



MADE IN ITALY LAB®

digital creative innovation

Abbecedario

dell'innovazione digitale

Abbecedario

dell'innovazione digitale

Innovare vuol dire cambiare.

Vuol dire per prima cosa produrre un cambiamento tangibile, vero, utile e positivo nella vita delle persone, delle aziende, della comunità.



Le parole chiave del cambiamento.

Cos'è la manifattura additiva? E perché molte aziende sono ancora legate a un concetto superato di innovazione?

Qual è il significato di Fabbrica 4.0? E come si chiama quel sistema di acquisizione di capitali alternativo alle banche e basato sulle donazioni collettive?

Perché nasce un cluster tecnologico? A cosa serve l'inbound marketing?

Ci spiega tutto una guida chiara e utile, che raccoglie i termini e le definizioni più importanti per orientarsi nell'affascinante mondo dell'innovazione digitale. Un mondo ricco di opportunità, da scoprire insieme e vivere con entusiasmo.

L'Abbecedario dell'Innovazione Digitale è il primo passo per diventare veri protagonisti dei cambiamenti in atto e affrontare in modo vincente il futuro.



Advertising

Pubblicità, attività di propaganda commerciale, è diventata digitale con l'avvento del web e delle nuove tecnologie.

Advertising

Pubblicità, attività di propaganda commerciale. In senso lato, rientrano in questa definizione tutte le iniziative volte a presentare un prodotto o un servizio a un pubblico di persone al fine di **augmentarne la notorietà e stimolarne l'acquisto**.

L'advertising, che è stata per lungo tempo di tipo analogico perché legata a supporti stampati come poster e giornali, è diventata digitale con l'avvento del web e delle nuove tecnologie. Rispetto alla pubblicità analogica, la pubblicità digitale

offre possibilità nettamente maggiori per tutto ciò che riguarda **interattività, profilazione** del pubblico e **monitoraggio** di investimenti e risultati.



App

Le applicazioni informatiche realizzate per essere fruite esclusivamente su **dispositivi mobili come smartphone e tablet**.

Esistono due diverse tipologie di app: quelle **'native'** create esclusivamente per dispositivi mobili e le **'web app'**, intese come collegamenti verso applicativi remoti scritti con linguaggi come HTML5.

Le app possono svolgere un notevole numero di funzioni: essere un **veicolo di comunicazione**, una **vetrina** per un prodotto o un servizio, un **catalogo online**, un **sistema di localizzazione**.

Le app consentono di tenersi informati (notizie, social network), permettono di **lavorare in mobilità** (posta elettronica,

documenti di testo, editing) e possono anche avere una **funzione ludica** per lo svago e il tempo libero. Le app sono strettamente legate al sistema operativo del dispositivo utilizzato, e si possono scaricare (gratuitamente o a pagamento) dalle piattaforme di distribuzione dei singoli marketplace.

Artigianato Digitale

Reinventare le attività lavorative tradizionali in una cornice culturale contemporanea, cioè in chiave digitale e tecnologica.

Artigianato Digitale

Il concetto è figlio della comunità dei makers nata negli Stati Uniti nei primi anni 2000, sostenitrice della necessità di reinventare le attività lavorative tradizionali in una cornice culturale contemporanea, cioè in chiave digitale e tecnologica. **Le nuove tecnologie producono due forti rinnovamenti della figura dell'artigiano e del contesto in cui opera.** Innanzitutto c'è la proiezione internazionale della sua

attività: l'artigiano tradizionale operava quasi solo nella zona di residenza, **quello digitale lavora invece in un contesto internazionale** che gli dà la possibilità di accedere a nuovi mercati e di entrare in contatto con culture diverse dalle quali possono scaturire idee e innovazioni. Va poi sottolineato il diverso rapporto tra conoscenza e divulgazione: mentre l'artigiano **in passato custodiva**

gelosamente i segreti del proprio lavoro, **oggi è più portato a metterli in mostra e a raccontarli**, sia perché dispone di mezzi di comunicazione più adeguati (internet), sia perché vuole farne percepire il valore intrinseco, spiegando materiali e processi di lavorazione anche a clientele appartenenti a culture molto lontane dalla sua (storytelling).



Automation Marketing

Con l'aumentare delle piattaforme e dei sistemi di comunicazione, le attività necessarie a generare, analizzare e consolidare il rapporto tra prodotto e clienti sono aumentate, molte delle quali sono diventate, oltre che più complesse, anche ripetitive. **Il marketing automatico comprende l'insieme dei processi e dei**

software che consentono a un'azienda di semplificare, automatizzare e misurare le attività di marketing. Un buon sistema di marketing automation, tra le altre cose, è in grado di **registrare le azioni fatte online da una persona** dal momento in cui entra in contatto con l'azienda; di creare email, landing page e moduli di

registrazione personalizzati; di integrarsi con il CRM; di suggerire deduzioni e fornire statistiche su performance, comportamenti e fidelizzazione del target; di assegnare punteggi a ciascun potenziale cliente in base a parametri di valutazione ricavati dai suoi comportamenti.

Big Data

L'insieme dei dati caratterizzati da una grande estensione in termini di volume, velocità e varietà, che sono prodotti dall'interazione tra persone e dispositivi e tra dispositivi e sistemi usati dagli utenti.

Big Data

L'insieme dei dati caratterizzati da una **grande estensione** in termini di volume, velocità e varietà, che sono prodotti dall'interazione tra persone e dispositivi e tra dispositivi e sistemi usati dagli utenti. **I big data sono prodotti da tutti i processi digitali** comprese le interazioni social, vengono trasmessi da sensori e apparecchiature mobili e sono erogati da una molteplicità di sorgenti differenti.

Quando si parla di big data si fa riferimento a tre aspetti che li caratterizzano:

- **1 Volume** = la quantità di dati messi a disposizione ha un volume notevole in continuo aumento;
- **2 Velocità** = i dati vengono prodotti con velocità e frequenza sempre più elevate;
- **3 Varietà** = i dati prodotti sono eterogenei tra loro sia a livello di

contenuti, sia a livello di formati.

In seguito al grande impatto che i big data stanno avendo sulla società sta emergendo l'aspetto del valore o veridicità. Presi in considerazione i tre elementi precedenti, diventa quindi sempre più importante riuscire ad **individuare il valore dei dati disponibili e comprendere quali utilizzare** rispetto all'intera mole presente.



Brand e Corporate Identity

L'**identità** di una marca (brand) o di un'azienda (corporation) ha bisogno di essere **chiara, uniforme e distintiva** per permettere ai clienti di riconoscerla e distinguerla da quelle di altre marche o di altre aziende, sia nell'immediato che a distanza di mesi o anni. Un'**identità** forte, interessante e ben progettata è **determinante per la buona riuscita di**

qualsiasi piano di marketing o di azione di comunicazione perché concorre alla creazione e al mantenimento di un legame visivo, emotivo e psicologico stabile tra marca e cliente. **Brand e corporate identity** sono composte da più elementi testuali, grafici, materiali e comunicativi, tra cui: nome, logo, payoff, slogan, colori e packaging. Per estensione la brand identity

deve essere riscontrabile in modo uniforme anche in tutte le altre manifestazioni della marca o dell'azienda, come nel sito web, nel punto vendita, nei social network e nel contesto di un evento.

Business Model Canvas

Strumento strategico che si presenta sotto forma di schema grafico molto intuitivo ed è utile per sviluppare nuovi modelli di business o perfezionare quelli già esistenti.

