



Indice

	<i>pag.</i>
<i>Introduzione</i>	1
1. L'innovazione nello scenario competitivo attuale	
1.1. Lo schema di riferimento	5
1.2. L'innovazione nel pensiero economico	7
1.2.1. Il concetto di innovazione prima di Schumpeter	7
1.2.2. L'apporto di Schumpeter	9
1.3. Closed Innovation Vs Open Innovation	13
1.4. Innovazione e sviluppo economico	20
1.4.1. L'innovazione come driver delle performance dell'impresa	21
1.4.2. L'appropriabilità dell'innovazione	24
1.4.3. Le tipologie di innovazione	27
2. Innovazioni radicali, dirompenti, discontinue: aspetti definitivi	
2.1. Introduzione	35
2.2. Il problema della classificazione dell'innovazione	37
2.3. Le definizioni della letteratura	38
2.3.1. L'innovazione radicale	41
2.3.2. L'innovazione dirompente	46
2.3.3. L'innovazione discontinua	48
2.3.4. Le innovazioni multidimensionali	51
2.4. Una sintesi: quale definizione?	51

3. Le “disruptive technologies” o “innovazioni dirompenti”

3.1. Definizione	53
3.2. Quando un buon management non basta	54
3.2.1. Innovazioni incrementali vs Innovazioni dirompenti	57
3.2.2. Evoluzione tecnologica e comportamento del consumatore	58
3.2.3. L’influenza dell’ambiente di riferimento	60
3.3. Una possibile spiegazione del successo di un’impresa: la rete del valore	61
3.4. Curve del miglioramento tecnologico, tecnologie incrementali e tecnologie dirompenti	63
3.5. I principi dell’innovazione dirompente	69
3.5.1. Primo principio: la teoria della dipendenza delle risorse	70
3.5.2. Secondo principio: le esigenze di crescita delle grandi imprese	71
3.5.3. Terzo principio: la difficoltà di analisi di mercati emergenti	71
3.5.4. Quarto principio: la differenza di crescita tra domanda di mercato e offerta tecnologica	72
3.6. Una soluzione per gestire le innovazioni dirompenti: le strutture ambidestre	73
3.7. L’identificazione delle innovazioni dirompenti: lo schema di riferimento	77
3.7.1. Capire l’innovazione dirompente	78
3.7.1.1. La fase analitica	80
3.7.1.2. La fase organizzativa	86
3.8. Una chiave interpretativa	89

4. Il processo dirompente nel settore delle telecomunicazioni

4.1. Introduzione	91
4.2. Il settore delle telecomunicazioni: lo schema di riferimento	92
4.2.1. Uno scenario in continuo cambiamento	93
4.2.2. Le dinamiche del settore in Italia	95
4.3. La convergenza nel settore delle telecomunicazioni	101
4.4. Innovazioni dirompenti e convergenza nell’attuale scenario competitivo	105

5. La tecnologia VoIP e Skype

5.1. La tecnologia Voice over IP (VoIP)	113
5.2. Skype	115
5.2.1. La storia di Skype	117
5.2.2. La diffusione	121

pag.

5.2.3. Il funzionamento	124
5.2.4. Il modello di business	129
5.2.5. Le acquisizioni	132
5.3. I servizi offerti da Skype	136
6. L'effetto dirompente di Skype sul settore delle telecomunicazioni	
6.1. L'utilizzo delle tecnologie VoIP e P2P da parte di Skype	143
6.1.1. La tecnologia VoIP	143
6.1.2. La tecnologia P2P	147
6.1.3. VoIP e P2P come innovazioni dirompenti	150
6.1.4. Skype come mix di tecnologia VoIP e P2P	152
6.2. Skype come innovazione dirompente: l'applicazione del framework metodologico	156
7. La reazione degli operatori tradizionali	
7.1. Gli operatori tradizionali	169
7.2. Le criticità degli operatori tradizionali	173
7.2.1. Il traffico voce	175
7.2.2. Il traffico SMS	177
7.2.3. Il traffico dati	182
7.2.4. Le applicazioni OTT	186
7.3. La risposta degli operatori tradizionali	189
7.3.1. La strategia di sbarramento	189
7.3.2. La strategia di gestione dell'offerta tariffaria	192
7.3.3. La strategia dell'alleanza	193
7.3.4. La strategia dell'evoluzione dei servizi offerti	197
7.4. Qual è la strategia migliore?	198
<i>Conclusioni</i>	203
<i>Bibliografia</i>	207

