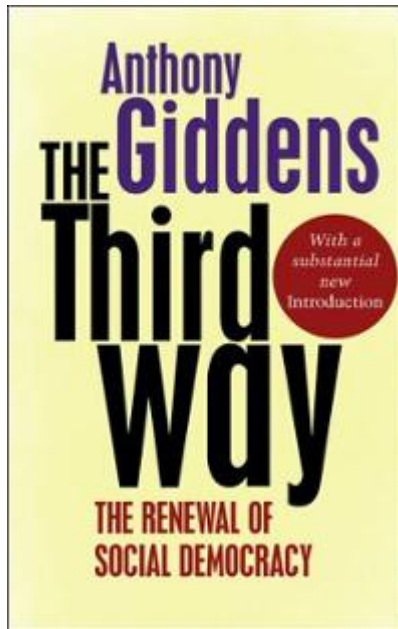
Corporate Social Innovation

Dynamic capabilities

Modello

Conclusioni

ORIGINE DELLA SOCIAL INNOVATION



ELEMENTI DELL'INNOVAZIONE SOCIALE COME ALTERNATIVA ALLE ISTITUZIONI E AL MERCATO

Tematiche	Caratteristiche	Autore
Big Society	Favorire lo sviluppo dell'iniziativa dei liberi cittadini di associarsi per trovare soluzioni alternative a esigenze di natura sociale	Giddens (1998)
Processo di Governance	Individuare nuovi modelli di partnership tra pubblico e privato	Mulgan (2006)
Approccio pragmatico	Individuare nuovi modi per organizzare l'attività umana, nel lavoro come nell'impegno politico	Pol e Ville (2009)
Tipologie di SI	Tecnologica, economica, regolativa, normativa e culturale	Hamalainen e Heiskala (2007)
Impatto Sociale	Quello che conta è il miglioramento del risultato sociale in termini comparativi tra le soluzioni già esistenti e quelle nuove, piuttosto che la novità dei servizi in sé	Neumeier (2012)
Relazione di prossimità	Capacità identitaria di tipo politico, sociale e culturale di un gruppo di individui in un contesto	Pellizzoni (2014)