Business Model Canvas

Strumento concettuale utile per organizzare l'attività di un'azienda:

illustra cosa produce, come lo produce, per chi e con quali risorse. Identifica i clienti a cui si rivolge, i fornitori, le caratteristiche del processo di produzione. Il termine business model indica dunque **l'insieme delle soluzioni organizzative e strategiche** con le quali un'azienda, un negozio o un'organizzazione **crea, distribuisce e cattura valore**. Settori

diversi hanno spesso modelli di business diversi, così come anche all'interno di uno stesso settore ogni azienda può avere un suo preciso modello di business. A prescindere dalla tipologia di attività, per ottenere successo è fondamentale offrire ai clienti qualcosa che sia di reale valore in cambio del loro tempo, del loro denaro o della loro attenzione. **Il valore percepito dal cliente è dato infatti dalla differenza tra benefici ricevuti e costi sostenuti**. Si

può creare valore aiutando una clientela o un pubblico di persone in diversi modi, come per esempio: svolgere un compito importante, soddisfare un desiderio, risolvere un problema. Il business model canvas (scenario) è uno strumento strategico che si presenta sotto forma di **schema grafico molto intuitivo** ed è utile per sviluppare nuovi modelli di business o perfezionare quelli già esistenti.

Closed Innovation

È il contrario dell'open innovation.
Un'azienda fa innovazione chiusa se **resta ancorata a un modello di produzione** dell'innovazione **che si esaurisce**

all'interno dei confini dell'impresa stessa. Per paura di non essere più l'unica proprietaria di un brevetto o di un'invenzione, l'azienda **non guarda**

all'esterno e non è disposta ad acquisire parti di sistemi, tecnologie o soluzioni delle quali non detiene l'esclusività o la paternità.

Cloud Computing

L'utente non compra il software ma ne usufruisce a distanza, con una serie di vantaggi: costi ridotti, velocità, scalabilità, produttività, prestazioni, affidabilità.

Cloud Computing

Con il cloud computing l'utente **non compra il prodotto** (o il software), ma ha la possibilità di **utilizzare quel prodotto** e di farlo **a distanza**, senza disporne fisicamente. In informatica con il termine inglese cloud computing (letteralmente *nuvola informatica*) si intende infatti un **modello di erogazione di risorse**

informatiche, come l'archiviazione, l'elaborazione o la trasmissione di dati, caratterizzato dalla disponibilità a richiesta attraverso internet, a partire da un insieme di risorse preesistenti e configurabili. Si tratta quindi del caso in cui **un utente fruisce dei servizi** (memorizzazione ed elaborazione di

dati) **ospitati su cloud (cioè online)** e messi a disposizione da un'azienda (provider) tramite le sue risorse hardware e software localizzate su internet. Tra i principali vantaggi che il cloud computing offre ai progetti aziendali ci sono: costi ridotti, velocità, scalabilità, produttività, prestazioni, affidabilità.

Cluster Tecnologico

È l'**aggregazione di soggetti che realizzano attività ad alta intensità tecnologica**, legati a uno stesso territorio e a un comparto industriale più o meno ampio. Un cluster tecnologico è dunque **una rete aperta e inclusiva** formata da **soggetti pubblici e privati** che operano nella ricerca industriale, nella formazione

e nel trasferimento tecnologico: imprese, università, istituzioni pubbliche e private di ricerca, incubatori di start-up e altri **soggetti attivi nel campo dell'innovazione**. I cluster tecnologici riguardano principalmente **otto settori**: aerospazio, agrifood, chimica verde, fabbrica intelligente (industria 4.0), mezzi

di trasporto, scienze della vita, tecnologie ambientali, città intelligenti. Tra gli **obiettivi principali** a cui ambiscono ci sono: **creare sinergie** tra ricerca, industria, tecnologia e territorio; **sviluppare** le **capacità** tecnologiche e produttive di un determinato territorio, **attrarre investimenti** e talenti.

Competence Center

Centri nati per favorire il rafforzamento di un legame stabile e duraturo tra eccellenze universitarie e imprenditorialità aziendale.

Competence Center

Sono pochi e selezionati **centri di competenza nati per volontà governativa** allo scopo di **unire il mondo della ricerca a quello dell'industria**, favorendo il rafforzamento di un legame stabile e duraturo tra eccellenze universitarie e imprenditorialità aziendale.

Possono essere visti come **complementari ai digital innovation hub**. Gli scopi principali di un competence center sono: **formazione** sui processi di trasformazione digitale tipici del contesto di riferimento industria 4.0; **dimostrazioni pratiche** di nuove tecnologie; **consulenza tecnologica**

per le piccole e medie imprese; **lancio e accelerazione** di progetti innovativi e di sviluppo tecnologico; **supporto alla sperimentazione** e produzione di nuove tecnologie; **coordinamento** con centri di competenza europei.

Comunicazione Digitale

La digital communication è l'insieme di **tutte le attività di ideazione strategica, produzione e diffusione** di messaggi e contenuti (testi, video, foto, suoni) basata su internet e l'utilizzo delle tecnologie digitali (come pc, tablet, smartphone). La comunicazione online è l'unica forma di comunicazione che consente una **personalizzazione mirata**: un messaggio preciso per un target

preciso, in un ambiente dove la relazione è reticolare (uno parla con molti e molti parlano fra di loro) e l'interattività è massima. All'interno della comunicazione digitale rientrano molte macro-aree, ciascuna rappresentativa di un aspetto specifico: il **web marketing**, il **social media marketing**, il **posizionamento** sui motori di ricerca, l'**e-mail marketing**, la pubblicità **pay-per-click**, l'**e-commerce**,

il **video marketing** e altre ancora. La comunicazione digitale in campo aziendale ha successo quando tramite una strategia chiara e azioni consequenziali e coordinate riesce a coinvolgere un gruppo di persone (target) e a modificarne il comportamento o gli orientamenti al fine di ottenere vantaggi funzionali all'identità, ai valori e alla visione del mondo dell'azienda.

Consulenza Informatica

Fornire a un'azienda consigli e conoscenze per usare al meglio le tecnologie dell'informazione per ottenere scopi commerciali.

Consulenza Informatica

L'informatica è alla base dell'**innovazione** e delle tecnologie digitali. La consulenza informatica (information technology consulting) è il modo attraverso cui uno o più professionisti forniscono a un'azienda

consigli e conoscenze per usare al meglio le tecnologie dell'informazione per ottenere **scopi commerciali**. Oltre all'aspetto teorico-formativo, rientrano nella consulenza informatica anche lo

sviluppo di software e la **progettazione e gestione di sistemi hardware** come reti, macchinari e dispositivi vari.

Crowdfunding

“Finanziamento dalla folla”. Con questa definizione si intende un **processo di acquisizione di fondi e risorse di tipo collettivo** (in molti possono donare) e **proveniente dal basso** (non da un’istituzione codificata o da un ente superiore). È dunque un **metodo nuovo per ricercare capitali**, alternativo

al circuito creditizio delle banche, perché **si basa su idee imprenditoriali e commerciali** che vengono messe in mostra online tramite portali e social network dedicati alla ricerca di finanziatori e benefattori disposti a investire somme di denaro più o meno grandi, fino al **raggiungimento della quota obiettivo**

ritenuta necessaria dall’ideatore del progetto. Tra i vantaggi più rilevanti per chi sceglie la strada del crowdfunding c’è la possibilità di ottenere in tempo reale **suggerimenti e recensioni** per migliorare in corso d’opera la propria idea e soddisfare meglio i gusti della futura clientela.

Crowdsourcing

Molte persone desiderano contribuire a sviluppare, a volte anche a titolo gratuito, nuovi prodotti e nuove tecnologie in grado di migliorare la vita della collettività.

