



Interreg
Italia-Österreich
European Regional Development Fund



Studio Ecosistema

Living paper

Premessa:

Lo studio è concepito come una carta vivente e fornirà alcuni contenuti per il manifesto. Si scopre che sempre più nuove scoperte devono essere aggiunte. Pertanto, lo studio è inizialmente solo in lingua EN creato. È anche un bene per le discussioni con le parti interessate. Al termine del progetto, sarà disponibile in DE e IT.

Progetto "EntrepreneurialEco-System Alpe Adria",
Programma InterregV-A Italy-Austria,
Finanziato dal Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR)

Edizione finale nel dicembre 2019



Che cos'è l'imprenditorialità?

Howard Stevenson e Peter F. Drucker

Stevenson

- L'imprenditorialità è la ricerca di opportunità senza tener conto delle risorse attualmente controllate.

Drucker

- ...questo definisce l'imprenditore e l'imprenditorialità – l'imprenditore cerca sempre il cambiamento, lo risponde e lo sfrutta come un'opportunità.



L'imprenditorialità come processo di identificazione delle opportunità e loro sfruttamento

C'è qualche opportunità imprenditoriale?

Quello sulla barca è un imprenditore?



L'essenza dell'imprenditorialità

Joseph Schumpeter

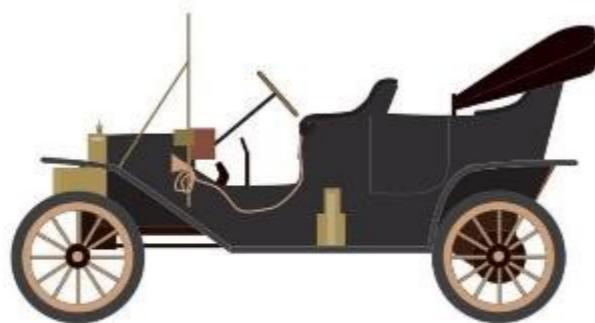
Le innovazioni sono "distruzioni creative" – distruggono un determinato sistema e ne portano ad un altro; Tutte le offerte di prodotti, i prezzi, i mercati e le istituzioni sono il risultato di innovazioni. Schumpeter distingue tra cinque diversi tipi di nuove combinazioni:

- Produzione di un bene nuovo o di una nuova qualità di un bene
- Introduzione di un nuovo metodo di produzione non precedentemente conosciuto in un'industria
- Apertura di nuovi canali di distribuzione
- Sviluppo di nuove fonti di approvvigionamento
- Attuazione di nuove organizzazioni

Esistono imprenditori anche al di fuori del mondo imprenditoriale, ad esempio:

Martin Luther, Christoph Colombo, Francisco Pizzaro, Johann Sebastian Bach, Sir Isaac Newton, Otto von Bismarck, Dschingis Khan, Gandhi, Charles Darwin

L'imprenditorialità come processo di attuazione di nuove combinazioni (innovazioni)



FORD MODEL T

Henry Ford e la produzione di massa
Modello T



Dietrich Mateschitz e Red Bull –
80 % quota di mercato



Florian Gschwandtner e
Runtastic – rivoluzione per il fitness

Approfondimento sull'imprenditore

Imprenditore:

- Focus sull'innovazione – ricerca di nuove opportunità e sfruttale
- Indipendenza, prendere decisioni rapide e ama agire
- È membro attivo di reti informali. Preferisce lavorare senza gerarchia formale
- A volte: Inventore, imprenditore e capo azienda in una sola persona
- Rischi elevati, rendimenti elevati



VS

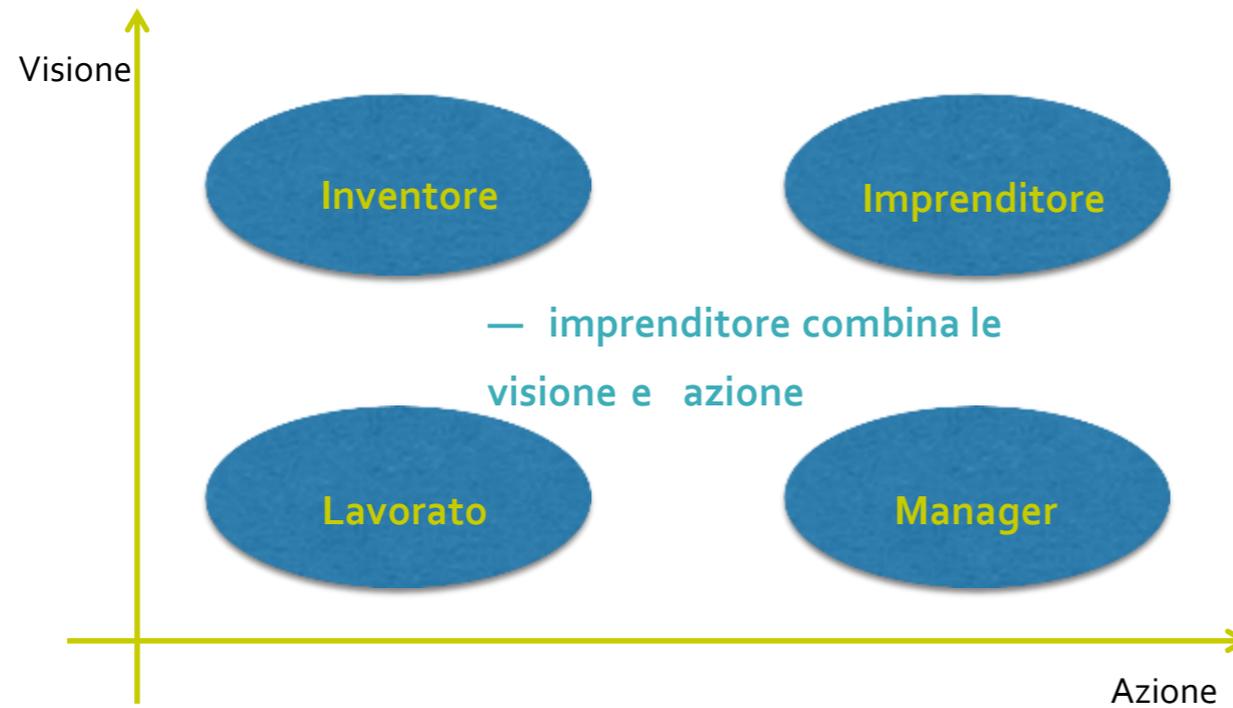


Manager:

- Amministratore delle attività predefinite
- Concentrarsi sull'allocazione ottimale delle risorse, l'ottimizzazione, il controllo dei costi
- Gestisce processi decisionali e di formulazione strategica
- Rischi limitati, assenza di capitale proprio, rendimenti limitati
- Si sente a suo agio con responsabilità predefinite. Preferisce lavorare in gerarchia

VS

Personalità e demografia



personalità e demografia :

(Alcuni osservano spesso differenze tra i non imprenditori)

- Locus interno di controllo, necessità di indipendenza, necessità di realizzazione, volontà di correre rischi, disponibilità ad accettare ambiguità, meno vincolato/più creativo/più persistente
- Religione, ordine di nascita, lavoro autonomo dei genitori, educazione, sesso, esperienza professionale, modelli di ruolo, posizione di rete



Fonti di errori

Fonti tipiche di errori dell'imprenditore:

- Eccesso di fiducia | overoptimism: Essere irrealisticamente ottimisti
- Pregiudizi di rappresentatività: Conclusioni precoci
- Resistenza a modificare e adattare l'idea di business iniziale
- Ego personale, dominazione, competitività, impazienza, orientamento dello status, e fortemente avvolto
- Difficoltà a delegare, partner e compromettere
- Violatori di regole anche per quanto riguarda le norme etiche
- "Comportamento di tipo A" – dipendenza dal lavoro e dal successo ("workaholism"), problemi di salute



Foto di Estée Janssens su Unsplash

Imprenditorialità e innovazione

L'importante nesso tra entrambi

Il legame tra imprenditorialità e innovazione:

- L'imprenditore ha due funzioni principali: Identificazione delle opportunità e superamento della resistenza all'innovazione
- Senza la sua (o lei) energia non accadrebbe alcun cambiamento
- Motivo primario = necessità di realizzazione, entusiasmo, ricerca di avventura
- L'imprenditore è raramente l'inventore
- Le innovazioni non sono solo nuove tecnologie | ci sono molte cose che possono essere cambiate e migliorate | spesso, nuove combinazioni sono più fruttuose | il ruolo dell'imprenditore è quello di identificare queste opportunità
- Pura concorrenza sui prezzi non è auspicabile per la singola azienda | l'innovazione può cambiare le regole del gioco: Potrebbe sorgere un monopolio temporaneo | conseguenza: Prezzi e profitti più alti | dopo un po': Imitazione
- Il lato creativo dell'innovazione è prezioso per la società e l'umanità | ma ogni innovazione distrugge qualcosa -un prodotto, una tecnologia o una competenza un tempo preziosi | Pertanto: Ogni innovazione affronta inevitabilmente la resistenza



Foto di Valentin Lacoste su [Unsplash](#)

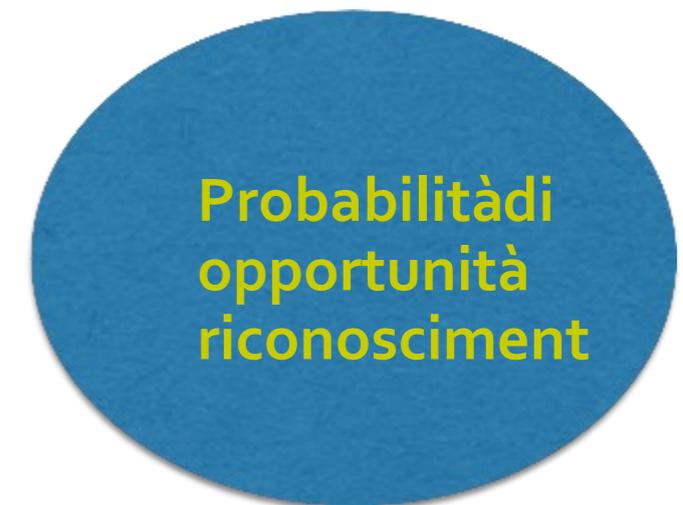
Cosa determina il riconoscimento delle opportunità

Probabilità

Creatività

Accesso alle opportunità correlate alle informazioni (ad es. conoscenze preliminari, lavoro esperienza, social network)

Maggiore capacità di riconoscere un opportunità (ad es. vigilanza, intelligenza pratica)



Creatività

Creare innovazioni

- Creatività significa mettere in discussione cose che gli altri danno per scontate
- La creatività è una delle poche abilità che peggiorano man mano che si matura
- La creatività non è importante solo quando si tratta di trovare nuove opportunità commerciali – è importante con tutti i problemi nel processo di innovazione e nelle imprese in generale (ad esempio, come dovrebbe essere progettato il prodotto?) • Creatività significa pensare fuori dagli schemi
- Come possiamo promuovere la creatività?
- Associati, ad esempio brainstorming, brainwriting, ecc.
- Combinare, ad esempio, analisi morfologica, sviluppare dimensioni e parametri del problema (ad es. materiale —colore – forma), ricombinare sistematicamente i parametri
- L'alienazione, ad esempio la definizione del problema, la creazione di analogie – analogie dirette e personali come analogie distanti e simboliche, si applicano al problema
- Ma anche: Tutte le tecniche di creatività hanno i loro limiti



Dove posso trovare opportunità

Imprevisti e incongruenze

Ogni volta che accade qualcosa che non è stato previsto dagli esperti di un settore, si dovrebbe rapidamente capire se questi eventi aprono opportunità di innovazione per essere i primi a sfruttarli.

Fonte: L'imprevisto

- Il successo inaspettato (ad esempio, l'elevata domanda che non era prevista)
- Il fallimento inaspettato (che sfida le nostre ipotesi fondamentali sul business)

La dissonanza tra ciò che è e ciò che è "**desiderato**" o che dovrebbe essere indicare opportunità di innovazione che contribuiscono a raggiungere di nuovo la congruenza.

Fonte: Incongruenze

- Realtà economiche incongrue (ad esempio, aumento della domanda sul mercato e diminuzione dei risultati economici dell'impresa)
- Incongruenza tra realtà e ipotesi al riguardo
- Incongruenza tra i valori e le aspettative dei clienti percepiti e reali
- Incongruenze all'interno del ritmo o della logica di un processo

- L'evento esterno inaspettato (ad esempio discontinuità, eventi improbabili)

"Gli imprenditori di successo non aspettano che la Musa li baci e dia loro un'idea brillante; Vanno al lavoro."

Peter Drucker

Dove posso trovare opportunità

Processo e strutture

Le opportunità di innovazione possono evolvere migliorando le attività commerciali, la produzione, il servizio o i processi di consumo esistenti.

