



Università
Ca' Foscari
Venezia
Dipartimento
di Management

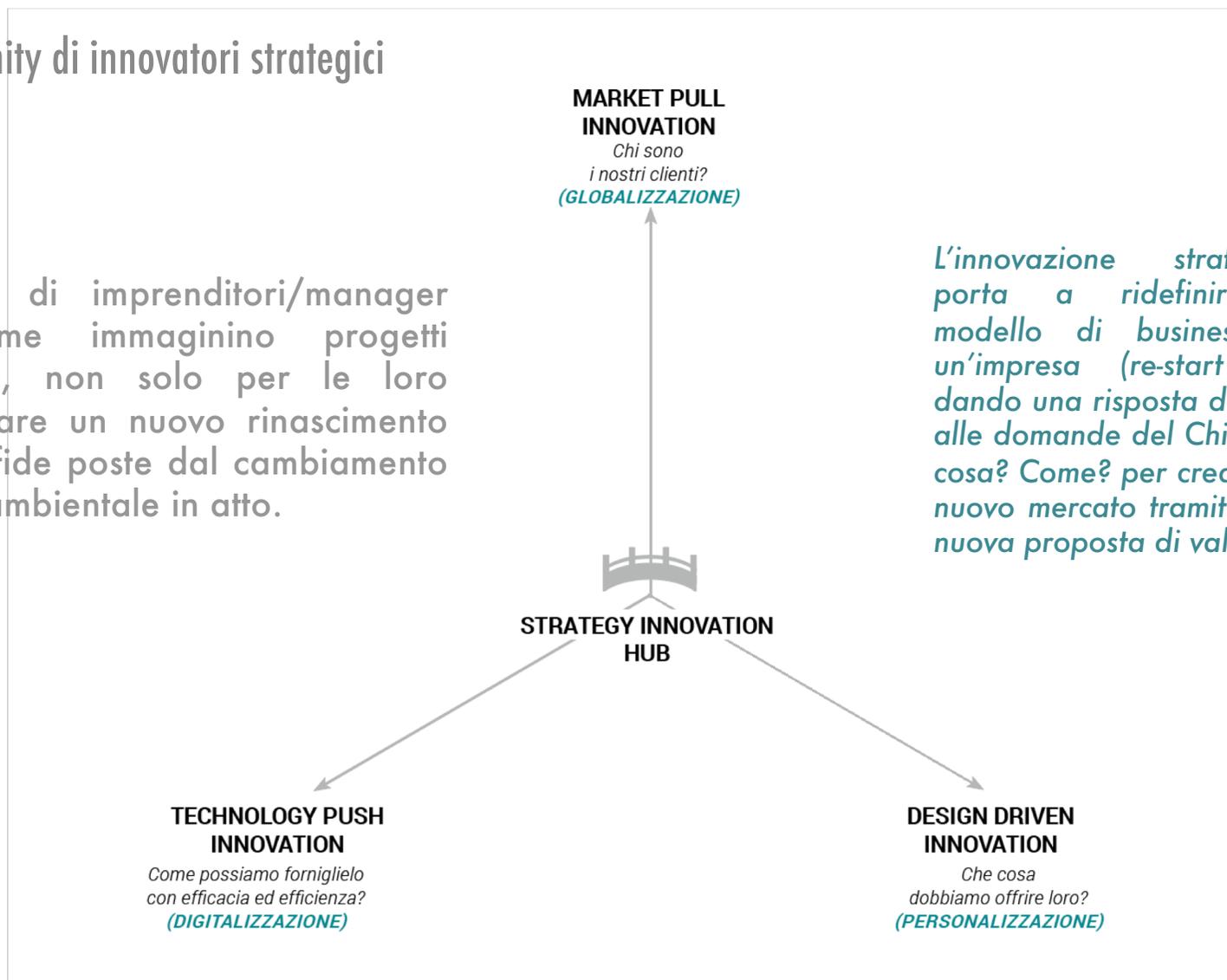
STRATEGY INNOVATION HUB

POLO DELLA RICERCA E DELL'INNOVAZIONE M. RISPOLI

L'obiettivo del SIH

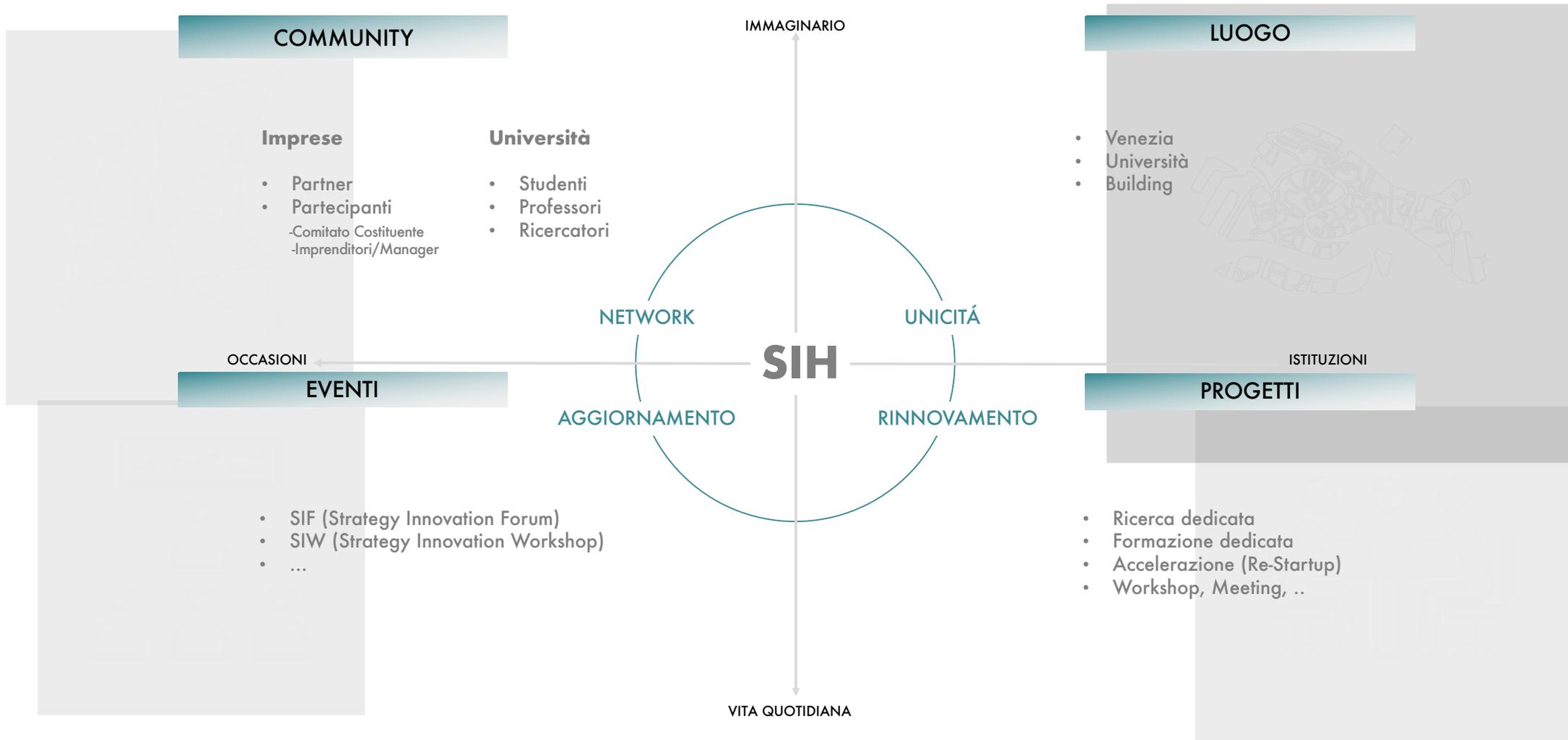
La creazione di una community di innovatori strategici

Creare una community di imprenditori/manager "illuminati" che assieme immaginino progetti d'innovazione strategica, non solo per le loro imprese, al fine di guidare un nuovo rinascimento industriale, vincendo le sfide poste dal cambiamento dirompente del contesto ambientale in atto.



L'offerta del SIH

La proposta di valore complessiva del progetto



La community del SIH

La creazione di una community di innovatori strategici



1. Gli evangelisti di SIH: Imprenditori/top manager di imprese significanti, aperti al dialogo interdisciplinare, con responsabilità sociale e disposti a investire del tempo in SIH;
2. I partecipanti a SIH: Imprenditori/manager di imprese anche piccole, liberi professionisti, ecc., interessati ai temi di innovazione strategica per la ridefinizione dei loro modelli di business;
3. Le aziende partner del SIH che supportano le progettualità e promuovono il successo del SIH;
4. L'università nelle figure di professori, ricercatori e studenti.