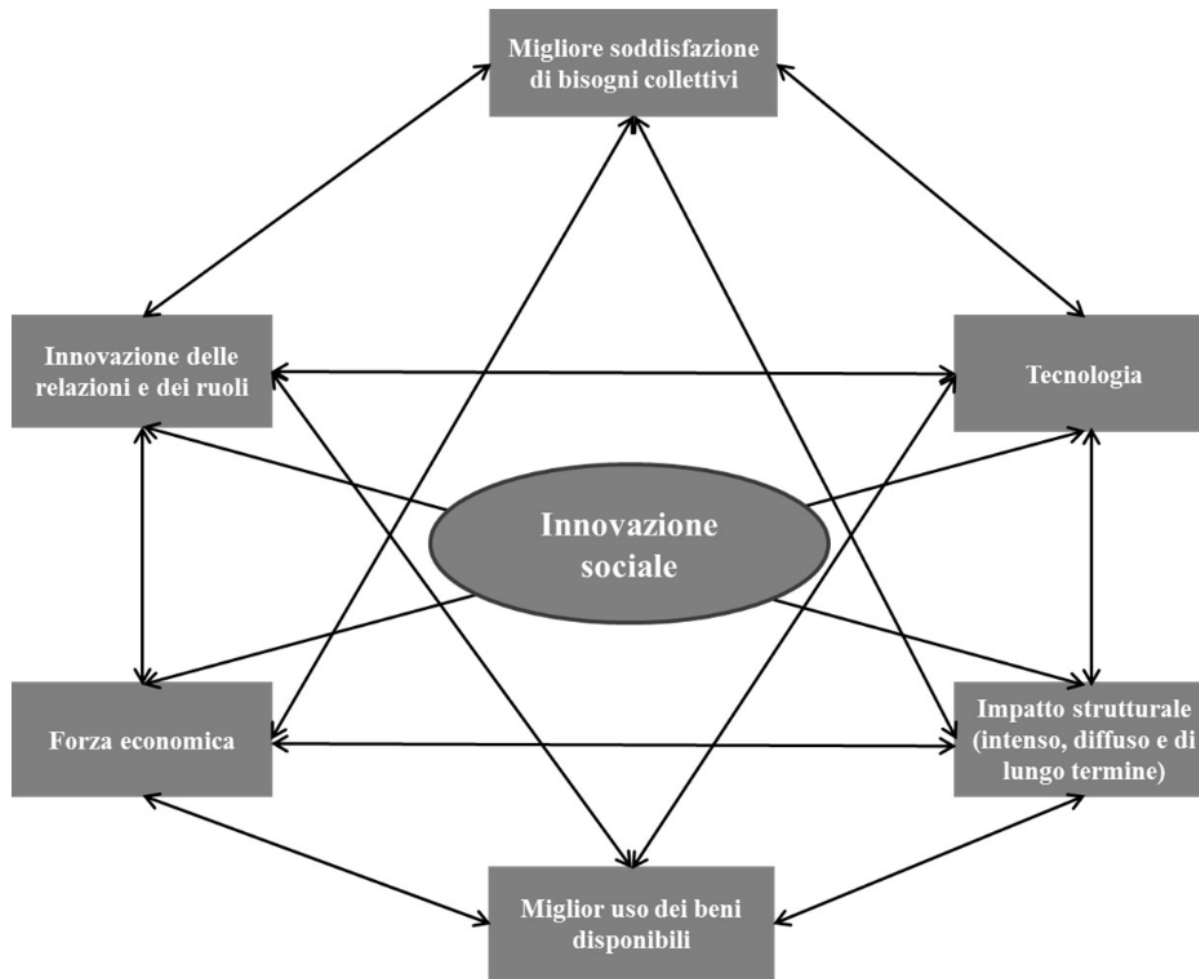
INNOVAZIONE SOCIALE COME CAMBIAMENTO SISTEMICO

Tematiche	Definizione	Autore
Innovazione radicale Vs innovazione incrementale	Rapporto tra conoscenza pregressa e capacità dirompente di una innovazione	Ettlie, Bridges, e O'keefe (1984)
Modificare lo status quo	Sorpassare i limiti della path-dependence	Moulaert et al (2005)
Innovazione Catalitica	Forma di innovazione che sfida le organizzazioni ad offrire soluzioni più semplici nei confronti di porzioni di domanda non ancora soddisfatta	Christensen <i>et al.</i> (2006)
Cambiare il sistema	Modificare le percezioni, i comportamenti e le strutture che in precedenza hanno dato luogo a queste sfide	Centre for Social Innovation, (2008)
Impatto collettivo	Soluzione migliore rispetto a quelle precedenti, per la quale il valore creato si matura a favore della società, nel suo insieme, piuttosto che a favore di singoli individui	Phills <i>et al.</i> (2009)
Paradigma innovativo	Ricerca di soluzioni a problemi non ancora risolti, oppure soluzioni a problemi emergenti	Hochgerner e Howaldt (2012)
Novità relativa	Una SI non deve necessariamente essere nuova per sé, ma piuttosto, deve essere una novità nel territorio, settore o campo di azione nella quale viene implementata	Caulier-Grice <i>et al.</i> (2012)

