

WORKSHOP ONLINE

“Il progetto Museo d’Impresa: dalla valutazione degli investimenti al Business Model Generation”

Con Fabrizio Panozzo, dipartimento di management Università Ca’ Foscari di Venezia

- Venerdì 06 novembre dalle ore 16:00 alle ore 20:00
- Oppure sabato 07 novembre dalle ore 09:30 alle ore 13:30

Nell’ambito del progetto [Industrial Heritage](#), promosso da [Fondirigenti](#) e finalizzato a indagare le modalità di valorizzazione del patrimonio culturale aziendale, si svolgerà il workshop “Il progetto Museo d’Impresa: dalla valutazione degli Investimenti al Business Model Generation” che ha come finalità quella di guidare 20 manager di altrettante PMI, di cui almeno 16 iscritte al fondo, nell’analizzare modelli e processi vincenti sulla valutazione dei ritorni dell’investimento in progettazione, realizzazione e promozione di musei/atelier di impresa. Saranno discussi approcci e gli strumenti per analizzare, da un punto di vista manageriale, il progetto di creazione del museo aziendale, valutarne la convenienza, le relative priorità e la sensitività coinvolgendo altresì i manager in un’azione di creative business modelling. La prospettiva del museo d’impresa (e più in generale della valorizzazione del capitale culturale aziendale) sarà proposta con una precisa angolazione di business per coglierne la valenza dal punto di vista progettuale, gestionale, strategico e generare ed alimentare nel tempo valore competitivo all’interno e all’esterno dell’azienda. Si punterà inoltre a sottolineare una prospettiva innovativa, di natura strategica e integrata, per contribuire ad accrescere la curiosità e l’interesse verso una filosofia di gestione in grado di rafforzare, da un lato, il posizionamento competitivo, dall’altro, la cultura e l’identità dell’impresa.

Il workshop sarà articolato in **3 fasi**:

1) WORM-UP: SESSIONE EMOZIONALE Il museo aziendale individuato sarà letto ed interpretato con una precisa angolazione di tipo economico e strategico per coglierne la valenza dal punto di vista progettuale, gestionale, strategico, per generare ed alimentare nel tempo valore competitivo all’interno e all’esterno dell’azienda. Il worm up punterà inoltre a sottolineare una prospettiva innovativa, di natura strategica e integrata, per contribuire ad accrescere la curiosità e l’interesse verso una filosofia di gestione in grado di rafforzare, da un lato, il posizionamento competitivo, dall’altro, la cultura e l’identità dell’impresa.

2) LEARNING BY DOING: SESSIONE OPERATIVA Tecniche di valutazione dei progetti di investimento in progettazione; realizzazione e promozione di musei/atelier di impresa; design impact - far accadere la trasformazione, dal design thinking al museo/atelier di impresa

3) FOLLOW –UP: SESSIONE DI RIFLESSIONE Azioni di socializzazione e razionalizzazione dell’esperienza condotta, aziendale che verrà reinterpretato alla luce delle nuove conoscenze e consapevolezza acquisite e sperimentate.