

Le nuove organizzazioni Open Source: ecosistemi di business in azione

Gabriele Ruffatti
OW2 Consortium
Engineering Ingegneria Informatica
Corso Stati Uniti 23/c Padova
+39 049 8692511
gabriele.ruffatti@eng.it

SOMMARIO

L'ecologia del valore e gli ecosistemi di business che vi operano rappresentano il contesto in cui agisce l'azienda moderna. L'open source offre l'ambiente adatto per tale azione condotta con efficacia proprio per l'attitudine al network ed al coinvolgimento a livello di ecosistema, tipica del contesto open source.

Il testo esamina la natura degli ecosistemi di business, in contrapposizione ai modelli di "catena del valore", e individua la nuova generazione di organizzazioni open source come esempio di applicazione.

Il Consorzio internazionale OW2 è un caso efficace di ecosistema di business in azione, visto come luogo ideale per la cooptation: collaborazione nel costruire un'infrastruttura complessiva affidabile, matura, facilmente adottabile dagli utenti e duratura, e competizione nello sviluppo delle proprie soluzioni di business.

Tale cooptation crea un ambiente vivo e stimolante per gli aderenti, siano essi aziende produttrici, integratori di software, consulenti, amministrazioni pubbliche, aziende utenti, enti di ricerca e università e anche singoli individui.

Ma è anche una reale opportunità per gli utenti, tra cui industria e pubblica amministrazione, che possono trovare un ambiente di riferimento per le proprie scelte di adozione delle strategie open source e un'occasione per aderire per collaborare in una strategia collettiva di incremento del valore in un contesto ecologico.

Keywords: open source, business ecosystems, business models, ecologia

1. INTRODUZIONE

E' universalmente noto che il termine Open Source Software è correlato con quello di Open Source Community che estende il concetto di software rilasciato assieme al codice sorgente con una licenza dalle caratteristiche aperte¹ a quello di modello organizzativo, di collaborazione e di sviluppo. Negli ultimi anni si è assistito all'evoluzione del modello open source che ha riguardato non solo gli aspetti reattivi alle licenze, con il necessario adeguamento alle mutate problematiche legali ed alle tecnologie², ma anche ad aspetti legati alle caratteristiche del software, sempre più complesso, alla natura stessa delle comunità ed ai modelli economici di supporto dell'open source, solo per citare alcuni aspetti.

Due parole sono opportune circa il primo aspetto, dato che gli altri due verranno trattati nel seguito.

Le attuali infrastrutture software, e soprattutto quelle future, sono di un'ordine di complessità superiore a quelle del passato. Infatti, devono rispondere a diversi requisiti quali la sicurezza, l'interoperabilità, l'affidabilità, l'usabilità, la testabilità, la flessibilità, l'adattabilità a diversi contesti, tra cui il contesto d'uso dell'utente. Non solo tali caratteristiche, che di per sé richiedono soluzioni complesse, mutano la caratteristica delle soluzioni, ma anche la necessità di adottare scelte tecnologiche che ottengano vasto consenso e che siano, in qualche modo, socialmente accettabili³. E' del tutto evidente che per risolvere tale complessità è necessario adottare un nuovo modello di collaborazione ed un pensiero multilaterale che consenta di ottenere il necessario consenso.

¹ Si da per noto in questo contesto il concetto di licenza aperta in riferimento alle definizioni della Free Software Foundation e della OSI - Open Source Definition.

² Un esempio è il lungo percorso di approvazione della nuova famiglia di licenze GNU version 3, in particolare la GNU GPL v3.

³ Questa affermazione aprirebbe il dibattito su termini quali gli open standard e l'openness in generale, che però non rientrano nella tematica di questo contributo.

Nasce quindi l'esigenza di creare nuove organizzazioni che sappiano comprendere ed esercitare nuovi e diversi modelli di business per risolvere, da un lato, un livello di complessità tecnologica e, dall'altro, la complessità di gestione.