CARATTERISTICHE DEL PANORAMA ITALIANO DELLA SI

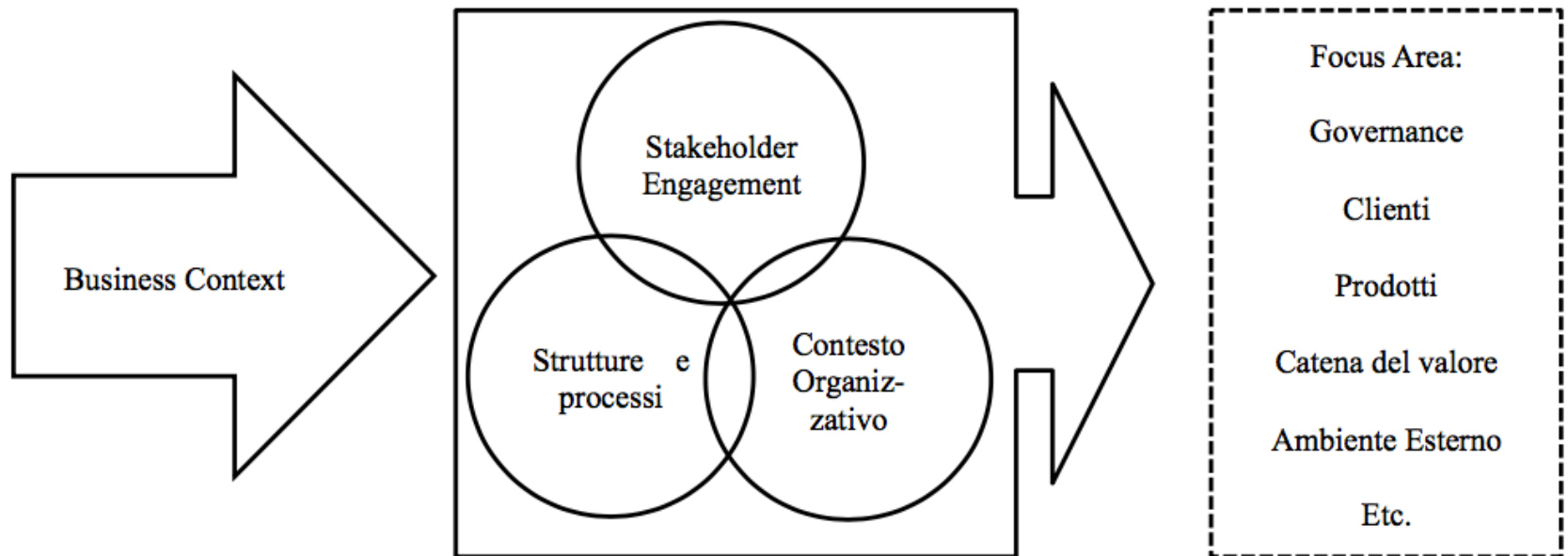
Tematiche	Definizione	Autore
Legittimazione della SI	Frutto di un orientamento collettivo legittimato a livello istituzionale	Legrenzi (2005)
La SI di comunità	Ogni comunità svolge il ruolo di facilitatore e disseminatore di innovazione sociale	Guida e Maiolini (2013)
Governance	Nuove relazioni tra sistemi di produzione-scambio e organizzazione sociale	Busacca (2013)
Modelli Organizzativi	Ibridi organizzativi come strumento per la produzione e distribuzione di valore condiviso	Venturi e Zandonai (2014)
Gestione della conoscenza	Ogni innovazione sociale è sia path-specific che place-specific	Zamagni (2015)
I Cluster di Innovazione Sociale	Nuova relazione tra mercato e comunità	Bernardoni e Picciotti (2015)