Crowdsourcing

Processo di **acquisizione di idee, opinioni, progetti e suggerimenti** da parte di un'azienda nei confronti di un gruppo di persone più o meno esperti in una particolare materia. Termine che deriva dalle parole inglesi *crowd* (folla)

e *outsourcing* (dare in esterno). Internet e le tecnologie digitali hanno aperto alle aziende la strada per **acquisire online parti del processo di ideazione, progettazione o sviluppo di un prodotto**. Sono molte le persone che desiderano

dare il loro contributo, a volte anche a titolo gratuito, per aiutare aziende o privati a sviluppare nuovi prodotti e nuove tecnologie in grado di migliorare la vita della collettività.



Cyber Security

Sicurezza informatica. È l'area dell'informatica che comprende tutto l'**insieme di software, hardware** e attività

utili a **proteggere l'azienda** e i suoi apparati informatici **da attacchi esterni** che potrebbero provocare perdita di dati,

manomissioni e malfunzionamenti, con conseguenze per l'azienda anche gravi a livello economico, sociale e d'immagine.

Digital Academy

Una Digital Academy è un centro di formazione, si fonda su metodi di insegnamento e apprendimento che si basano sulle tecnologie digitali.

Digital Academy

Una Digital Academy è un **centro di formazione di alto livello dedicato alle persone** che per lavoro o per interesse personale vogliono **approfondire conoscenze e abilità pratiche** nel campo

delle tecnologie dell'informazione. Essa stessa si fonda su **metodi di insegnamento e apprendimento che si basano sulle tecnologie digitali**. Come le scuole o le università tradizionali può comprendere

aree tematiche diverse e livelli di apprendimento progressivi in base al percorso formativo dei partecipanti.

Digital Fabrication

La fabbricazione digitale (o manifattura digitale) fa riferimento al **metodo** e ai **processi** con i quali si possono **creare oggetti solidi e tridimensionali partendo da disegni digitali**, sfruttando il computer e le diverse tecniche di fabbricazione, sia additive (stampa 3D), sia sottrattive (taglio laser e fresatura).

Oggi l'abbattimento dei costi, la crescente facilità d'uso delle interfacce uomo-macchina e la rete crescente di laboratori dedicati (fab lab) rendono le **tecnologie di digital fabrication accessibili** anche al mercato dei **professionisti** e delle **famiglie**. Rispetto alle logiche tipiche della produzione di massa, le

tecnologie della digital fabrication consentono a una **nuova generazione di artigiani digitalizzati** di sviluppare una competitività fondata sulle economie di varietà e di personalizzazione inimmaginabili con tecnologie di tipo tradizionale.

Digital Innovation Hub

Sono distretti tecnologici che costituiscono un ponte tra impresa, ricerca e finanza.

Digital Innovation Hub

Sono **distretti tecnologici** che costituiscono **un ponte tra impresa, ricerca e finanza**. Nati e **finanziati da un'iniziativa governativa**, mirano ad accompagnare le piccole e medie imprese italiane lungo il percorso di trasformazione digitale e, più in generale, ad aiutare

l'imprenditoria e la manifattura italiane ad **adeguarsi ai cambiamenti della nuova rivoluzione industriale** in atto (fabbrica 4.0). Tramite i digital innovation hub, l'impresa può **ripensare in chiave digitale il modello di business**, ridisegnare il sistema produttivo, aumentare le

competenze tecnico-tecnologiche e reinserirsi in modo nuovo nel territorio. Promotori designati dello sviluppo dei digital innovation hub italiani sono Confindustria, Associazione R.ETE, Imprese Italia, CNA, Confartigianato, Confcommercio e Confesercenti.



Digital Transformation

Indica il processo con il quale un'azienda attua al proprio interno **cambiamenti di tipo tecnologico, organizzativo, creativo e gestionale** al fine di migliorare efficienza, produttività e logiche di business **sfruttando le possibilità offerte dalle**

tecnologie digitali. Per produrre risultati significativi, la trasformazione digitale ha bisogno di essere molto più profonda e pervasiva di una semplice adozione di nuovi strumenti: è paragonabile all'**acquisizione di una mentalità nuova,**

che per funzionare deve basarsi su un ripensamento generale dell'azienda stessa e **coinvolgere tutte le risorse umane, materiali ed economiche** presenti, a tutti i livelli.

Disruptive Innovation

Innovazione distruttiva. Sempre più spesso, in seguito a un'innovazione apportata da un'azienda, tante altre aziende concorrenti spariscono e addirittura spariscono interi settori.

Disruptive Innovation

Innovazione distruttiva. **Internet e le tecnologie digitali** non hanno solo migliorato le prestazioni di prodotti e servizi, ma hanno avuto e stanno avendo un **ruolo in ambito sociale, economico e produttivo** così profondo da **alterare le modalità stesse con le quali le persone si comportano o soddisfano un bisogno**. Sempre più spesso, in seguito a un'innovazione apportata da un'azienda, tante altre aziende concorrenti spariscono

e addirittura **spariscono interi settori** e intere aree di business, che perdono la loro ragion d'essere semplicemente perché le **esigenze** e le funzioni che le caratterizzavano vengono **soddisfatte in modo nuovo**, a costi molto più bassi. Quando ciò si verifica si parla di **innovazione distruttiva**. Per esempio l'avvento delle fotocamere digitali ha in poco tempo ucciso un'azienda come Kodak e fatto quasi sparire l'intero

commercio dei rullini fotografici. L'orologio sta sopravvivendo agli smartphone ma o (paradossalmente) non serve più per leggere l'ora, o è diventato esso stesso digitale. Per non parlare delle profonde trasformazioni che le tecnologie digitali hanno apportato alle modalità di produzione, distribuzione e fruizione di musica, film e libri.



Drone

Velivolo di grandi o piccole dimensioni caratterizzato dall'assenza del pilota a bordo e **radiocomandato da un pilota umano** che opera a distanza grazie ai comandi trasmessi al computer di bordo.

I droni si stanno rapidamente diffondendo grazie alle numerose funzioni che possono svolgere nei contesti più disparati: **trasporto** di oggetti, **riprese** video, iniziative **pubblicitarie**, **tutela**

ambientale, attività di **sorveglianza** del territorio, azioni militari, interventi di **soccorso**, **eventi** ludici e molto altro ancora.