Gli eventi del SIH

#1 Strategy Innovation Forum (già Biennale Innovazione) rivolto ai CEO

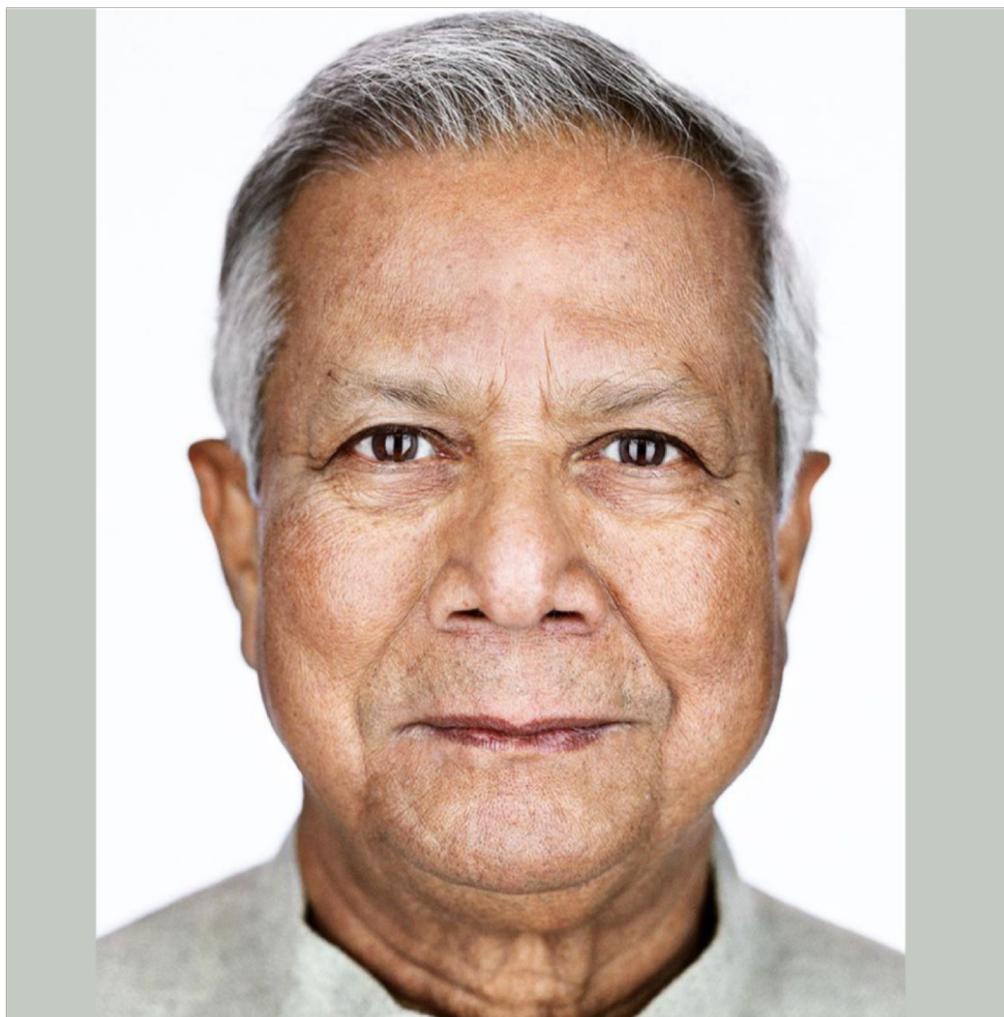


Più di 350 tra relatori e uditori per ogni edizione. La partecipazione complessiva delle edizioni precedenti vanta più di 1.000 persone.

- Più di **110** imprese rappresentate, di cui il **70%** PMI, l'**85%** operante nel manifatturiero e l'**85%** operante a livello internazionale
- Imprese da **16** regioni differenti, di cui il **29%** dalla Lombardia e il **20%** dal Veneto
- Il **18%** di queste opera quasi esclusivamente in un contesto B2C, il **70%** in contesto B2B e il **12%** in un contesto B2B2C
- Platea per il **75%** composta da imprenditori, CEO e CFO, di cui il **30%** donne

Il Kick-Off dello Strategy Innovation Forum

Il Premio Nobel per la Pace: Muhammad Yunus



Kick-off



«A dieci anni dall'inizio di una crisi che non è mai davvero finita, è arrivato il momento di ammettere che gli ingranaggi del capitalismo sono difettosi. Certo, l'economia non si è affatto fermata. Ma alla sua crescita corrisponde una concentrazione sempre più pronunciata della ricchezza nelle mani di pochi. La povertà aumenta in tutti i paesi del mondo, la disoccupazione emargina i giovani e la produzione industriale fuori controllo distrugge l'ambiente».

Il 2 ottobre 2018 alle ore 16.30 presso l'Auditorium Santa Margherita si terrà una Lectio Magistralis tenuta dal prof. Muhammad Yunus, premio Nobel per la Pace, all'interno del programma «Nobel in Cattedra».