LE SEI COMPONENTI INTERDIPENDENTI DELL'INNOVAZIONE SOCIALE



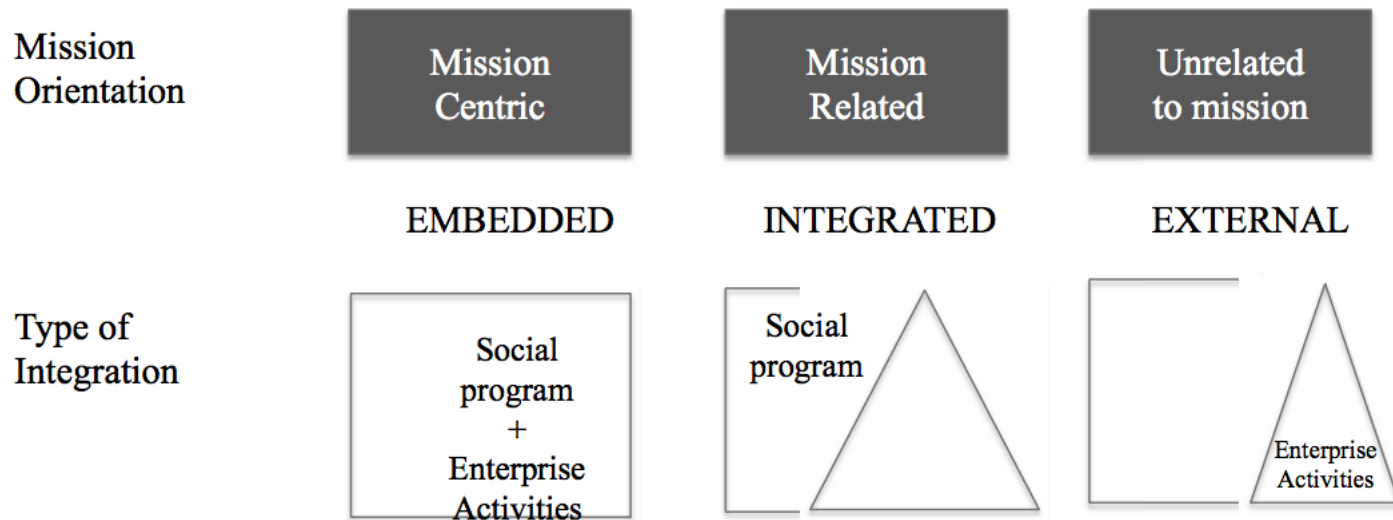
Caroli 2016

PROCESSO DI ISTITUZIONALIZZAZIONE DELL'INNOVAZIONE SOCIALE



(Baltazar Herrera, 2014)

MODELLI IBRIDI: RELAZIONE TRA ATTIVITA' FOR BUSINESS E OBIETTIVI SOCIALI



(Grass 2012)

L'ESTENSIONE DELL'INNOVAZIONE SUL PIANO GEOGRAFICO E/O SETTORIALE

<i>Ambito geografico</i> <i>Ambito produttivo</i>	Nell'area geografica ove l'impresa opera	In varie aree geografiche	Nella maggior parte delle aree geografiche
Nel comparto produttivo dove l'impresa opera			
In vari comparti produttivi			
Nella maggior parte dei comparti produttivi			

Caroli 2017

METODOLOGIA

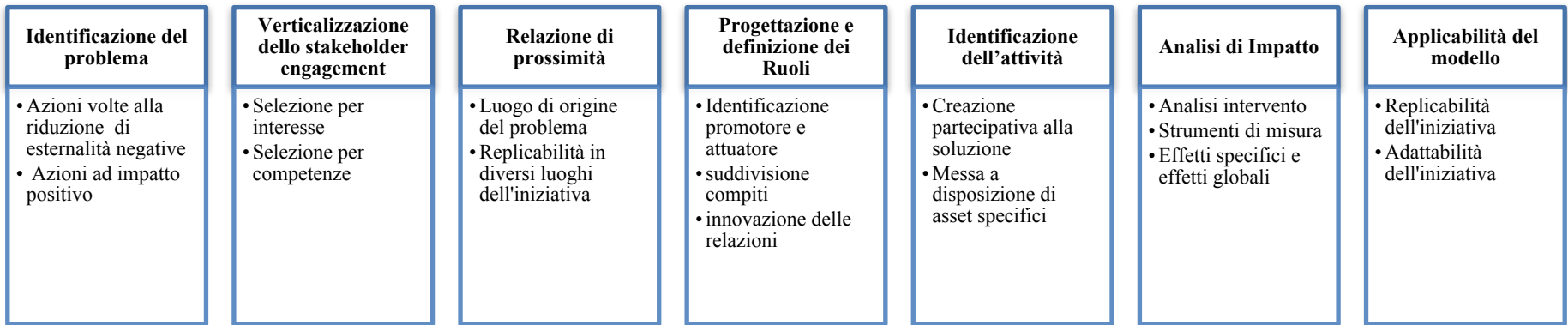
Sul piano metodologico, lo studio empirico poggia sul filone dell'analisi dei casi di studio. Il *sample* di ricerca è stato costruito attraverso la collezione di interviste semi strutturate a manager responsabili delle politiche di sostenibilità di diverse imprese seguendo la metodologia del “*collective case studies*” (Yin 2003; Goddard, 2010).