E-Commerce

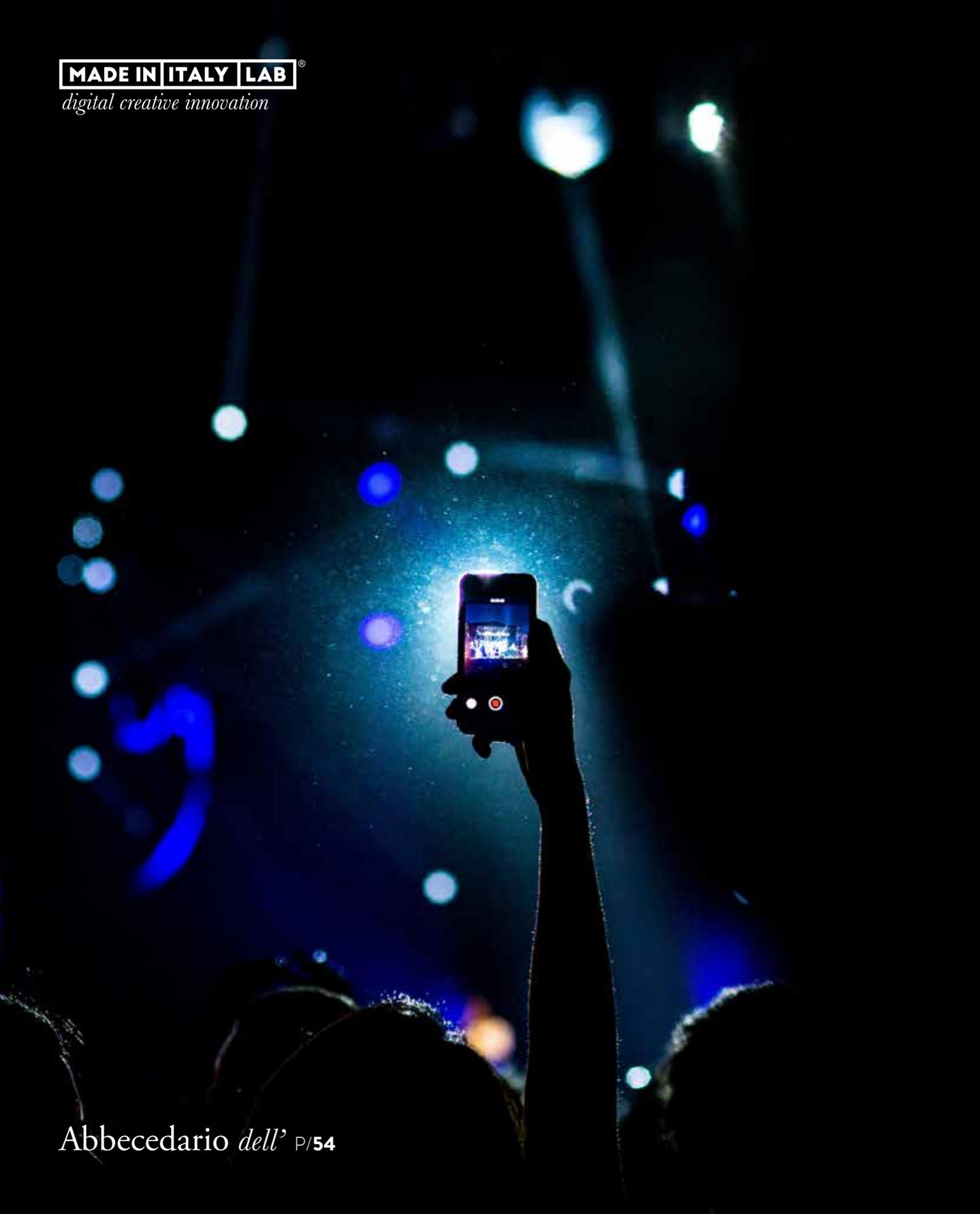
Per avere successo, proprio come un negozio tradizionale, ha bisogno di azioni che ne esaltino visibilità, esperienza d'acquisto, affidabilità, sicurezza, fedeltà, logistica, notorietà.

E-Commerce

Forma di commercio a distanza (letteralmente *commercio elettronico*) in cui **la compravendita di un bene avviene attraverso un sito internet**. La forma più diffusa di commercio elettronico è quella che prevede il possesso di un **sito internet** di proprietà nel quale è presente un **catalogo di prodotti o servizi**, che può riguardare solo gli oggetti di un singolo produttore o presentarsi come

un **supermercato virtuale** con prodotti di varie marche. Un'altra forma di commercio elettronico ben collaudata prevede di **affidare la vendita di prodotti e servizi a piattaforme terze** dedicate alle compravendite. Grazie ai costi minori di un e-commerce rispetto ai canali di vendita tradizionali, molte piccole e nuove aziende hanno potuto iniziare o espandere la propria attività arrivando a

commerciare con tutto il mondo anche partendo da un piccolo paese. Proprio però come un negozio tradizionale, anche un sito e-commerce per avere successo ha bisogno di **strategie e azioni basate sul marketing**, la **comunicazione digitale** e le **tecnologie** che ne esaltino gli aspetti chiave: visibilità, esperienza d'acquisto, affidabilità, sicurezza, fedeltà, logistica, notorietà e così via.



Eventi

Attraverso l'organizzazione di un evento, l'azienda ha uno **strumento** in più per **migliorare la propria relazione con clienti, dipendenti e fornitori**, sfruttando, grazie alla dimensione fisica del **rapporto face-to-face**, **alti livelli di interesse e coinvolgimento emotivo**, difficilmente raggiungibili in altro modo. È possibile suddividere gli eventi aziendali in **tre grandi aree**.

- **1 Corporate**. Sono quelli rivolti a un pubblico interno, cioè ai dipendenti: servono a motivare il personale e a far sentire tutte le persone parte integrante di un grande progetto comune.
- **2 Trade**. Sono quelli dedicati ai partner commerciali: un'occasione utile per rafforzare i rapporti, parlare di tecniche, volumi e percentuali di vendita, fare il punto sulla gamma di prodotti e servizi da

proporre al pubblico.
- **3 Consumer**. Gli eventi dedicati alla clientela: si organizzano per agire in modo positivo sull'immagine, la reputazione e il livello di fedeltà che i clienti hanno dell'azienda, magari facendo leva sul lancio di un nuovo prodotto, sulla presentazione di una nuova tecnologia o sulla ricorrenza di un anniversario.

Fabbrica 4.0

È la rivoluzione industriale che stiamo vivendo e che continuerà anche nei prossimi anni.

Fabbrica 4.0

È la **rivoluzione industriale che stiamo vivendo e che continuerà anche nei prossimi anni**. Questo termine si può considerare sinonimo di altre definizioni che identificano lo stesso aspetto, come industria 4.0 e **fabbrica intelligente**. Quando si parla di fabbrica 4.0 si fa riferimento a una profonda **trasformazione digitale e tecnologica** che scaturisce dalla disponibilità di sensori e di connessioni wireless a basso costo e a un **impiego sempre più pervasivo**

di dati e informazioni, di tecnologie computazionali e di analisi dei dati, di nuovi materiali, componenti e sistemi totalmente digitalizzati e connessi. Il fenomeno non interessa solo l'economia ma **pervade ogni aspetto della realtà**, tanto che è strettamente correlato al concetto di internet of things. Tra le tecnologie che una moderna fabbrica intelligente potrebbe sfruttare ci sono: i robot collaborativi interconnessi e rapidamente programmabili, i big

data, il cloud computing, le macchine interconnesse per ottimizzare i processi di produzione, la realtà aumentata a supporto dei processi produttivi, le stampanti 3D connesse a software di sviluppo digitali, la comunicazione multidirezionale tra processi produttivi e prodotti, le analisi di un'ampia banca dati per ottimizzare prodotti e processi produttivi, la gestione di elevate quantità di dati su sistemi aperti, la sicurezza durante le operazioni in rete e su sistemi aperti.



FabLab

Parola che deriva dall'abbreviazione dell'inglese *fabrication laboratory*. È una piccola officina che si propone come un **luogo sperimentale di incontro tra tecnologia e materia, tra manualità e digitale**. Un fablab mette a disposizione spazio, strumenti, processi e conoscenze per sperimentare, sviluppare e testare tecnologie digitali, prototipi, oggetti fisici

e prodotti commerciali. È generalmente dotato di una serie di strumenti computerizzati in grado di **realizzare, in maniera flessibile e semi-automatica, un'ampia gamma di oggetti**: frese a controllo numerico, laser cutter, macchine per il taglio vinilico, postazione di saldatura, schede di prototipazione elettronica e stampanti 3D. Per questi

motivi un fablab può anche essere visto come una **palestra per inventare**, oppure come un **laboratorio di creatività** dove idee, cultura digitale, tecnologia, persone, approcci nuovi, materiali, oggetti e macchinari possono mescolarsi liberamente.