Ore 16.30 Registrazione dei partecipanti

Ore 17.00 Un mondo a Tre Zeri

- Saluti del Rettore: Michele Bugliesi
- Presentazione e Laudatio: Carlo Bagnoli
- Lectio magistralis: Muhammad Yunus
- Dibattito: Stefano Campostrini

Ore 18.30 Conferenza stampa di lancio dello Strategy Innovation Forum

Gli eventi del SIH

#2 Strategy Innovation Workshop rivolti ai manager



Gli eventi di SIH

1°Workshop: dedicato alle imprese Champion innovative. 2°Workshop: dedicato alle Start Up innovative

Agenda Champions 2018

Il 1° Workshop sarà dedicato alla presentazione di casi di studio di aziende italiane e internazionali, consolidate sul mercato, che hanno attuato strategie di business vincenti.

Si tratta di aziende di piccola, media, grande dimensione che sono state capaci di creare un impatto rilevante sulla società grazie all'introduzione di innovazioni che hanno messo in discussione, cambiato e a volte rivoluzionato consuetudini e comportamenti consolidati.

Agenda Start Up 2018

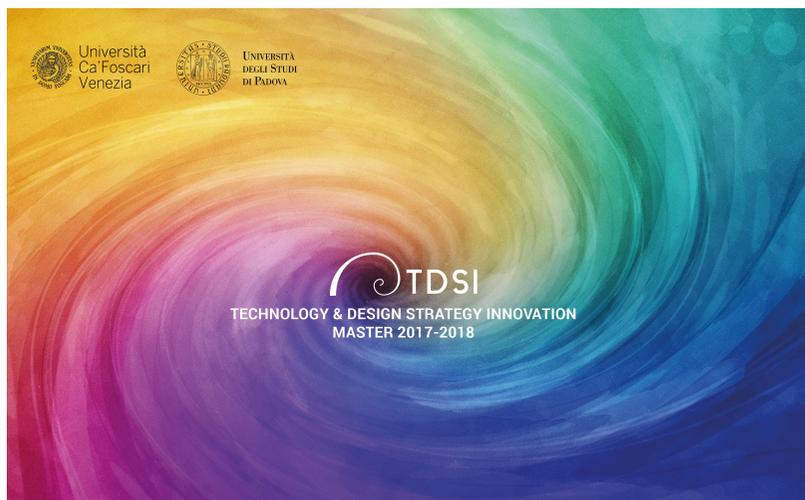
Il 2° Workshop sarà dedicato alla presentazione di casi di Start Up innovative come rappresentanti di un settore in continuo fermento e per questo in grado di attirare investimenti rilevanti per lo sviluppo di nuove idee.

Lo studio e l'analisi di tali casi di Start Up, consentirà di comprendere la prospettiva del futuro da qui a 5/10 anni.



La formazione del SIH

Master in Technology and Design Strategy Innovation



Moduli didattici e relativi referenti scientifici:

- 1. Strategy Innovation - Carlo Bagnoli**
(Università Ca' Foscari Venezia)
- 2. Technology Innovation - Fabrizio Dughiero**
(Università degli Studi Padova)
- 3. Design Innovation - Medardo Chiapponi**
(Università Luav di Venezia).



1 STRATEGY INNOVATION

- 1.1 Business & profit model innovation
- 1.2 Value proposition innovation
- 1.3 Organizational model (for) innovation
- 1.4 Social business innovation
- 1.5 Project work initial development



2 TECHNOLOGY INNOVATION

- 2.1 Technological trends & the 4th industrial revolution
- 2.2 Enabling technologies: features, applications and costs
- 2.3 Smart production
- 2.4 Smart Products
- 2.5 Project work development