Fonte: Necessità del processo

- Il "collegamento mancante"
- Perfezione dei processi esistenti
- "Ci dovrebbe essere un modo migliore"

Letteralmente tutte le industrie e i mercati cambiano nel tempo. Tutti questi cambiamenti possono offrire opportunità di innovazione.

Fonte: Evoluzione dell'industria e delle strutture di mercato

- Rapida crescita di un'industria
- Punti di vista, prodotti e processi inappropriati
- Convergenza delle tecnologie
- Nuove istituzioni, variazioni delle catene del valore
- Globalizzazione



Dove posso trovare opportunità

Demografia e percezione

Le variazioni della popolazione in termini di dimensioni, età, struttura, composizione, distribuzione del reddito, status educativo, ecc. sono spesso inequivocabili e possono essere predisposte abbastanza bene.

Fonte: Demografia

- Invecchiamento della società
- Il ruolo delle donne
- Istruzione
- Fuga di cervelli di talenti

Percezioni, priorità, preferenze o norme sociali che disciplinano le imprese, la politica o la società in generale nel tempo.

Fonte: Cambiamenti nella percezione

- Nuove percezioni nelle imprese (ad esempio sul significato dell'etica, della sostenibilità, ecc.)
- Nuove percezioni in politica (ad esempio, riguardo al "rischio di riposo" dell'energia nucleare, alla quantità di norme da imporre ai servizi finanziari e alle banche)
- Nuove percezioni nell'istruzione (ad esempio riguardo all'e-learning e all'apprendimento basato sui problemi)
- Nuove percezioni nella società (ad esempio, sul tipo preferito di interazione sociale, sulle norme sociali)



Foto di Mathilda Khoo su Unsplash

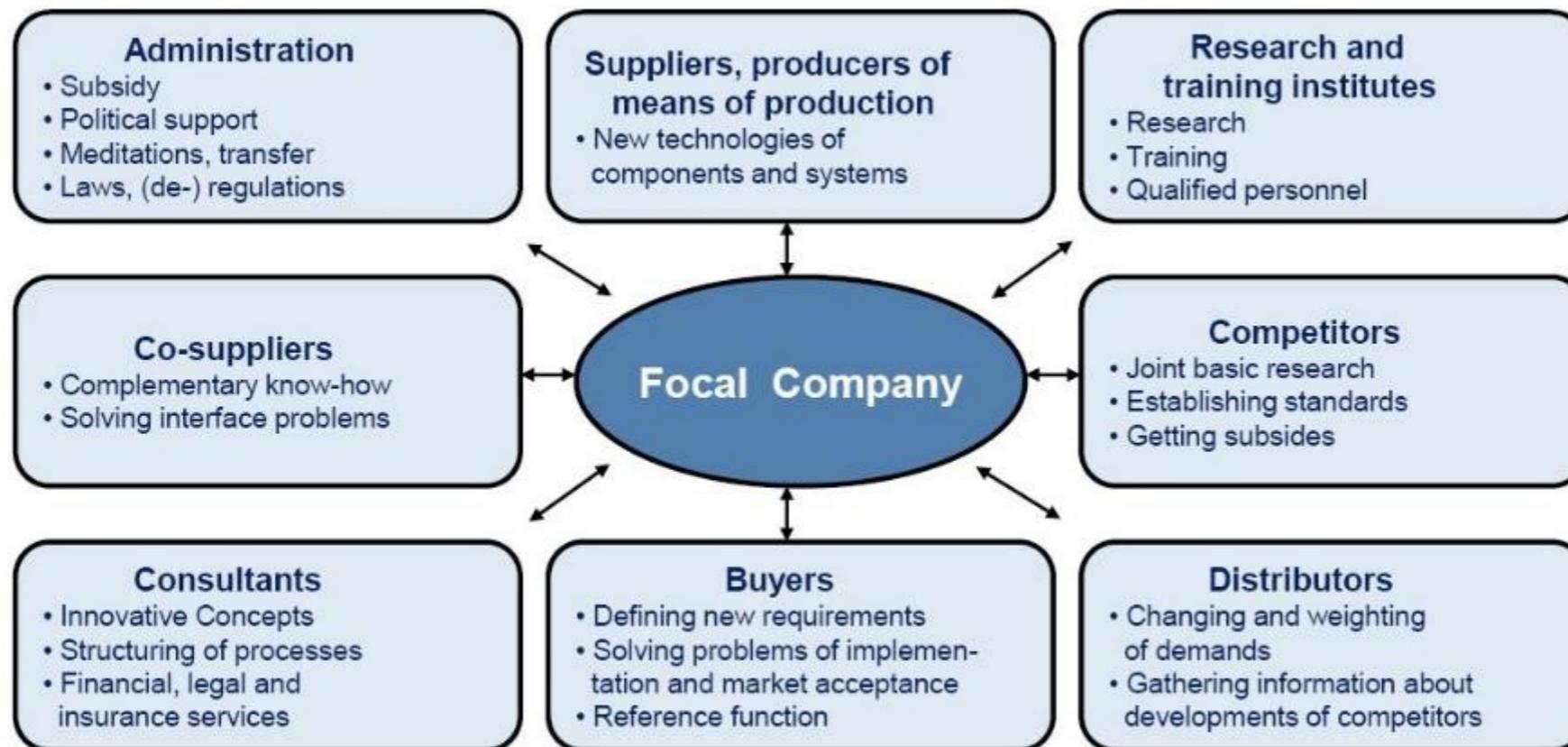
Dove posso trovare opportunità

Conoscenza

Le nuove conoscenze rappresentano la fonte standard di innovazioni e opportunità di business.

Fonte: Nuova conoscenza

- Nuova tecnologia
- Nuove intuizioni scientifiche
- Nuove idee sulla gestione, l'educazione, la società,...
- **Nuove combinazioni**



Fonte: Nikolaus Franke | Istituto per l'imprenditorialità e l'innovazione dell'Università di Economia e Commercio di Vienna

Che cosa è una buona opportunità

Alcune domande

Una serie di aspetti dell'industria influenzano la difficoltà di avviare nuove iniziative.