Fundraising

E' l'insieme di tutte le attività di raccolta di denaro e risorse che un'organizzazione, di solito no profit, mette in atto per portare a compimento un progetto.

Fundraising

Termine che letteralmente sta per *raccolta fondi*. E' l'insieme di tutte le **attività di raccolta di denaro e risorse** che un'organizzazione, di solito no profit, mette in atto **per portare a compimento un progetto**. I donatori possono

contribuire partecipando a lotterie o aste, pagando quote, versando **donazioni in denaro** o fornendo **materiali**. Le **motivazioni** che li spingono a farlo possono essere **molteplici**: altruismo, vantaggi fiscali, volontà di sposare una

causa, voglia di vedere realizzato quel progetto per ottenere benefici pratici, ritorno d'immagine, aumento dei livelli di autostima.

Hackathon

Fusione tra le parole **hacker** e **marathon**. Un'azienda produttrice di software, hardware o sistemi informatici potrebbe istituire un hackathon per **coinvolgere programmatori, esperti di internet** e

di informatica e **ottenere così soluzioni mirate e in breve tempo in cambio di un premio**. Generalmente l'azienda fornisce un tema di fondo, stabilisce la durata dell'iniziativa, chiarisce i parametri

di merito e nomina un gruppo di esperti per giudicare i risultati. Alla fine **il progetto migliore** tra tutti quelli che hanno partecipato viene scelto, premiato e **acquisito dall'azienda**.

Inbound Marketing

Acquisizione di nuovi potenziali clienti tramite tecniche e azioni che permettono all'azienda, suscitandone l'interesse, di farsi trovare direttamente dai clienti.

Inbound Marketing

Acquisizione di nuovi potenziali clienti tramite tecniche e azioni che permettono all'azienda, suscitandone l'interesse, di **farsi trovare direttamente dai clienti**. Approccio in contrasto con la modalità tradizionale dove l'azienda si preoccupa

più che altro di direzionare messaggi pubblicitari verso i clienti. Con l'inbound marketing l'azienda mette in moto un processo che mira a **fornire qualcosa di valore** (in genere un video, una guida, un'anteprima, un omaggio ecc.) per

suscitare l'interesse dei clienti, coinvolgerli e orientarne le decisioni in suo favore. Letteralmente la parola inbound significa *in arrivo*.



Incubatore d'Impresa

L'**organizzazione che accelera il processo di creazione di nuove imprese** fornendo loro servizi di struttura e consulenziali a elevato valore aggiunto, come l'affitto di moduli per ufficio, la consulenza sulla definizione e lo sviluppo del business plan, la formazione imprenditoriale, la consulenza legale, il monitoraggio dei finanziamenti e il networking con altre imprese. L'incubatore d'impresa ha il compito di **migliorare la sopravvivenza e le prospettive di crescita di nuove start-**

up. Gli incubatori d'impresa si pongono due principali **obiettivi**: promuovere e supportare lo **sviluppo economico e creare posti di lavoro**. Gli incubatori sono focalizzati a supportare la nascita e lo sviluppo di imprese tecnologiche ed innovative, generando valore per le imprese supportate e per l'intera comunità. Scegliere l'incubatore più adatto per analogia di esperienza e ambito è fondamentale per una buona riuscita dell'iniziativa che si vuole intraprendere.

Come **generatore e aggregatore di servizi**, gli incubatori sono composti da **manager** con elevate competenze in strategia aziendale, marketing, finanza, contabilità direzionale che si impegnano, una volta selezionati i progetti, a seguire le idee imprenditoriali anche per quanto riguarda la ricerca di investitori, e l'apporto del capitale di rischio, in tutto o in parte, necessario per l'avvio dell'iniziativa. In tal modo, possono conformarsi anche come **agevolatori dell'accesso al credito**.

Innovazione

In generale, l'azione di introdurre nuovi metodi, nuovi processi e nuovi sistemi utili a migliorare un oggetto, una tecnica o una procedura.

Innovazione

In generale, l'**azione di introdurre nuovi metodi, nuovi processi e nuovi sistemi** utili a **migliorare un oggetto, una tecnica o una procedura**. Secondo l'OECD (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico) esistono quattro tipi di innovazione: di prodotto, innovazione di processo, innovazione di marketing e innovazione organizzativa. **Innovazione**

di marketing: introduzione di un nuovo metodo di marketing con cambiamenti significativi nel design, nel packaging, nella distribuzione, nella promozione o nella politica di prezzo. **Innovazione di processo:** introduzione di un metodo di produzione o di fornitura nuovo o migliorato, con cambiamenti nelle tecniche, nelle attrezzature o nel software.

Innovazione di prodotto: introduzione di un prodotto o servizio nuovo o migliorato, con cambiamenti nelle specifiche tecniche, componenti, materiali, software incorporati, facilità d'uso o altre funzioni. **Innovazione organizzativa:** introduzione di migliorie nella struttura organizzativa, negli orientamenti strategici aziendali o nei metodi di management.

Intelligenza Artificiale

Disciplina scientifica che comprende l'**insieme di teorie e tecniche** che tendono alla **realizzazione di macchine e programmi informatici in grado di svolgere funzioni e ragionamenti tipici della mente umana**, come risolvere autonomamente i problemi con il **ragionamento logico, razionale e**

intelligente. Nelle imprese che adottano i paradigmi dell'Industria 4.0, l'intelligenza artificiale può essere utile per **gestire i big data** che arrivano dagli oggetti IoT: una quantità talmente grande di informazioni che la mente umana non ha modo né di gestire né di interpretare. Con l'analisi di questi dati tramite intelligenza

artificiale, invece, un'**azienda può ridurre i costi, scovare errori di progettazione**, migliorare i processi, monitorare i macchinari e fare valutazioni o prendere decisioni in tempo reale su prestazioni e sicurezza.

Internet of Things

Attraverso chip e sensori inseriti al loro interno, gli oggetti, anche quelli di uso più comune sono in grado di interagire tra loro e con la realtà circostante.