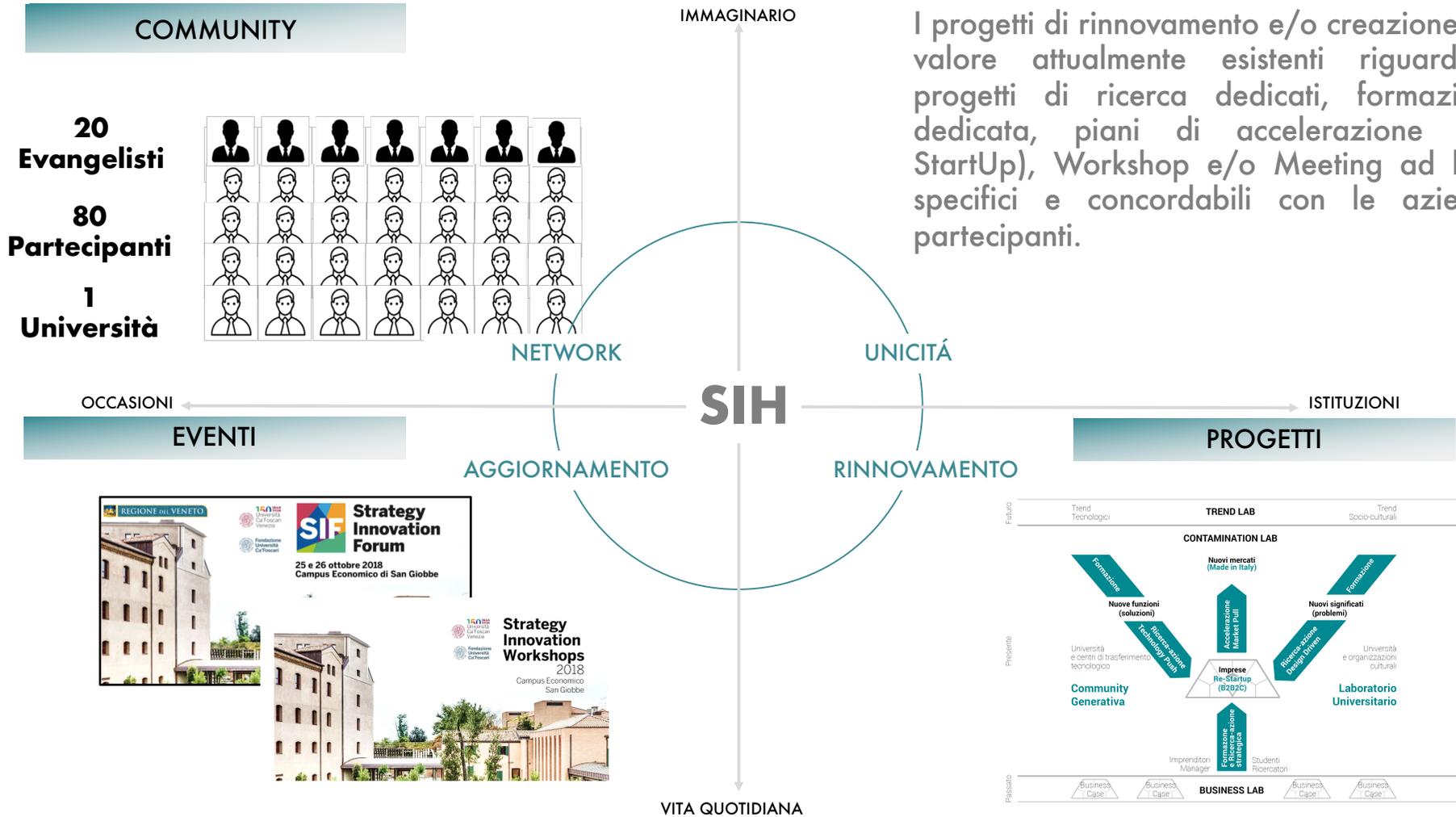


3 DESIGN INNOVATION

- 3.1. Socio-cultural trends & concept innovation
- 3.2 Culture driven innovation
- 3.3. Industrial & service design innovation
- 3.4 Brand identity & communication design
- 3.5. Project work final Test and refine

I progetti del SIH

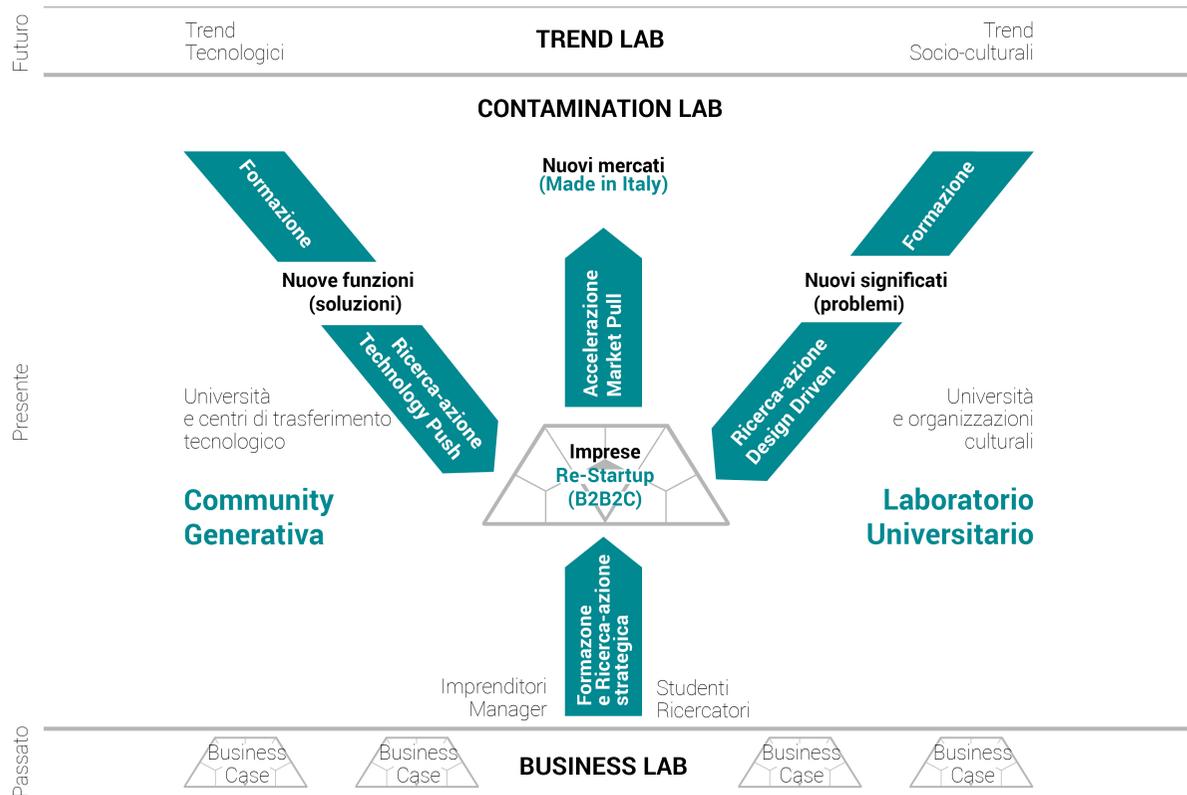
Le occasioni di rinnovamento nella vita quotidiana