2. L'AZIENDA MODERNA E L'ECOLOGIA DEL VALORE

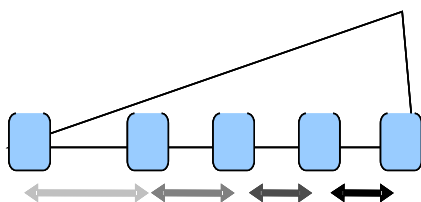
In un precedente contributo dell'autore [2], a proposito di modelli di business open source e di ecologia del valore, come luogo di produzione e sviluppo della creatività e di valori condivisi, si concludeva affermando che la stessa impresa moderna appartiene ad un ecosistema, un hypernetwork che ne condiziona le prestazioni e che ne muta le forme organizzative e decisionali, condizionando anche i rapporti tra quanto accade oggi e quanto avverrà nel futuro. Per un'azienda che vuole quindi essere moderna, *“conoscere il proprio ecosistema e sostenere ed avvalorare i rapporti di network tra i diversi agenti diventa un'attività significativa da inserire in un piano industriale di crescita, al pari dell'individuare i mercati emergenti, le nuove soluzioni da proporre o la governance del modello produttivo”*.

Se questo è vero all'interno di un'azienda che esercita contemporaneamente differenti modelli di business, tale esigenza è ancora più forte all'interno del contesto open source che richiede, appunto, l'attitudine al network e al coinvolgimento a livello di ecosistema.

3. ECOSISTEMI DI BUSINESS

Gli ecosistemi di business si differenziano dai sistemi a catena del valore in termini di organizzazione, di relazioni e di modelli di misura.

Il sistema a catena del valore (vedi Figura 1), noti in qualche caso anche come “canali distributivi”, si basano su un flusso lineare a continuo incremento del valore che, appunto, aumenta ad ogni passaggio distributivo. Si basano sulla relazione venditore-acquirente, comprese tutte le intermediazioni, e sono misurabili in modo quantitativo, con la possibilità di verificare l'incremento del valore ad ogni passaggio e pianificare o modificare l'andamento dei costi e dei ricavi.

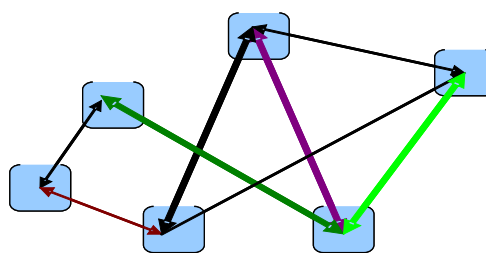


Efficienza – Differenziazione – Gestione del Cliente

Figura 1. Catena del valore

Gli ecosistemi di business (vedi Figura 2) si riferiscono alla condivisione di valore aggiunto che si basa sul modo

di esercitare le diverse relazioni nella rete, relazioni che afferiscono ad un ambito di *coopetition*⁴ ed i cui risultati non sono direttamente misurabili, ma si appoggiano a valutazioni di tipo qualitativo.



Esteriorità di rete

Figura 2. Ecosistema di business

All'interno di questi ecosistemi generalmente la competizione è rivolta alla ricerca di un posizionamento competitivo delle diverse singole entità che agiscono nella rete, con attività che si riferiscono ad elementi quali il prezzo di vendita, la qualità, l'innovazione, mentre la cooperazione è volta ad acquisire il posizionamento competitivo dell'intero gruppo, con attività che fanno leva sulla definizione di standard tecnici, di definizione del mercato, di pratiche di business, lobbying, protezione del contesto.

4. LA NUOVA GENERAZIONE DELLE ORGANIZZAZIONI OPEN SOURCE

Il contesto delle comunità open source è cambiato nel tempo: a partire dalle prime comunità di hacker, comunità di individui, si è passati ad associazioni di individui (come la Apache Foundation) arrivando alla terza generazione di organizzazioni: le meta-organizzazioni, associazioni di organizzazioni e aziende (come Eclipse Foundation o ObjectWeb Consortium).

Un esempio particolare è il Consorzio OW2 (www.ow2.org), nato a fine 2006 dalla fusione del consorzio europeo ObjectWeb con il consorzio cinese Orientware.