Dove posso trovare opportunità

Alcune opportunità favoriscono piuttosto le società consolidate

Critério	Ragioni	Esempi
Dipende in larga misura da reputazione, riferimenti e fiducia	I clienti percepiscono un elevato livello di incertezza. Preferiscono comprare da coloro che conoscono e si fidano.	Sistemi ERP aziendali, macchine, ecc.
Ha forti effetti della curva di apprendimento	Le imprese consolidate sono ulteriormente nella curva di apprendimento e hanno costi unitari più bassi per la produzione e la distribuzione.	Macchine complesse, elettroniche componenti, servizi logistici
Chiede economie di scala	L'elevato volume di produzione contribuisce a ridurre i costi unitari complessivi suddividendo i costi medi a un maggior numero di unità.	Navi, automobili, semiconduttori, prodotti chimici
Richiede patrimoni complementari nella commercializzazione e nella distribuzione	Per raggiungere i clienti e offrire loro soluzioni di problemi intere, sono spesso fondamentali risorse e risorse complementari.	Software + pacchetti hardware, cibo

Dove posso trovare opportunità

Alcune opportunità favoriscono piuttosto nuove iniziative

Critério	Ragioni	Esempi
Impiega un'innovazione distruttiva e distruttiva delle competenze	Le conoscenze, i beni e le routine delle società consolidate impediscono loro di innovare. L'innovazione può creare un mercato totalmente nuovo.	Auto elettriche, industria della fotografia, banca diretta
Non soddisfa i clienti tradizionali di imprese internazionali	Le aziende affermate si concentrano sul servizio dei loro clienti effettivi. Probabilmente non perseguire innovazioni che non server la loro attuale base di clienti.	Industria del disco rigido, industria dell'acciaio
Sulla base del capitale umano e della conoscenza	Chiunque abbia il knoweldge può produrre un prodotto o un servizio che soddisfa le esigenze dei clienti.	I rifornimenti di cibo, strumenti di consulenza, software
Offre possibilità per commercializzazione al di là della vendita di prodotti e servizi	Le nuove imprese possono sfruttare l'innovazione vendendo conoscenze e IP (ad esempio, vendita di brevetti, licenze, in fase di acquisizione).	Processi biotecnologici, piattaforme comunitarie su Internet

Domande fondamentali fondamentali

Dal punto di vista dell'investitore (valutazione, profitto, capitale)

- Mercato e ricavi: È il mercato abbastanza grande? — Cresce? – Sì. La gente pagherà?
- Concorso: Come si può evitare l'imitazione?
- Modello di business: È ben sviluppato? C'è un chiaro modello di reddito?
- Fondatori d'impresa | team di gestione: Copre le competenze tecnologiche ed economiche | mercato? Sono disposti a prendere nuovi membri? Mostrano un orientamento alla crescita?
- Analisi della redditività e pianificazione finanziaria: I numeri sono costituiti e sonori? Su quali supposizioni si basano?
- Rapporto rischio-remunerazione (ad esempio, i nostri rendimenti devono essere da 7 a 10 volte perché gli investimenti in capitale di rischio sono ad alto rischio)



Foto di Martin Ceralde su Unsplash

Resistenza contro l'innovazione

Frasi e argomenti killer

- Non abbiamo mai fatto una cosa del genere.
- Oh, abbiamo già provato che non ha funzionato
- Suona bene, ma non si adatta alla nostra strategia
- Prima di tutto dobbiamo analizzare correttamente l'idea.
- Non era tutto male prima.
- I nostri clienti non lo vogliono.
- Beh, lo capiamo, ma che mi dici dell'uomo in strada?
- Può garantire che non ci siano rischi?
- C'è qualche prova che funzioni?
- C'è qualche pratica migliore? Ha funzionato da qualche parte?
- Se l'idea è davvero così grande – perché qualcun altro non l'ha già avuta?