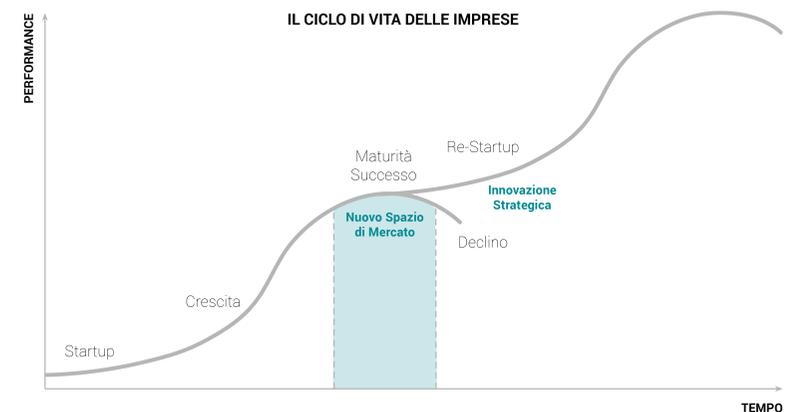
I progetti di rinnovamento e/o creazione del valore attualmente esistenti riguardano progetti di ricerca dedicati, formazione dedicata, piani di accelerazione (Re-Startup), Workshop e/o Meeting ad hoc, specifici e concordabili con le aziende partecipanti.

Il Contamination Lab

Lo sviluppo di Re-Startup innovative per generare cambiamenti



Lo sviluppo nel presente di progetti di innovazione del modello di business a partire dallo sfruttamento dei trend tecnologici e socio-culturali e dall'analisi di casi aziendali innovativi, permette di lanciare Re-Startup da supportare attraverso progetti di accelerazione market pull finalizzati a creare nuovi mercati, senza compromettere il funzionamento del modello di business consolidato.



Il Contamination Lab

I Progetti di ricerca-azione ad hoc: servizi offline d'innovazione strategica

INFORMAZIONE

1. raccontare e analizzare casi di imprese particolarmente significanti a 100 imprenditori



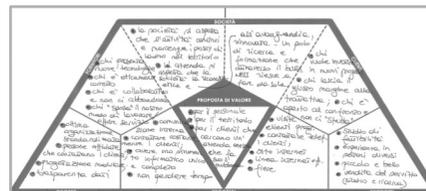
FORMAZIONE

2. illustrare la metodologia utilizzata nei progetti di innovazione strategica e avviare la mappatura si 25 imprese



ANALISI

3. mappare missione, strategia e modello di business, con il supporto di ricercatori e studenti di 5 imprese



VALUTAZIONE

4. stimolare il confronto in un'ottica di open strategy innovation per discutere insieme delle possibilità d'innovazione strategica



Assistenza in filiale o in impresa alla compilazione dei modelli di self-assessment da parte di analisti di Intesa e/o studenti masterini come loro project work.

Assistenza in filiale o in impresa alla valutazione del report di self-assessment su grado di innovazione e coerenza strategica parte di analisti di Intesa.

Lancio di un progetto di innovazione strategica alle imprese valutando la coerenza strategica e la sostenibilità finanziaria delle diverse opzioni strategiche formulate.

Implementazione del piano di innovazione strategica attivando una rete di consulenti specializzati su temi di:

- digitalizzazione;
- internazionalizzazione;
- organizzazione e gestione del personale;
- nuovi materiali e processi produttivi;
- supply chain;
- distribuzione;
- comunicazione, ecc.

