

INDICE

Introduzione.....	Pag.	1
-------------------	------	---

PARTE I

L'ANALISI DELLA LETTERATURA E L'INTERPRETAZIONE TEORICA

CAPITOLO I

IL MODELLO DI BUSINESS IN LETTERATURA

1. Premessa.....	Pag.	7
2. L'emergenza del concetto ed i temi dominanti	»	8
3. Gli aspetti definitori.....	»	12
4. La struttura e le componenti di un modello di business: alcuni modelli proposti in letteratura	»	18
4.1. Il contributo di Mahadevan.....	»	19
4.2. Il contributo di Stewart e Zhao	»	20
4.3. Il contributo di Alt e Zimmermann.....	»	21
4.4. Il contributo di Chesbrough e Rosenbloom.....	»	22
4.5. Il contributo di Morris, Schindehutte e Allen	»	22
4.6. Il contributo di Osterwalder e Pigneur.....	»	24
4.7. Il contributo di Shafer, Smith e Linder.....	»	26
4.8. Il contributo di Baden-Fuller e Mangematin	»	26
5. Le tassonomie e le classificazioni dei modelli di business proposte in letteratura	»	27
6. I cambiamenti del modello di business	»	33
6.1. L'innovazione del modello di business	»	34
6.2. I modelli di evoluzione del modello di business	»	37
7. Le questioni ancora aperte.....	»	39
7.1. I gaps di natura teorica	»	39
7.2. I gaps di natura empirica	»	41

CAPITOLO II

UN POSSIBILE MODELLO INTERPRETATIVO

1. Premessa.....	Pag.	45
2. Definizione.....	»	47
3. Il modello concettuale.....	»	53
3.1. La struttura: le componenti del modello di business.....	»	56
3.2. La relazione tra modello di business e assetti d'impresa.....	»	68
3.3. La struttura economica e finanziario-patrimoniale del modello di business.....	»	73
3.4. Il rapporto tra orientamenti strategici e modello di business.....	»	74
3.5. La relazione tra modello di business e innovazione.....	»	76
3.6. La dinamica evolutiva del modello di business.....	»	78
4. I fattori che influenzano la struttura di un modello di business.....	»	80

PARTE II

LE ANALISI ED EVIDENZE EMPIRICHE

CAPITOLO III

IL DESIGN DEL MODELLO DI BUSINESS, LA SUA EVOLUZIONE E LE IMPLICAZIONI DI PERFORMANCE

1. Premessa.....	Pag.	87
2. La scelta del modello di business e le implicazioni di performance: un'analisi multisettoriale.....	»	88
3. La relazione tra configurazione delle attività, strategie di marketing e innovazione in un modello di business: un'analisi nel settore cosmetico.....	»	99
3.1. Le caratteristiche del settore cosmetico.....	»	100
3.2. Le evidenze empiriche.....	»	101
4. I modelli di business e le relazioni esterne: un'analisi nel settore delle <i>Life Sciences</i>	»	112
4.1. Le caratteristiche del settore <i>Life Sciences</i>	»	112
4.2. I modelli di business del settore <i>Life Sciences</i> proposti in letteratura....	»	115
4.3. Le evidenze empiriche.....	»	117
5. L'evoluzione dei modelli di business.....	»	128
5.1. La scelta del modello di business nella fase di nascita dell'impresa: il caso di una <i>start-up</i> di matrice accademica.....	»	128
5.2. La diversificazione come driver del cambiamento: un'analisi nel settore dell'alta tecnologia applicata ai beni culturali.....	»	134

CAPITOLO IV

I FATTORI ESOGENI ED ENDOGENI CHE INFLUENZANO
LA STRUTTURA DI UN MODELLO DI BUSINESS

1. Premessa	Pag. 137
2. I modelli di business e l'orientamento alla sostenibilità: un'analisi nel settore viti-vinicolo.....	» 138
2.1. Le caratteristiche del settore viti-vinicolo	» 140
2.2. Un'analisi quantitativa	» 141
2.3. Il caso dell'azienda Agricola Salcheto S.r.l.	» 149
3. La relazione tra governance e modelli di business: un'analisi comparata internazionale	» 153
4. L'evoluzione del mercato ed il cambiamento del modello di business: un'analisi nel settore moda	» 155
CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE	Pag. 161
BIBLIOGRAFIA	» 163
APPENDICE A – NOTA SULLE METODOLOGIE DI RICERCA UTILIZZATE	» 189
APPENDICE B – IL QUESTIONARIO UTILIZZATO NELLO SVILUPPO DEI CASI AZIENDALI.....	» 191