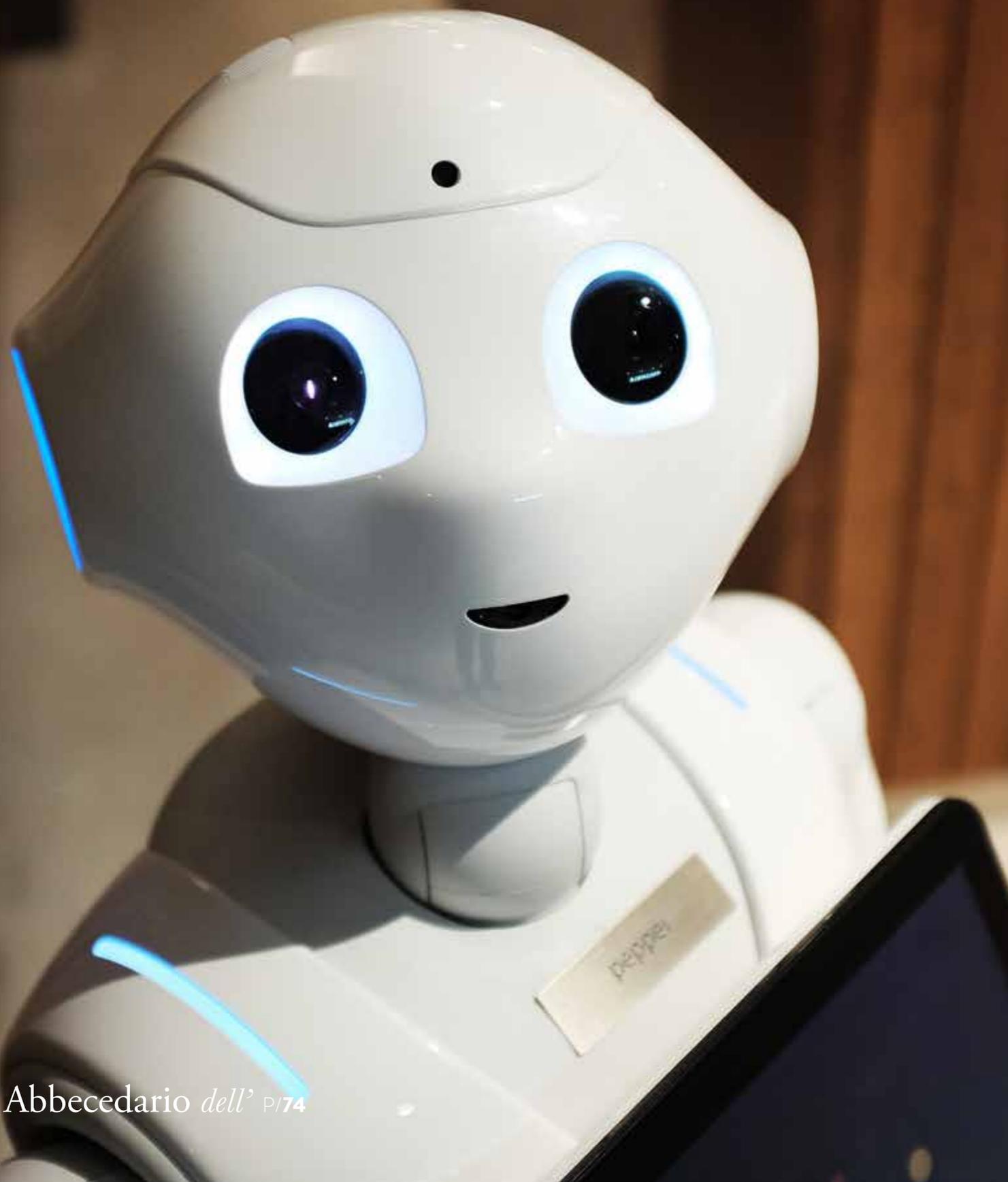
Internet of Things

L'Internet of things (IoT), o Internet delle cose, è un neologismo che identifica la **dimensione che sta assumendo Internet in questi anni e che diventerà stabile nel prossimo futuro**: tutti gli oggetti saranno connessi a Internet e potranno interagire sia tra loro, sia con le persone. Se in una prima fase di Internet sono stati per prime le macchine a entrare in rete tra loro

(computer) e in una seconda le persone (social network), in questa terza fase sono **gli oggetti** stessi che **entrano a far parte della rete**. Attraverso chip e sensori inseriti al loro interno, gli oggetti, anche quelli di uso più comune (orologi, lavatrici, lampade, termostati, automobili ecc.) sono in grado di **interagire tra loro e con la realtà circostante e di inviare e ricevere**

informazioni tramite Internet per essere monitorati e programmati a distanza.

Ciò sta già **cambiando** il modo che le persone hanno di vivere **la quotidianità**: si va verso un'auto che si guiderà da sola, un forno che ci farà trovare il cibo già in caldo, un'applicazione che terrà sotto controllo la nostra salute o che ci avvertirà quando e dove si è liberato un parcheggio.



Mailbot e Chatbot

Programma informatico in grado di interagire autonomamente e per mezzo di posta elettronica con qualsiasi essere umano, senza l'assistenza di altre persone. I chatbot, in modo del tutto simile, sono

robot che comunicano via chat con delle persone in carne e ossa, e **possono capire il significato del linguaggio umano**, lo valutano e lo contestualizzano per dar vita a un dialogo efficace. Attualmente

il campo di applicazione dove mailbot e chatbot hanno maggior successo è l'**assistenza clienti**.

Manutenzione Predittiva

Individua il tempo residuo prima dell'insorgere di un guasto. Aiuta a prevenire le emergenze e allunga il ciclo di vita dell'impianto.

Manutenzione Predittiva

Strategia di **manutenzione di tipo preventivo che impiega software e modelli matematici** per misurare i parametri di corretto funzionamento

di un impianto produttivo, allo scopo di **individuare il tempo residuo prima dell'insorgere di un guasto**. La manutenzione predittiva aiuta a prevenire

guasti ed emergenze, **allunga il ciclo di vita dell'impianto** e abbatte i costi di manutenzione.

Marketing Territoriale

Nel marketing territoriale il ruolo rivestito dal prodotto nel marketing tradizionale è rappresentato proprio dal territorio, inteso come l'insieme di paesaggi, città, paesi, infrastrutture, attività e patrimoni

storici, culturali, artistici, enogastronomici, folkloristici e commerciali che lo identificano e lo distinguono dagli altri. Per marketing territoriale si intende dunque l'**insieme coordinato di**

attività, progetti e strategie volto a promuovere nel tempo lo sviluppo di **un singolo territorio** o di una **grande area geografica**.

Mash-Up

Identifica una creazione ibrida, ossia nata dall'unione di dati e informazioni in forme diverse, derivanti da fonti variegato allo scopo di dare all'utente funzioni più nuove, più ricche e più interattive.

Mash-Up

In campo informatico fa riferimento al **miscuglio di elementi diversi** (*poltiglia*, letteralmente). Il termine mash-up nasce dal mondo musicale e indica il processo col quale un brano musicale viene creato prendendo spezzoni da altre tracce musicali già esistenti. **Identifica un sito o un'applicazione ibrida**, ossia creati dall'**unione di dati e informazioni**

in forme diverse, derivanti da fonti variegato allo scopo di dare all'utente funzioni più nuove, più ricche e più interattive. Il gestore di un portale, per esempio, può facilmente incorporare nel suo sito funzionalità diverse che attingono a dati e servizi realizzati da altri gestori di informazioni (una mappa, un video, un calendario ecc.) per rendere il suo **progetto**

più completo e funzionale. Per le aziende potrebbe essere molto interessante usare i dati in mano alle pubbliche amministrazioni, diffusi al pubblico secondo modalità open, incrociabili attraverso adeguati strumenti software che ne consentono la visualizzazione e usabili anche attraverso applicazioni specifiche prodotte da terzi.

Motion Graphic

Grafica animata o **grafica in movimento**. La motion graphic trova ampia applicazione in moltissimi campi: spot pubblicitari, videoclip musicali, video aziendali, presentazioni multimediali e

molto altro ancora. Come dice il nome stesso la motion graphic crea l'**illusione ottica del movimento di testi, colori ed elementi grafici** che rispetto alla grafica tradizionale ha un **potere di**

coinvolgimento molto più alto e un effetto sorpresa molto più potente nei confronti dell'osservatore.

Open Innovation

È un approccio nuovo al modo di pensare e fare innovazione. Le aziende non si focalizzano solo al loro interno, ma si basano anche su idee, risorse e competenze tecnologiche che arrivano dall'esterno, in particolare da start-up, università, enti di ricerca.

