



## LO SVILUPPO TEMATICO DEL CICLO DI INCONTRI...

### 1 IL MONDO CAMBIA VELOCEMENTE: O SI INNOVA O SI MUORE

Oggi molta importanza viene data, giustamente, alla capacità delle imprese di esportare i propri prodotti in tutto il mondo. Ma come si possono esportare prodotti uguali a tutti gli altri? Chi ci compra articoli di prezzo elevato se non offrono prestazioni nuove o vantaggiose? L'innovazione è la strada obbligata per essere competitivi e si può agire su **"5 leve"**.

### 2 QUALE FUTURO?

Un'occhiata a ciò che avviene nel mondo: **l'incontro "Scenari"** servirà a fornirci un quadro d'insieme nel quale muoverci. L'Analisi di Scenario consente di descrivere l'evoluzione possibile di fenomeni economico-finanziari ipotizzando andamenti alternativi di alcune variabili-guida.

### 3 QUALE ORGANIZZAZIONE?

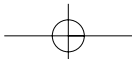
L'innovazione però non si improvvisa: è frutto di un'organizzazione aziendale studiata per fare dell'impresa una macchina efficiente, da indirizzare di volta in volta verso gli obiettivi che vengono stabiliti. Il focus sulla **"Lean production"** ci aiuterà a impostare l'azienda in modo adeguato ad affrontare le nuove difficili sfide.

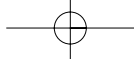
### 4 L'ANALISI CRITICA DELL'IDEA

Le idee generalmente non mancano, anzi spesso rischiano la sovrabbondanza: c'è invece scarsità di idee buone. È importante saperle analizzare, cercando di capire se vale la pena investire in esse, impegnando tempo e risorse. Allo scopo è opportuno utilizzare una metodologia mirata a **generarle e a verificarne la fattibilità** in un progetto sostenibile (attraverso l'esplicitazione dei benefici attesi, delle problematiche tecniche, del target di utilizzatori e clienti potenziali).

### 5 COME PORTARE L'IDEA SUL MERCATO

L'azienda conosce sicuramente molto bene il proprio mercato; ma ogni innovazione coglie bisogni nuovi, un target particolare, una nicchia non conosciuta: insomma, si è di fronte ad un **nuovo mercato**, e bisogna avere gli strumenti per interpretarlo e per comunicare con efficacia il contenuto di novità del nostro prodotto o del nostro "produrre". Per governare tutto questo percorso non basta l'ordinario controllo di gestione, ma con il metodo del Project Management e del business plan si riduce sensibilmente il rischio connesso all'innovazione e si tiene ben salda la bussola per arrivare alla meta.





# PROGRAMMA DI INCONTRI PER LE IMPRESE 2008-2009



UNINDUSTRIA Rovigo  
Area Innovazione



[www.unindustria.rovigo.it](http://www.unindustria.rovigo.it)

dall'idea al mercato  
...innovando l'impresa!

SOLO CUSCINI?

...qualcuno  
ha visto un Airbag!