Foto di Matias Rengel su Unsplash

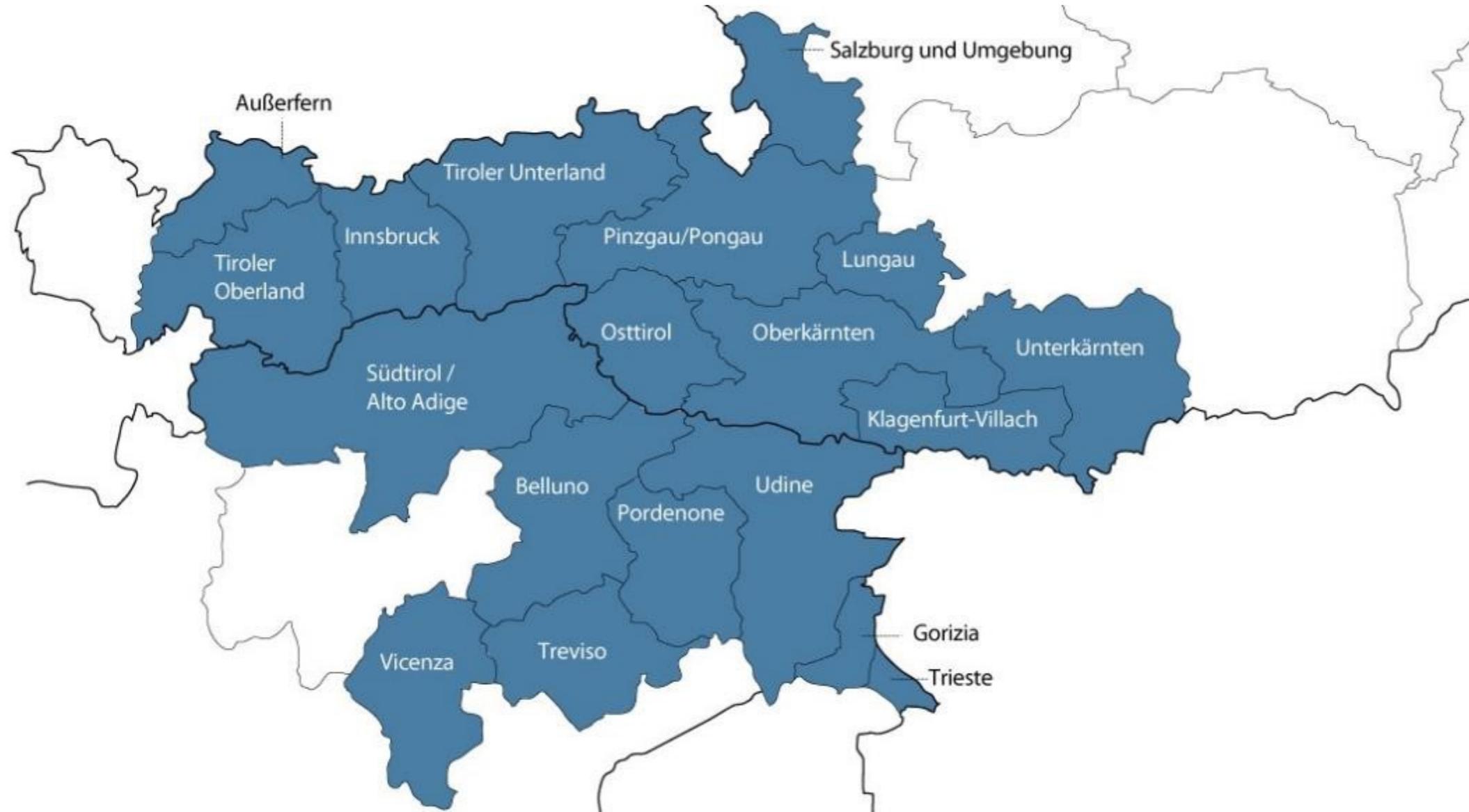
L'atteggiamento comune

Sviluppo congiunto e transfrontaliero



La zona

Dal punto di vista del progetto finanziato dal FESR

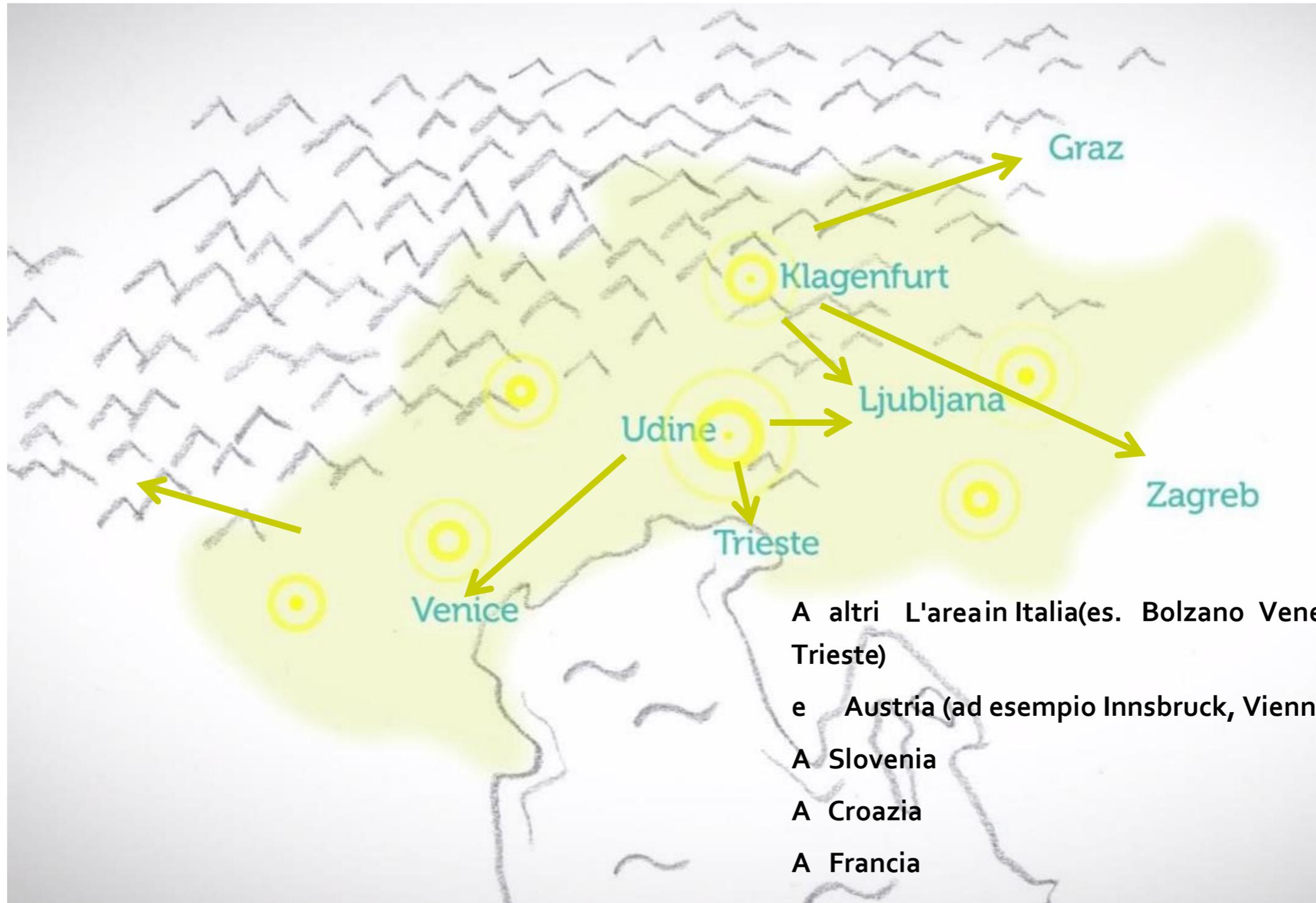


L'opportunità è lo sviluppo di un ecosistema imprenditoriale nell'area stessa, ma è anche importante collegare l'area per quanto riguarda il tema con regioni al di fuori dell'area programmata.

Fonte: [Http://www.interreg.net/de/programm.asp](http://www.interreg.net/de/programm.asp)

La rete di area

Nel vicinato e nel mondo



- A altri L'area in Italia (es. Bolzano Venezia Milano, Trieste)
- e Austria (ad esempio Innsbruck, Vienna, Graz)
- A Slovenia
- A Croazia
- A Francia
- A Svizzera

La Regione Alpi-Adriatica

Potrebbe essere una regione visibile nel mondo (Focus IT-AT)

La regione come laboratorio di innovazione, basato sui punti di forza disponibili in termini di identità, persone, cultura, talenti, infrastrutture, istruzione, sicurezza, ricerca, società affermate, ecc.

Le Alpi – gioiello della natura, calamita turistica, area economica, diversi circoli culturali si sono insediati intorno al massiccio montuoso europeo. Da un lato, lo spazio alpino è molto diversificato in termini di cultura, lingua, forme di organizzazione sociale ed economica, ma dall'altro affronta una serie di sfide molto simili: cambiamento demografico, migrazione, trasformazione del sistema economico, sfide ecologiche.

Una regione piena di vita, una regione in mezzo a un paesaggio idilliaco. Dove altri trascorrono le loro vacanze, c'è una scena colorata di nuove avventure emergenti. Nel crogiolo di culture e mentalità diverse, nella regione dell'Alpe Adria, lavorano, vivono e celebrano insieme – italiani e austriaci, e persone di altre nazionalità.