Open Innovation

È un **approccio nuovo al modo di pensare e fare innovazione in azienda**, significa innovazione aperta. Con il principio dell'open innovation le aziende non si focalizzano solo al loro interno per generare innovazione, ma si basano anche su idee, risorse e competenze tecnologiche che arrivano dall'esterno,

in particolare da start-up, università, enti di ricerca, aziende satellite, fornitori e singoli consulenti. La grande discontinuità con il passato sta nel fatto che **l'azienda abbandona l'abitudine secolare di essere l'unica proprietaria e depositaria di invenzioni, metodologie e proprietà intellettuali** che riguardano la produzione

dei suoi beni e servizi. In cambio di ciò ottiene però una serie di vantaggi, non meno appetibili: abbattere i costi di progettazione e produzione, stabilire partnership e relazioni strategiche, ottenere nuove conoscenze e competenze, velocizzare i processi, **allargare il proprio orizzonte di azione e di pensiero.**



Open Source

Indica un **software che ha il codice sorgente del programma a disposizione libera del pubblico**, non tutelato da copyright. Letteralmente questa

definizione sta per *sorgente aperta*. I programmi open source, a differenza di quelli commerciali, sono aperti a modifiche e **miglioramenti da parte**

di chiunque ne abbia le competenze. Esempi di risorse open source sono GNU/Linux, Oracle OpenOffice, Mozilla Firefox.

Proximity Marketing

Tecnica di marketing utile per entrare in relazione con persone che si trovano in una determinata area e vicine a un dispositivo abilitato a instaurare e gestire una comunicazione con loro, di solito tramite smartphone.

Proximity Marketing

Tecnica di marketing utile per **entrare in relazione con persone che si trovano in una determinata area e vicine a un dispositivo abilitato** a instaurare e gestire una comunicazione con loro, di solito tramite **smartphone**. I dispositivi di proximity marketing più evoluti possono integrare diverse tecnologie (Rfid, Nfc,

audio di prossimità, motion capture, eye tracking) e hanno ampie possibilità di impiego all'interno di luoghi come **punti vendita, sale di attesa e aree espositive**, ma possono essere impiegati con successo anche **durante gli eventi e in contesti urbani**. Con il proximity marketing si possono **suggerire comportamenti o**

proporre vantaggi (coupon, offerte, contenuti audiovisivi) alle persone che transitano nel raggio d'azione del dispositivo, per poi ottenere un effetto immediato (prenotazione, acquisto) e fare analisi di marketing sulla base dei dati raccolti.



Realtà Aumentata

Termine che deriva dall'inglese *augmented reality*. La realtà aumentata è l'**arricchimento della comune percezione sensoriale umana** (basata su cinque sensi) tramite il **display di appositi dispositivi tecnologici** (smartphone, tablet, caschi immersivi) che permettono all'occhio umano di visualizzare

contenuti aggiuntivi come frecce, testi, foto e video. La tecnologia si basa su dei **Punti di Interesse (PDI) geolocalizzati** e su una **libreria di elementi 3D** visualizzabili da un dispositivo dotato di bussola, GPS e collegamento a internet. La differenza fra realtà virtuale e realtà aumentata è che, nella

prima, si ha la proiezione di un mondo totalmente fittizio su uno schermo, mentre nella seconda **si è immersi nel mondo reale, ma arricchito da elementi virtuali**. La realtà aumentata ha notevoli campi di applicazione: dal militare al turistico, dai videogiochi alla promozione pubblicitaria.

Retail Design

Progettazione e allestimento del punto vendita. Attinge da molte altre materie specialistiche: architettura, arredamento, illuminotecnica, marketing, comunicazione, psicologia e tecnologie digitali.

Retail Design

Letteralmente sta per **progettazione del negozio**. Il retail design si occupa quindi dello studio, della progettazione e dell'allestimento dei **punti vendita** e degli **spazi commerciali** in generale. È una disciplina mutevole e complessa che attinge da molte altre materie specialistiche: architettura,

arredamento, illuminotecnica, marketing, comunicazione, psicologia e, sempre di più negli ultimi anni, anche dalle **tecnologie digitali**, come testimoniano display, totem interattivi, vetrine digitali e sistemi intelligenti di gestione del magazzino che sempre di più popolano i punti vendita. Tra gli obiettivi principali di un buon

progetto di retail design, oltre alla naturale volontà di stimolare le vendite e di allestire spazi esteticamente piacevoli, non va dimenticata la necessità di offrire al cliente un'**esperienza di acquisto appagante e coinvolgente**, possibilmente in linea con i valori e l'identità di marca.

Scouting Tecnologico

Non sempre un'azienda ha a disposizione il tempo, le competenze e le professionalità necessarie per **approfondire tutti gli aspetti di una tecnologia**. In questo caso può affidarsi allo scouting tecnologico, ovvero un **servizio fornito da imprese**

o consulenti esterni che ricercano, confrontano e analizzano documentazioni tecniche su una tecnologia **per conto dell'azienda** e la relazionano con informazioni dettagliate su tutti i campi di applicazione possibili e gli sviluppi

futuri attesi. Oltre che per una singola tecnologia, lo scouting tecnologico può essere usato anche per **trovare un partner aziendale** che corrisponde a determinati requisiti.

Smart City

Una città intelligente integra e gestisce ambiente, edilizia, energia, mobilità, sicurezza, economia, comunicazione, relazioni tramite le tecnologie digitali.

Smart City

Le città sono **sistemi complessi fatti di molteplici aspetti interconnessi**: ambiente, edilizia, energia, mobilità, sicurezza, economia, comunicazione,

relazioni. Le città intelligenti sono quelle che meglio di altre riescono a **gestire e integrare** tutti questi aspetti mediante l'utilizzo delle tecnologie digitali, con il

fine ultimo di **migliorare la qualità della vita** dei cittadini.



Societing

La società del mercato. Termine nato dalla fusione delle parole society e marketing. Dice Giampaolo Fabris, studioso di marketing e inventore del neologismo che “se il consumo non è solo un’attività economica ma è riconosciuto anche come un’attività sociale, allora il marketing si deve associare al societing”. La visione basata sul concetto di societing non vede dunque **il mercato** come un

recinto chiuso di esclusiva competenza di aziende e imprenditori alla perenne ricerca di consumatori passivi, ma **come un sottosistema parte integrante del contesto sociale**, dove l’azienda stessa ha precise **responsabilità sociali** e dove al consumatore stesso viene riconosciuto un ruolo più autonomo e attivo. Un **consum-attore**, cioè un individuo che pur esprimendo identità e creatività

nei consumi, **chiede un ruolo nella progettazione** dei prodotti stessi, **si scambia online opinioni e recensioni** con altre persone e pretende dalle aziende **maggior attenzione ai temi di interesse collettivo** (ambiente, animali, solidarietà, retribuzione e orari di lavoro dei dipendenti ecc.).