FORMULAZIONE E IMPLEMENTAZIONE

5. lanciare un progetto di innovazione strategica all'interno delle imprese valutando la coerenza strategica e la sostenibilità finanziaria delle diverse opzioni strategiche formulate e implementare il piano di innovazione strategica attraverso KPMG.



I Progetti di ricerca-azione ad hoc: servizi online d'innovazione strategica

INFORMAZIONE

1. Costruzione e caricamento su piattaforma dedicata di video illustrativi di casi delle imprese più "significanti" per ispirare le altre imprese applicando il format "meettheboss"

FORMAZIONE

2. Costruzione e caricamento su piattaforma dedicata (Palco?) di un corso di formazione breve sulla metodologia per sviluppare progetti di innovazione strategica

ANALISI

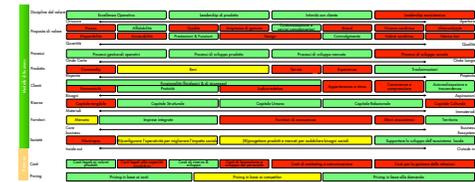
3. Costruzione e caricamento su piattaforma dedicata dei modelli da compilare per permettere un primo self-assessment su grado di innovazione e coerenza strategica



<p>RISORSE</p>	<p>Indicare la risorsa esistente e una breve descrizione</p> <p>1. Indicare la risorsa esistente e una breve descrizione</p>
<p>RISERCHA NON SPECIFIC</p> <p>1. Indicare la risorsa esistente e una breve descrizione</p>	<p>CARTEE SENSIBILE</p> <p>Indicare la risorsa esistente e una breve descrizione</p>
<p>RISERCHA NON SPECIFIC</p> <p>1. Indicare la risorsa esistente e una breve descrizione</p>	<p>CARTEE SENSIBILE</p> <p>Indicare la risorsa esistente e una breve descrizione</p>
<p>RISERCHA NON SPECIFIC</p> <p>1. Indicare la risorsa esistente e una breve descrizione</p>	<p>CARTEE SENSIBILE</p> <p>Indicare la risorsa esistente e una breve descrizione</p>

VALUTAZIONE

4. Costruzione di una metodologia automatica per elaborare il self-assessment su grado di innovazione e coerenza strategica e rilascio di un report all'impresa



1. Analisi

Compilazione guidata attraverso l'app dei modelli di self-assessment da parte del cliente e dei suoi collaboratori.

2. Valutazione

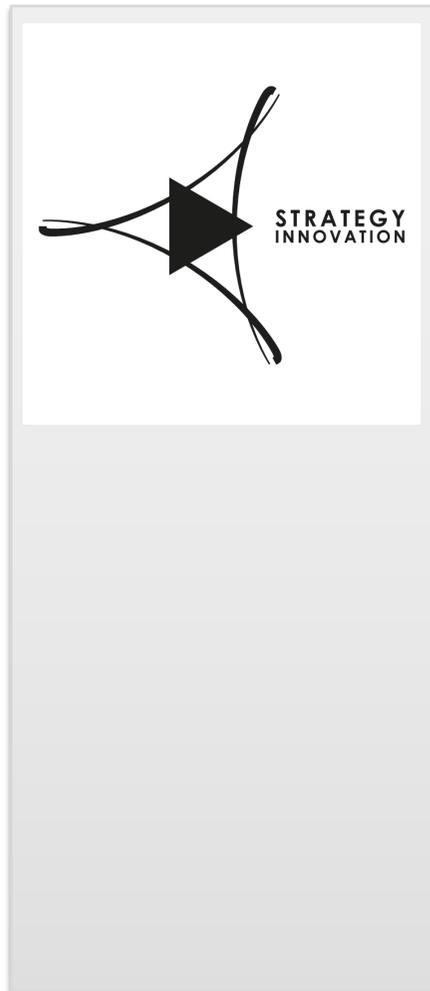
Report automatizzato su:
 ○ livello di allineamento tra i manager che hanno compilato i modelli;
 ○ grado di innovazione e coerenza strategica.

3. Formulazione

Report automatizzato su possibili temi strategici innovativi da implementare coerentemente alla mappatura effettuata, riportando come esempi che casi aziendali che rappresentano delle best practice da imitare per lo sviluppo della stessa innovazione.

FORMULAZIONE E IMPLEMENTAZIONE

5. lanciare un progetto di innovazione strategica all'interno delle imprese valutando la coerenza strategica e la sostenibilità finanziaria delle diverse opzioni strategiche formulate e implementare il piano di innovazione strategica attivando una rete di consulenti specializzati.



VISION

Strategy Innovation ambisce a promuovere la significatività dell'impresa in quanto creatrice di nuovi posti di lavoro legati all'esclusività del territorio, e il significato dell'impresa in quanto creatrice di nuovi concetti liberati dalla varietà del territorio e veicolati ai clienti e alla società attraverso i suoi prodotti, processi e modalità di relazione.