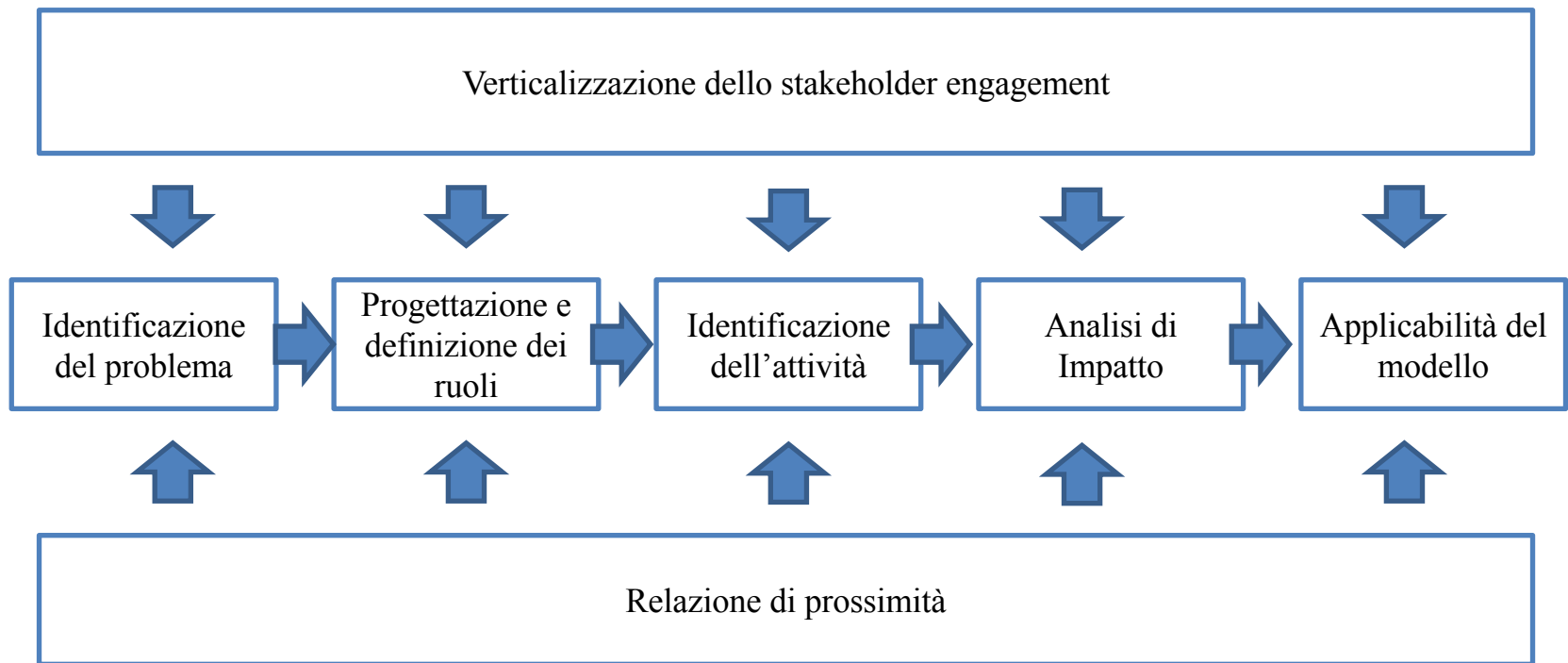
Questa strategia di campionamento ha permesso di limitare la variazione dei risultati causati da variabili esogene quali il contesto socio-politico, la diversa natura delle organizzazioni e l'appartenenza a settori/business diversi tra di loro, nonché affinare la validità esterna dei risultati attraverso l'esame di esempi polari (Yin, 2003), cercando informazioni che evidenziassero le maggiori similitudini e le maggiori differenze nel campione (Eisenhardt, 1989).