Spin-Off

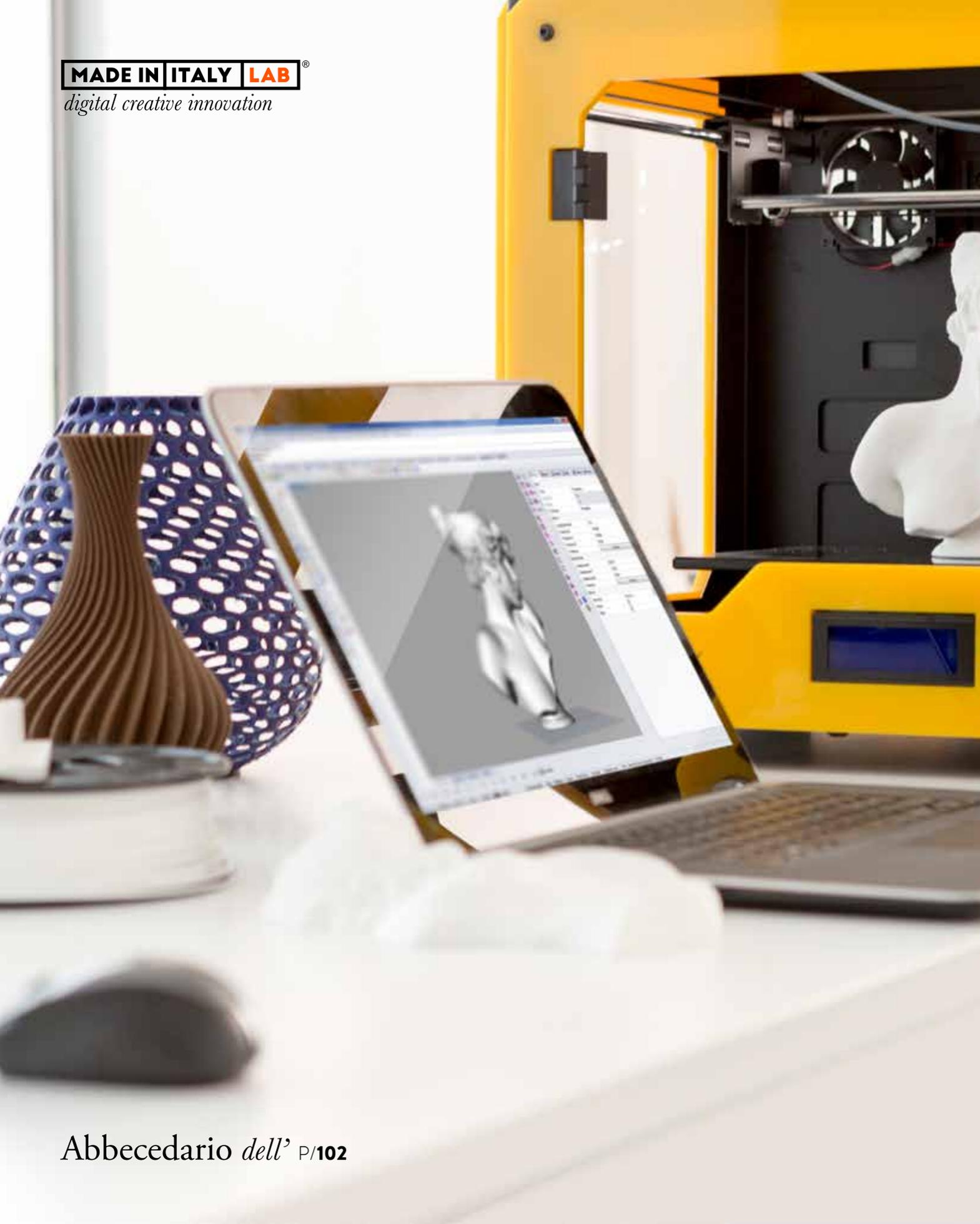
È un'impresa che nasce da una costola di un'altra azienda. Un distacco utile per dedicare la nuova azienda a un focus specifico.

Spin-Off

Uno spin-off (scissione) è un'impresa che nasce da una costola di un'altra azienda, rispetto alla quale mantiene un legame evidente in termini di competenze

o attività svolte. Questo distacco può essere utile quando si vuole dedicare la nuova azienda a un focus specifico (un settore, una tecnologia, un servizio

particolare) che l'azienda preesistente, per varie ragioni, non sarebbe in grado di sviluppare fino in fondo.



Stampa 3D e Manifattura Additiva

Una stampante 3D **fabbrica oggetti partendo da modelli tridimensionali computerizzati**, attraverso un processo che vede la fusione di uno strato sopra l'altro, in opposizione alle metodologie sottrattive come la fresatura e il taglio laser. Si parla a tal proposito di **fabbricazione additiva**. Con una stampante 3D non c'è più bisogno di assemblare, servono meno materiali grezzi, meno manodopera, **la catena produttiva si accorcia** e anche le esigenze di stoccaggio si riducono

drasticamente, dal momento che **un prodotto può essere stampato su richiesta**. Non solo: anche **i costi per il trasporto diminuiscono**, visto che il prodotto può anche essere inviato telematicamente al cliente, pronto a essere **stampato in autonomia**, a casa o in ufficio. Da sottolineare altri due punti di forza della fabbricazione additiva che **stanno rivoluzionando artigianato e industria**, perché riguardano da vicino la produzione e la personalizzazione

dei prodotti. Per prima cosa si possono facilmente **produrre piccoli lotti** da immettere subito sul mercato per un test, modificarli in base ai feedback dei clienti e avviare poi la produzione su larga scala. In secondo luogo, la tecnologia 3D permette di **creare prodotti personalizzati** a misura del cliente che li richiede, senza costi aggiuntivi, senza dover attrezzare diversamente la macchina.

Start-Up

Azienda di nuova fondazione che presenta una forte dose di innovazione e che è configurata per crescere in modo rapido secondo un business model scalabile e replicabile.

Start-Up

Con questa definizione si intende un'azienda di nuova fondazione che presenta una **forte dose di innovazione** (tecnologica, di prodotto o di processo) e che è configurata per crescere in modo rapido secondo un **business model scalabile e replicabile**. Scalabile fa riferimento al fatto che il volume di affari possa aumentare le sue dimensioni

in modo anche esponenziale senza un impiego di risorse proporzionali. Replicabile vuol dire che la start-up, per definirsi tale, deve anche avere un modello di business che può essere ripetuto in diversi luoghi e in diversi periodi senza essere rivoluzionato e solo apportando piccole modifiche. Secondo il modello californiano, **una start-up può crescere**

rapidamente e scalare solo se riesce a ottenere subito grandi capitali. Per riceverli, spesso ha bisogno di ricorrere a risorse di terzi, business angel, fondi di venture capital, che accettano di partecipare al rischio di impresa solo in cambio di quote.

Sviluppo Software

È il processo di sviluppo di un nuovo software, cioè l'insieme di tutte quelle **attività volte a generare un nuovo programma informatico** per le esigenze di business di un'azienda. Comprende cinque passaggi:

- **1 Analisi** = la fase di raccolta informazione e definizione dei requisiti;
- **2 Progettazione** = la fase di elaborazione di regole e direttive tecniche;
- **3 Realizzazione** = l'attività di scrittura del software;
- **4 Test** = l'insieme delle verifiche e dei collaudi;
- **5 Rilascio** = la fase di pubblicazione e di eventuale commercializzazione del programma.

Time to Market

Con l'innovazione aperta si riduce il tempo che occorre dalla fase di ideazione del prodotto al suo lancio sul mercato.

Time to Market

Con la formula dell'open innovation si riduce di molto il time to market, cioè il **tempo che occorre dalla fase di ideazione del prodotto al suo lancio sul mercato.**

A differenza di quanto accadeva in un regime di closed innovation, ora il contesto basato sull'**innovazione aperta** fa sì che un'azienda possa accedere alle **innovazioni**

presenti sul mercato **integrando con il proprio modello di business.**



Trasferimento Tecnologico

È il processo attraverso il quale **conoscenze, tecnologie, metodi di produzione, prototipi e servizi** sviluppati da governi, università, aziende, enti di ricerca pubblici e privati possono essere **resi accessibili a un'ampia fascia di destinatari**, che possono poi ulteriormente sviluppare e sfruttare la

tecnologia per **generare nuovi prodotti, materiali, applicazioni, manufatti, procedure o servizi**. Il trasferimento tecnologico può applicarsi a diversi casi. Si parla di trasferimento tecnologico quando **progetti di ricerca** che iniziano all'interno di un'università vengono messi a disposizione dei privati affinché siano

portati a un livello di maturità adatto per la produzione. Oppure quando, in modo simile, una **tecnologia** sviluppata all'interno di un settore di attività viene **adattata e applicata in un settore diverso** ma all'interno del quale può risultare ugualmente utile.

MADE IN ITALY LAB®

digital creative innovation