Tel consorzio è un'organizzazione no-profit il cui obiettivo è sviluppare un completo stack open source e sostenere una comunità attiva che agisce all'interno un ecosistema di business.

Se consideriamo i diversi modelli di business open source, e prendiamo a riferimento la classica schematizzazione di Koenig [1], individuiamo il patrocinio, l'ottimizzazione, la doppia licenza, la consulenza, la sottoscrizione, il modello hosted e quello embedded⁵.

⁴ Con il termine *coopetition* si intende la contemporanea presenza di relazioni di cooperazione (cooperation) e di competizione (competition).

⁵ Una descrizione di questi modelli è data in un precedente contributo dell'autore riportato in [2].

A questi modelli se ne sono aggiunti altri nel tempo, come il franchising, la vendita di brand e di pubblicità, mentre il modello a doppia licenza è stato esercitato in diverse modalità, da quella di sostegno alle soluzioni open source, a quella sempre più vicina al modello di vendita di licenze proprietarie, al punto che da qualcuno definisce le soluzioni promosse con esso come “proprietary open source”.

In questo contesto, lungi dall'approfondire la natura e le caratteristiche dei diversi modelli, si vuole evidenziare come la nuova generazione di organizzazione open source comprendono in se diversi modelli di business.

Il modello di business di queste meta-organizzazioni è collettivo e la loro strategia è quello di promuovere la collaborazione tra gli aderenti nel raggiungere diversi obiettivi per aumentare il valore complessivo espresso dal consorzio stesso.

Si può quindi affermare, ritornato all'esempio del Consorzio OW2, che il consorzio come tale segue una strategia di “patrocinio”. Il valore complessivo aumenta con l'aumentare del numero degli aderenti.

Per gli utenti, il valore deriva dalla crescita di un ecosistema di business che propone soluzioni tecnologiche efficaci, effetto rete e durata e sostenibilità nel tempo.

Per gli aderenti, il valore è dato da una strategia collettiva che offre l'opportunità di divenire attori “chiave” dell'ecosistema, dalla strategia di patrocinio compatibile con i propri singoli modelli di business e dall'uso del network per incrementare in modo proattivo l'adozione del software open source su cui si basano tali modelli. La responsabilità degli stessi è dei singoli aderenti e questi possono essere allo stesso tempo sia compatibili, che complementari, che conflittuali.

5. IL CONSORZIO OW2: COOPETION NELL'OPEN SOURCE

Come già descritto, il consorzio OW2 segue una strategia di patrocinio delle soluzioni infrastrutturali open source, affinché queste vengano sempre più adottate a livello industriale o dalle pubbliche amministrazioni, favorendo allo stesso tempo l'aumento della massa critica del consorzio, ma lasciando ai singoli aderenti il compito, e la responsabilità, di esercitare le proprie strategie di business, limitandosi a governare il “valore collettivo” in modo che il tutto si inserisca in una visione complessiva che duri nel tempo.

Il consorzio diventa quindi il luogo ideale per la coopetition: collaborazione nel costruire un'infrastruttura complessiva affidabile, matura, facilmente adottabile dagli utenti, duratura, e competizione nelle soluzioni di business (vedi Figura 3).

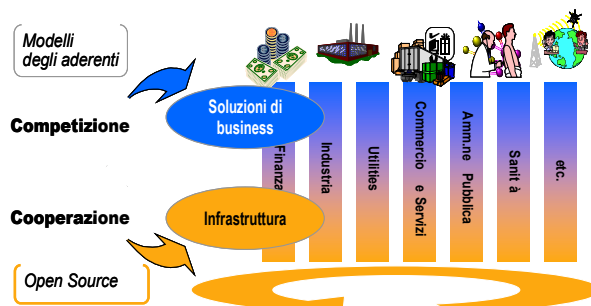


Figura 3. Coopetition in Open Source

Il consorzio promuove singole attività, le Iniziative, dedicate ad affermare non tanto le soluzioni infrastrutturali di supporto, ma il business open source in settori specifici quali la Business Intelligence, le Architetture a Servizi, l' E-Government. Queste sono luoghi privilegiati della cooperazione dove i modelli di business dei singoli aderenti si incontrano, ed incontrano nuovi aderenti anche non appartenenti al consorzio, per dimostrare la reale applicabilità ed i risultati di un ecosistema di business realmente operativo.