L'Alpe-Adria è una regione di grande natura, fascino culturale e diversità. Ma proprio nel cuore di culture e lingue diverse, questo da solo non è sufficiente a garantire il successo dell'impresa agli imprenditori. In particolare, le nuove iniziative che sono all'inizio della loro vita imprenditoriale hanno bisogno di un ambiente attivo, di una comunità vivace e di incentivi speciali per mantenere il proprio business center nella regione dell'Alpe Adria.

L'idea innovativa

Aiutarsi a vicenda

È così che inizia.

Prima c'è un'idea, poi inizio a giocare.

Do alle idee una forma.

Ma, sembra che io abbia bisogno di aiuto (ad esempio competenze specifiche)



L'idea è semplice:

Due nazionalità compongono insieme una regione. La ricchezza di entrambe rende molto più facile l'avvio di nuove iniziative (ad es. accesso al mercato, diversità nei team fondatori, ecc.).



Lo scopo del progetto

Connettersi, sensibilizzazione, attrattiva

Il progetto transfrontaliero dell'ecosistema imprenditoriale Alpe Adria (EES AA) mira a contrastare la fuga di cervelli di imprese e talenti imprenditoriali e innovativi dalle regioni frontaliere verso ecosistemi imprenditoriali e di start-up più attraenti. Inoltre, il basso livello delle reti interne ed esterne della regione, in particolare delle reti di innovazione, dovrebbe essere abolito e dovrebbe essere sviluppato un cluster transfrontaliero per l'imprenditorialità. E vi è la necessità di aumentare la consapevolezza delle opportunità nell'ecosistema sia a livello regionale che globale.

Per raggiungere questi obiettivi è indispensabile una rete attiva di tutti i partecipanti al progetto con la community di start-up, con aziende consolidate, con fornitori di infrastrutture, con gli istituti di istruzione, gli istituti di ricerca, gli studenti e le persone attive nella regione. È importante coinvolgerli – come potenziali motori e creatori attivi del futuro ecosistema imprenditoriale e ambasciatori di uno spirito imprenditoriale transfrontaliero – in un vivace dibattito. In questo modo, è possibile conoscere le loro esigenze, i loro desideri e le loro necessità di soggiorno nella regione al fine di sviluppare e adattare le misure di progetto sulla base di questi risultati.



Foto di Denys Nevozhai su Unsplash

Identità nelle regioni

Quali valori sono rilevanti (basati sul questionario)?

Carinzia | Austria:

Natura, vicino alla natura, panoramico, sotto terra, cordialità, tradizione, Alpe Adria, alta qualità della vita, divertente, accogliente, ospitalità, intolleranza

Consapevolezza ambientale e salute

Amicizia, equilibrio vita-lavoro, libera circolazione dei lavoratori, rilassato, vicinanza, stile di vita sano, libertà

Sicurezza, sociale, sensibilizzazione ambientale, ieri, paesi in via di sviluppo, prospettive limitate

Cosa manca:

Apertura e tolleranza, diversità e innovazione,

Autoiniziativa, pensiero imprenditoriale e flessibilità o visione e volontà di cambiare.

Friuli Venezia Giulia, Veneto | Italia:

passato Trieste, la capitale di questa regione, per esempio, austro-ungarica, jugoslava, italiana. Le persone che vivono in Friuli Venezia Giulia non hanno fatto alcun male. Molti popoli vivono insieme qui in un pacifico microcosmo. Questo è esattamente ciò che rende la regione così architettonica, scenografica e culinaria.

La cucina friulana è un riflesso della cucina slava, austriaca e veneziana.

Termini come "vivo" e "creativo", "atteggiamento di vita facile", Improvvisazione, tradizione, Focus sul cibo e il paesaggio

Cosa manca:

Ordine, ordine, organizzazione e pensiero imprenditoriale ordinato.

Ecosistema – Discussione

Basato sull'imprenditorialità o su argomenti specifici

Opzione 1 Opzione 2

Appeso al tema della fondazione, L'argomento di startin ga

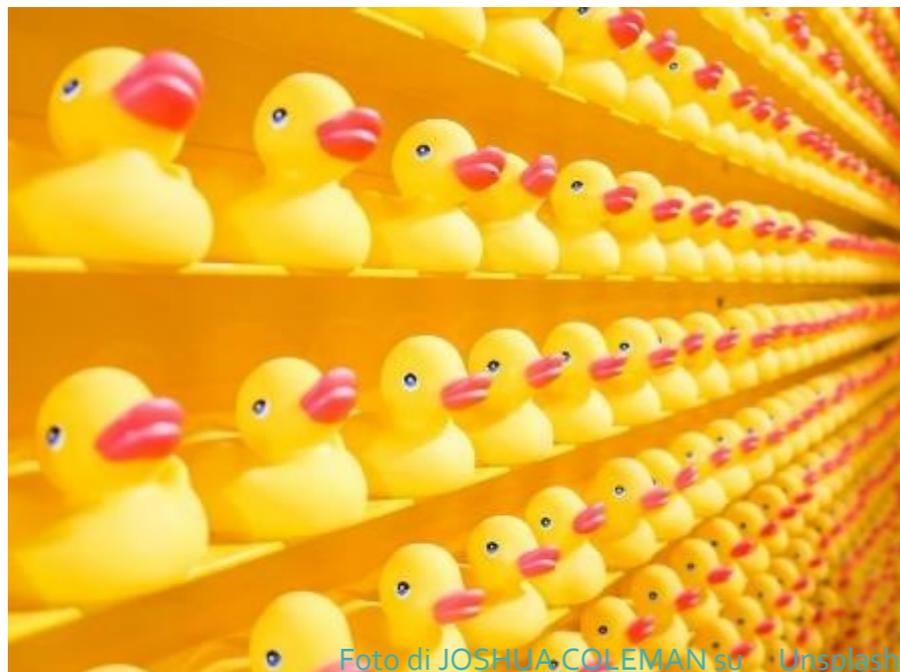
Tutto questo ha a che fare con un campo specifico lungo la catena

venture è legato a un

del valore (ad esempio avviare un'attività agroalimentare).

In entrambe le opzioni educazione, iniziative, eventi, istituzioni,

stakeholder, centri di ricerca, potenziali, iniziative già esistenti e comprovate, ecc. sono indirizzati.