METODOLOGIA II

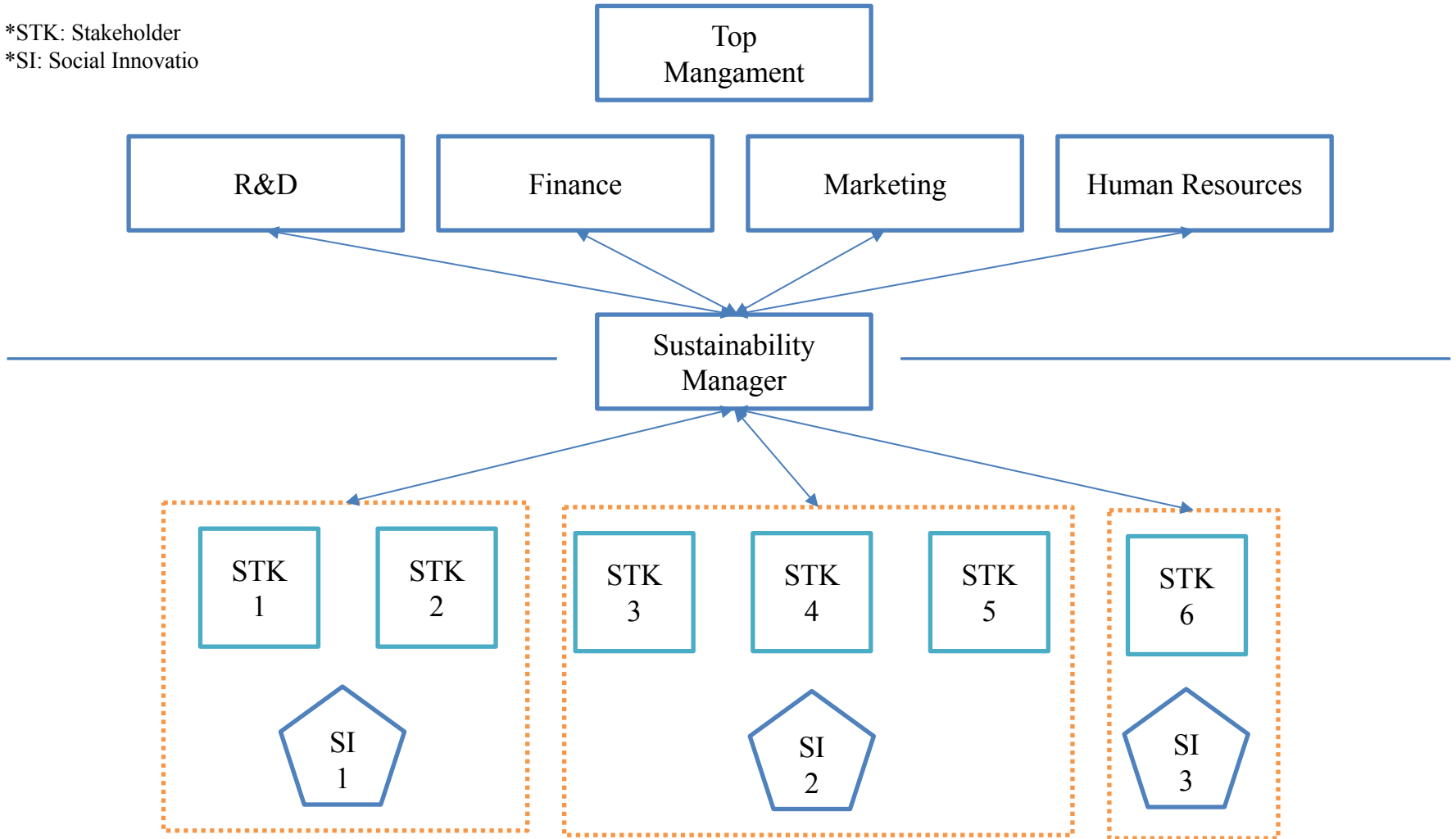
Nello specifico, sono state effettuate 25 interviste semi-strutturate rivolte a 13 grandi imprese del territorio italiano. A tal fine, è stato predisposto un questionario articolato in alcune domande “aperte” ed altre “chiuse”; a queste ultime era possibile dare più di una indicazione.