MISSION

- ▲ VALORE: provocare (perché no?)
- ▽ SCOPO: trasformare
- ▲ FOCUS: (d)istruzione per liberare creatività
- ▲ CREDENZE: indisciplinarietà



Strategy Innovation

Le referenze negli anni

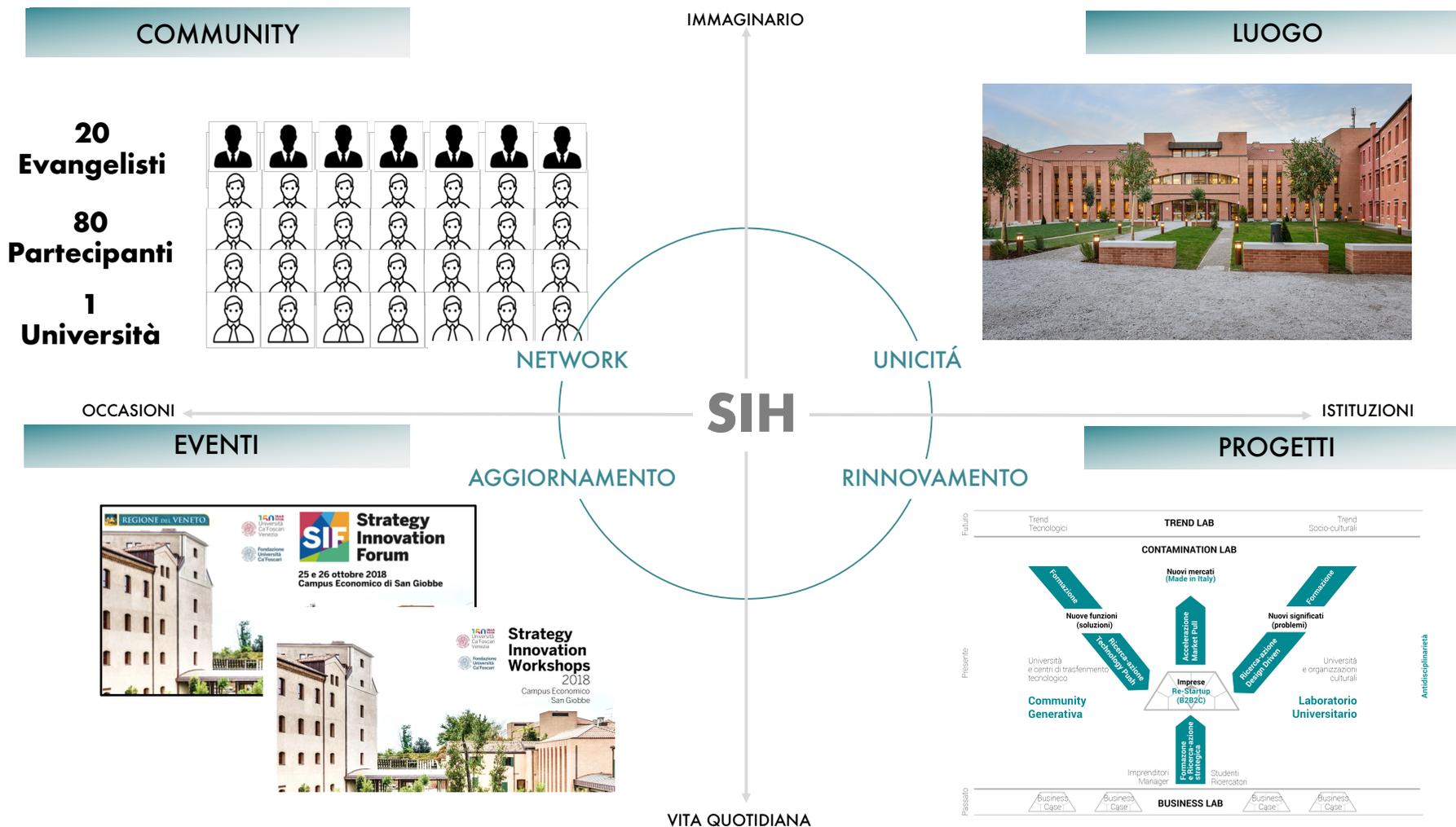
B2C

B2B



Il luogo del SIH

La sede del SIH all'interno del Campus Economico San Giobbe dell'Università Ca' Foscari Venezia



Il luogo del SIH

17

Il campus è facile da raggiungere pur essendo "isolato", frequentato da migliaia di studenti di management e esempio emblematico della possibilità di risolvere il paradosso tradizione (ex macello) vs. innovazione (tecnologie collaborative)



I partner che hanno scelto SIH

I soggetti coinvolti