Quantificazione dei servizi ecosistemici:

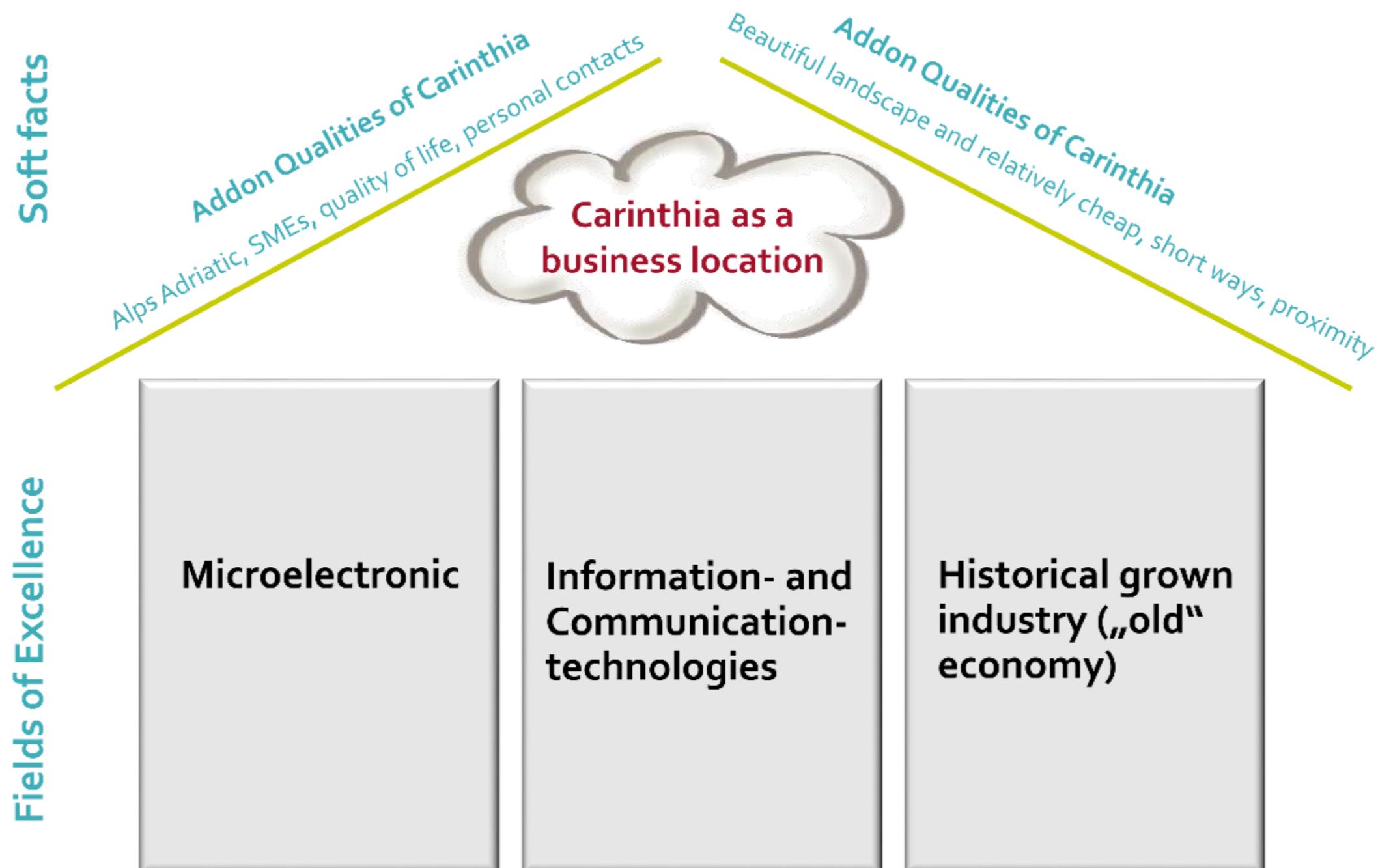
Gli ecosistemi forniscono servizi essenziali per il benessere della nostra società.

Per individuare il contributo degli ecosistemi, i loro servizi devono essere quantificabili e quindi trasmissibili.

Ciò aumenta l'accettazione della politica ambientale e l'accuratezza delle misure.

I servizi ecosistemici misurabili integrano la rendicontazione economica.

Campi di eccellenza



Microelettronica (estratto)

Aziende:

- Infineon
- LAM
- Intel
- Flex
- Philips

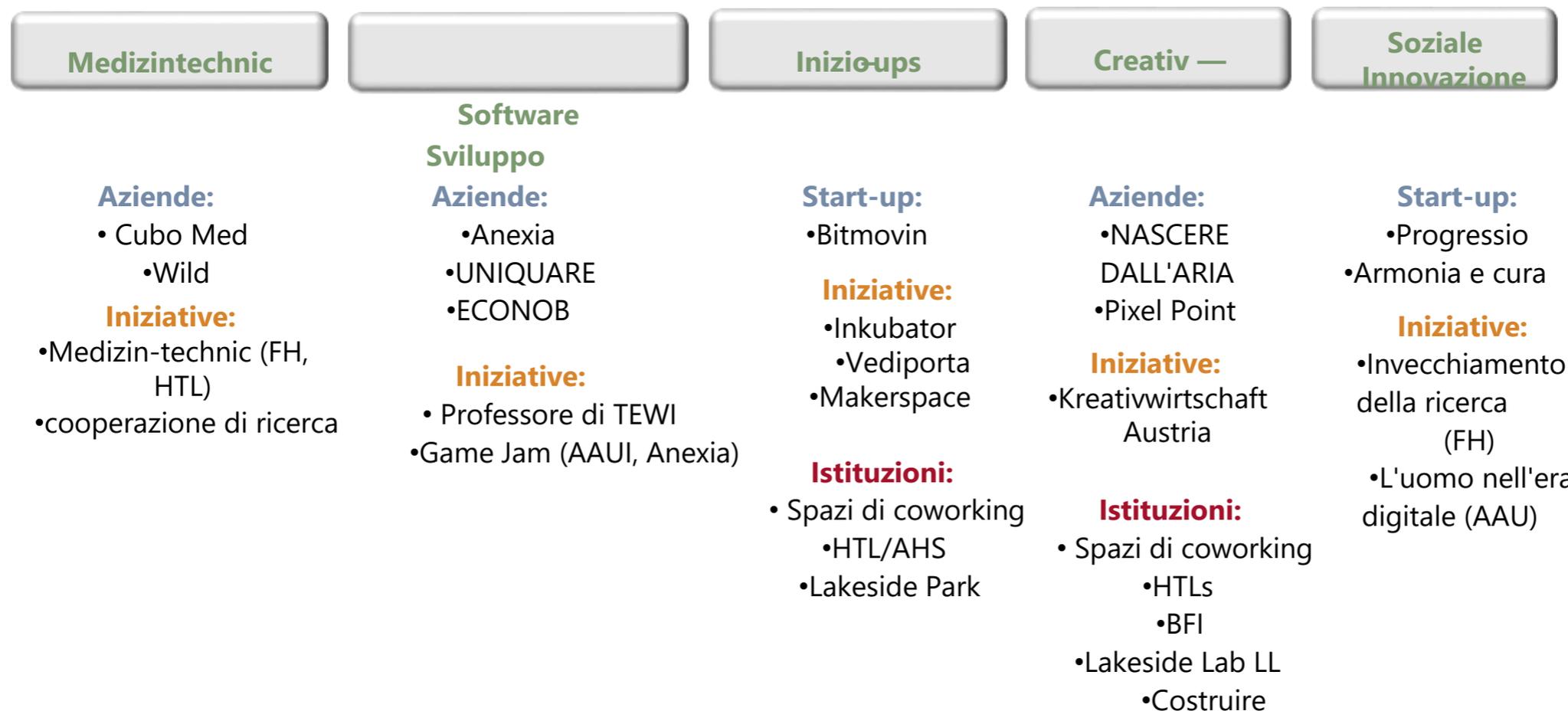
Iniziative:

- Cluster (SAC)
- Cooperazione scientifica | economia
- Platform für Sensorik & Infra di integrazione del sistema (CTR, FH)
- Sistema di studi FH
Progettazione, Attrezzatura
Ingegneria
- TEWI Istituto AAU

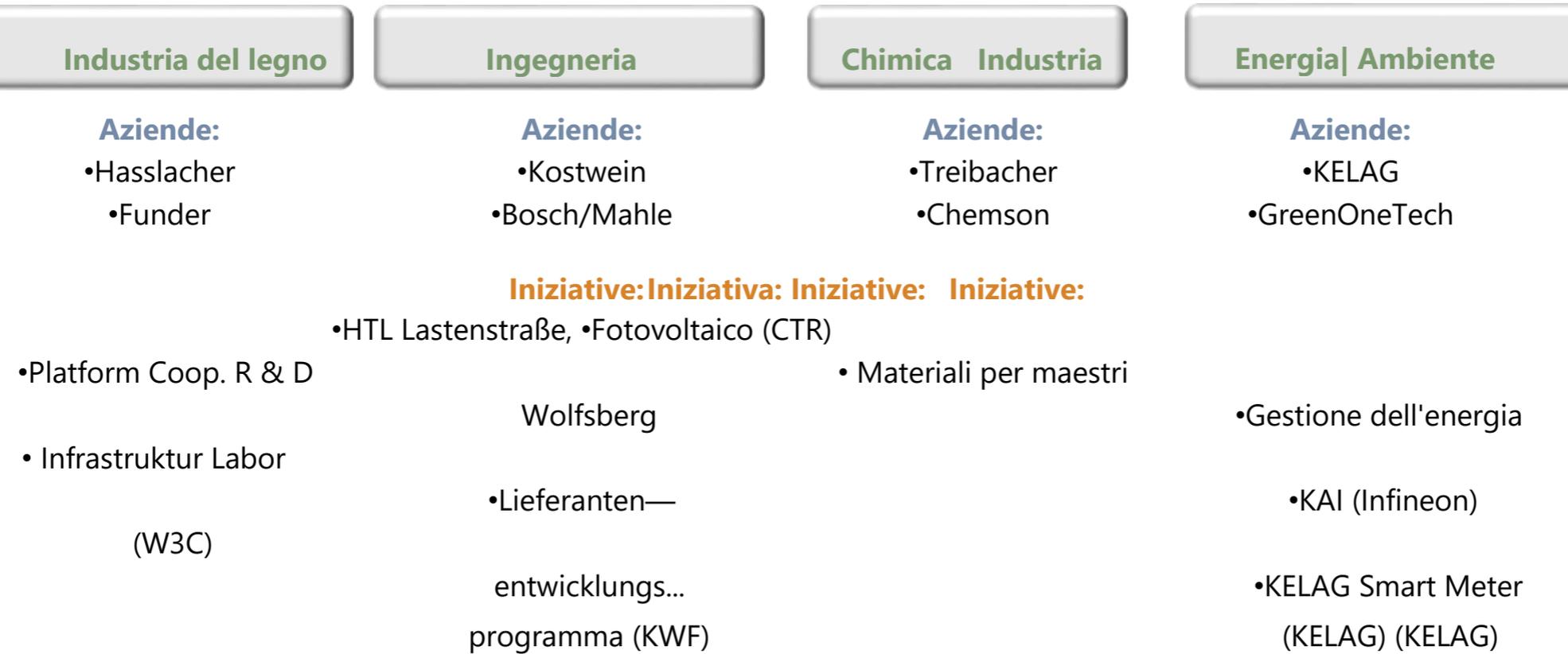
Istituzioni:

- CTR

Tecnologie dell'informazione e della comunicazione (estratto)



Industria storica cresciuta ("vecchia" economia)



Rami forti nell'area del programma

Friuli Venezia Giulia

- Tessili, abbigliamento e cuoio
- Industria meccanica e metallurgica
- Dispositivi e motori elettrici
- Altre macchine e attrezzature
- Veicoli e costruzione navale
- Altri prodotti (vetri e occhiali, gioielli...)
- Industria della produzione di legno e mobili



Ad esempio: I 5 segmenti di esportazione più importanti del Veneto:

- Industria meccanica e metallurgica (19 %)

- Moda (18 %)

- Metalli e prodotti metallici (11 %) **Aziende:**

- Materie plastiche (11 %) Mobili – Calligaris Spa, Domitalia Spa, Pali Spa

- Gioielli e occhiali (9 %) Ingegneria meccanica e industria metallurgica —

Danieli & Co-Officine Meccaniche Spa, Electrolux Italia
Spa, Cimolai Spa

Altre infrastrutture di sostegno

- CETA – Centro di Ecologia Teorica ed Applicata
- Polo tecnologico di Pordenone
- Parco Scientifico e Tecnologico Luigi Danieli di Udine
- CATAS Spa (principali istituti di ricerca e collaudo nel settore del mobile e del legno)

Punto di partenza e conclusione

Focus

Sulla base dell'identità delle persone che vivono nella regione e sulla base dei punti di forza delle regioni, l'imprenditorialità può essere promossa e sviluppata in settori specifici.

Questi campi saranno concentrati nell'industria dello sport e del tempo libero (ad esempio sensorica) nel campo dell'alimentazione e dell'agroalimentare (ad es. slow food) e del legno e dei composti all'inizio.