Al fine di reperire i dati qualitativi necessari si è proceduto ad intervistare i CSR manager delle varie aziende. Tali soggetti sono infatti in grado di fornire non solo una prospettiva strategica dell’impresa in tema di innovazione sociale, ma anche informazioni circa le modalità operative ed i meccanismi di diffusione delle stessa all’interno dell’impresa.

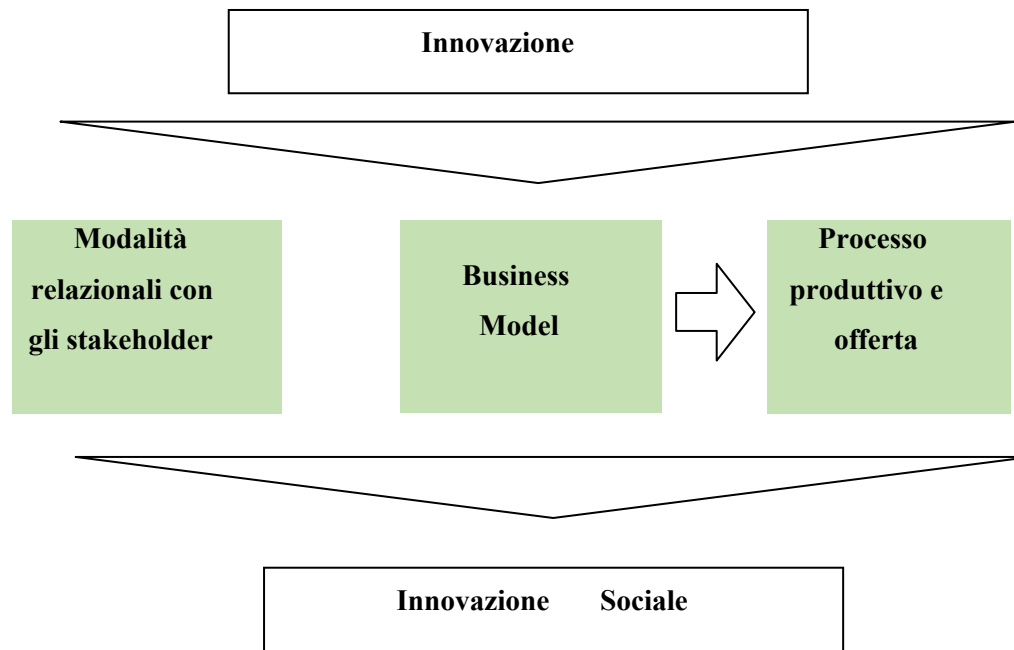




*STK: Stakeholder
*SI: Social Innovatio



CONCLUSIONI



Download the report !!!

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

rmaiolini@luiss.it

@rickymaiolini