Quindi, coopetition in generale, che nasce dall'apertura e dalla libertà d'azione degli aderenti e cooperazione in singole iniziative come segno tangibile dell'efficacia di tale strategia.

6. LE OPPORTUNITA' PER GLI ADERENTI

Le opportunità per gli aderenti sono molteplici ed alcune sono già state individuate nella descrizione del modello di business.

Più in generale si può dire che per gli aderenti le opportunità sono a diversi livelli, da quello tecnologico (possibilità di adottare un modello architeturale di riferimento, opportunità di confronti tecnologici, indipendenza dalle soluzioni, possibilità di partecipare a progetti di integrazione di ampia portata), a quello di promozione (consulenza e supporto di marketing, credibilità sul mercato, accesso ad un mercato internazionale più vasto, aumento del valore aziendale).

Le opportunità risiedono anche nel poter ottenere un reale ritorno dei propri investimenti dato dall'aumento della visibilità, dall'accesso a nuovi clienti, dalla possibilità di ridurre i costi di sviluppo condividendoli con altri aderenti, dal facile accesso ad esperti tecnologici e di business per poter essere sempre al passo delle soluzioni più avanzate sia dal punto di vista tecnologico che di mercato, dall'utilizzo di standard aperti e de-facto, da una riduzione del time-to-market, dalla possibilità di entrare in nuovi mercati, di attivare nuove partnership e di partecipare a progetti pubblici finanziati a livello europeo ed internazionale.

Nuovi aderenti possono essere non solo aziende o integratori che operano nell'open source, ma anche aziende utenti o pubbliche amministrazioni. In generale,

il profilo tipico di un nuovo aderente è dato da chi ha adottato un approccio strategico verso il proprio sistema informativo e cerca un contesto che lo aiuti a prendere in autonomia le proprie decisioni, da chi sta cambiando o sta pensando di modificare l'architettura del proprio sistema informativo e, sia che abbia al suo interno risorse di sviluppo, sia che le cerchi all'esterno, pensa che l'open source costituisca una valida opportunità, o infine per chi sta già utilizzando o sviluppando software open source e cerchi maggiore collaborazione e supporto.

Anche in termini di ritorno degli investimenti, e questo vale anche per le amministrazioni pubbliche, i benefici principali risiedono nel poter incrementare l'efficienza e la sostenibilità della propria strategia open source per mezzo del facile accesso a soluzioni mature e a competenze internazionali e di alto livello, all'accesso a servizi di supporto sull'utilizzo delle soluzioni, allo scambio di esperienze con utenti particolarmente sofisticati.

7. CONCLUSIONI

La terza generazione di organizzazioni open source, le meta-organizzazioni come il consorzio OW2, rappresentano il luogo adatto dove verificare l'efficacia degli ecosistemi di business.

La cooperazione nello sviluppo di soluzioni infrastrutturali mature ed affidabili e la contemporanea possibilità sia di cooperare che di competere nel raggiungere i propri modelli di business creano un ambiente vivo e stimolante per gli aderenti, siano essi aziende produttrici, integratori di software, consulenti, amministrazioni pubbliche, aziende utenti, enti di ricerca, università e anche singoli individui.

Ma sono anche una reale opportunità per gli utenti che posso trovare un ambiente di riferimento per le proprie scelte di adozione delle strategie open source e un'occasione per aderire al fine di contribuire a far crescere una strategia collettiva di aumento del valore in un contesto ecologico.

8. BIBLIOGRAFIA

- [1] Koenig, J., 2004. Seven open source business strategies for competitive advantage, IT Manager's Journal. <http://www.itmanagersjournal.com/feature/314>
- [2] Marchesi, M., Concas, G., De Petra, G., Marzano, F., Zanarini, 2008. Finalmente LIBERO! McGraw-Hill (cap. 21 pagg. 205-220)