

il libro del mese



Luciano Pilotti, Andrea Ganzaroli

PROPRIETÀ CONDIVISA E OPEN SOURCE. IL RUOLO DELLA CONOSCENZA IN EMERENTI ECOLOGIE DEL VALORE

Franco Angeli, Pagg. 255, Euro 25,00

Lo sviluppo del web, specialmente nella versione 2.0, ha dato luogo al diffondersi di modelli produttivi e di innovazione fondati sulla condivisione tra una molteplicità di agenti, community, istituzioni e imprese che partecipano, allo stesso tempo, alla realizzazione di un progetto e di un bene comune. I due autori partono da questa constatazione per esplorare le evoluzioni recenti degli assetti proprietari con riferimento alla governance della conoscenza e dell'impresa e del loro agire co-evolutivo nel contesto di eco-sistemi dinamici quali si configurano i sistemi economici contemporanei come generati da processi di diffuse *network externality*, *compatibility* e interdipendenze strategico-operative.

La tesi principale è che questi processi sono alla base di emergenti *ecologie del valore* che meglio dei mercati sono in grado di coordinare fonti differenziate di creatività diffusa, che si arricchisce continuamente delle conoscenze e delle esperienze co-prodotte da una rete estesa e complessa di agenti, community, istituzioni e imprese, dando origine in molti casi a una nuova forma emergente di corporation, definita meta-corporation: aperta, sostenibile, responsabile.

Le tappe principali di questa esplorazione sono cinque. Nella prima gli autori ricostruiscono il processo storico recente che ha portato all'istituzione della proprietà privata quale principale meccanismo di coordinamento e controllo. L'obiettivo non è negarne l'utilità, ma far riemergere i presupposti teorici e filosofici su cui questo costruito sociale si basa e la sua relatività storica a fronte di diffusi processi di cambiamento radicale.

Nel secondo capitolo si entra nello specifico della governance della produzione diffusa della conoscenza, mettendo in evidenza i fattori che stanno contribuendo a depotenziare il ruolo della proprietà come stimolo alla creatività e all'innovazione. Due sono gli elementi che emergono. Il primo è la natura complessa del sapere, dove la conoscenza è un elemento che co-evolve con il contesto crescendo come un puzzle che aumenta la sua dimensione, il numero dei pezzi e la forma degli stessi secondo una logica esponenziale. In questa prospettiva, la proprietà intellettuale rappresenta più un vincolo che un incentivo a intraprendere percorsi creativi e di evoluzione del contesto strategico e operativo, come dimostrato dai percorsi conservativi implementati da molte imprese che detengono importanti portafogli di brevetti. Il secondo elemento è l'insufficienza della razionalità quale ipotesi di descrizione e spiegazione principale del comportamento umano, in quanto non riesce ad accogliere elementi di gratuità e di reciprocità, essenziali nel comportamento reale di agenti socialmente orientati.

Il terzo passo guarda al modello open source come alternativa possibile, capace di costituire un framework strategico a cui ispirarsi per riconfigurare il modo attraverso cui l'impresa si relaziona con l'esterno. Secondo gli autori, questo non è un modello che funziona solo per il software, ma un nuovo modello innovativo a cui fare riferimento per allargare le capacità creative e innovative dell'impresa-network oltre i rigidi e meccanici procedimenti del mercato per valorizzare *non-market mechanism* e gli effetti di azioni involontarie nella formazione del comportamento umano di scelta e di condivisione delle scelte.

Questa ipotesi viene sviluppata compiutamente nella quarta tappa del lavoro, dove si tenta un salto nell'astrazione dal modello a partire dal concetto di ecologie del valore. Gli autori argomentano i motivi per cui il ragionamento ecologico faticò tuttora a trovare spazio nel discorso manageriale e strategico ponendo, allo stesso tempo, le basi per un dialogo fruttuoso fondato sui concetti di auto-organizzazione e co-evoluzione, superando così la contrapposizione tra impresa e ambiente che è il limite comune di entrambi gli approcci.

L'ultima tappa del percorso è dedicata alla governance dell'impresa e alla *Corporate Social Responsibility*, che viene rivista in chiave strategica. Questa è infatti esaminata come parte integrante di una strategia open source, per il necessario ricorso a una superiore *disclosure* che mira ad allargare la base di partecipazione all'impresa sino a includere gli *stakeholder* indiretti che, in quanto tali, sono portatori di punti di vista diversi e quindi fonte primaria di creatività e innovazione per l'impresa nel medio-lungo termine. Il testo è arricchito dalla presenza di casi di settore, come le *creative industry* (editoria, quotidiani e musica online) e il *bio-tech*, e di casi aziendali tra cui *Engineering* (di cui viene analizzato il progetto open source SpagoBI) e *Fischer Italia*, esaminati come casi di emergenti ecologie del valore *sponsored-based*, dove vengono ricostruiti i livelli di rete e i diversi apporti di valore in un contesto di governance inclusiva, capace di attrarre e trattenere le risorse creative e le capacità innovative diffuse.