



Università
Ca' Foscari
Venezia



san servolo
servizi metropolitani
di venezia

Biennale Innovazione 2016

Isola di San Servolo | Venezia
15 | 16 luglio 2016

Main Partner

INTESA  SANPAOLO

Biennale Innovazione 2016

programma

Preludio | venerdì 15 luglio

17.00 Accoglienza dei partecipanti, saluti del Presidente di San Servolo Servizi Metropolitan di Venezia e aperitivo di benvenuto

17.30 Apertura dei lavori



Stefano Campostrini
Professore di Statistica Sociale
Ca' Foscari Venezia

Preludio | venerdì 15 luglio

17.45 I CAMBIAMENTI TECNOLOGICI E SOCIO-CULTURALI
VIDEOTREND



Michele Bugliesi
Magnifico Rettore
Ca' Foscari Venezia



Maurizio Montagnese
Chief Innovation Officer
Intesa Sanpaolo

18.00 ARTE, ARCHITETTURA E INNOVAZIONE



Michele De Lucchi
Architetto e Designer



Michele Coppola
Responsabile Attività Culturali
Intesa Sanpaolo

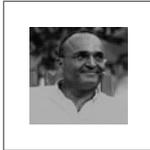
18.30 LA VISIONE DELLE IMPRESE SIGNIFICANTI



Carlo Bagnoli
Professore di Innovazione Strategica
Ca' Foscari Venezia

Il gusto per l'impresa nel senso della missione impossibile, ma anche del laboratorio in cui creare opere uniche e universali è ciò che ci ha salvato in molti frangenti della nostra storia. Oggi, per sostenere un territorio impegnato in una sfida epocale, le imprese italiane devono guidare assieme un nuovo rinascimento: l'impresa comune di mettere a frutto un patrimonio civile, culturale e artigianale unico al mondo.

19.00 **LA MISSIONE DELLE IMPRESE SIGNIFICANTI**



conduce la discussione

Carlo Alberto Pratesi | Professore di Gestione delle Imprese | Roma Tre



FOCUS | L'accelerazione esponenziale

David Orban | Ambassador Singularity University Italy

L'accelerazione delle tecnologie esponenziali porta un deciso vantaggio verso le organizzazioni che sono in grado di cavalcarle e che sono decentralizzate. I sistemi autonomi complessi che costruiamo devono essere dotati di una capacità di decisioni etiche che possono essere basate solo su una solida scienza della moralità. La convivenza empatica tra persone e macchine è la base di una civiltà inclusiva, resiliente e che offre dignità a tutti.



CREDENZE | La proposta italiana

Francesco Morace | Future Concept Lab

Non si può più affrontare il cambiamento del contesto attraverso una "risposta" veloce. Occorre una "proposta" tempestiva che affondi nella capacità tutta italiana di cogliere le opportunità, offrendo il prodotto giusto, al momento giusto, nel luogo giusto, magari dopo averci pensato a lungo.



VALORI | L'umanesimo digitale

Marco Minghetti

Partner Openknowledge Humanistic Management

La rivoluzione digitale, causa prima dell'accelerazione, porta a mettere in discussione tutti i modelli di business, ma non può mettere in discussione la centralità della persona e dei legami tra le persone per il perseguimento di una prosperità equa e diffusa. La tecnologia è sempre un mezzo e non il fine.



SCOPO | La trasformazione culturale

Andrea Illy | Presidente Illycaffè spa

Per sfuggire alla commoditizzazione che caratterizza i mercati di massa, occorre passare dal produrre e distribuire beni e/o servizi, al guidare esperienze trasformative. In questo nuovo mercato, la materia prima da trasformare è la persona (fisica e giuridica), portandola verso l'autorealizzazione.

Preludio | venerdì 15 luglio

20.00 Chiusura del preludio

20.30 Innovative Dinner powered by  **BERTO'S**[®]

22.00 Live music & cocktail networking in giardino

Intermezzo | sabato 16 luglio

09.00 STRATEGIA 1 | LA DISTRIBUZIONE | IL PARADIGMA DEL RICONOSCIMENTO VIDEOTREND



conduce la discussione

Benedetta Arese Lucini | CEO Oval Money



La sharing economy come paradigma di (de)generazione

Cristiano Rigon | Presidente e AD Gnammo

I millennials tracciano il segno ai nativi digitali, creando un sistema differente dal capitalismo, dove se stessi esistono e hanno valore nel vivere qualcosa prima che nel possederlo. È l'economia collaborativa: l'espressione di un utilizzo nuovo della rete. Come si può inventare un market place che generi valore, esserne pionieri e leader?



L'open innovation come paradigma di (co)generazione

Aristide Ngantcha | Managing Director Altran Italia per la Divisione EILIS

L'internazionalizzazione fa sì che la conoscenza detenuta anche dal più grande centro di ricerca sia irrilevante rispetto alla totalità delle conoscenze disponibili. La open innovation è ormai l'unico percorso possibile da seguire, per localizzare "pezzi" rilevanti di conoscenza verso un autentico paradigma della (co)generazione di valore.



La benefit corporation come paradigma di (ri)generazione

Eric Ezechieli | Nativa Evolution Officer

La visione della benefit corporation (B Corp) è innescare una competizione positiva tra tutte le aziende, misurate e valutate secondo uno stesso metro: il vero Beneficio prodotto per la società e la biosfera e non solo gli utili per gli azionisti. Le B Corp sono una soluzione concreta e scalabile che crea valore per l'intera società, nata per diffondere un paradigma più evoluto di business.

10.00 Coffee Networking & Brainstorming

Intermezzo | sabato 16 luglio

10.15 STRATEGIA 2 | LO SCAMBIO | LA PIATTAFORMA PER IL CAMBIAMENTO VIDEOTREND



conduce la discussione

Roberta Cocco | Direttore CSR & National Development Microsoft Europa



Lo sviluppo di imprese antifragili per reagire ai cambiamenti

Michele Parisatto | Managing Partner, KPMG Advisory

Le imprese antifragili sono in grado di cogliere le opzioni strategiche che permettono di amplificare gli impatti positivi derivanti da discontinuità sempre più frequenti e imprevedibili. Quali strategie adottare per diventare più competitivi e crescere in fasi, come quella attuale, in cui il cambiamento continuo è il nuovo paradigma?



Lo sviluppo di (re)start up innovative per generare cambiamenti

David Bevilacqua | Presidente Yoroï

Lo sfruttamento dei trend tecnologici e socio-economici emergenti deve avvenire attraverso la creazione di spin off aziendali sviluppati in continuità con l'impresa consolidata. Questo permette di (pro)gettare e quindi testare sul mercato un innovativo modello di business senza compromettere il funzionamento di quello esistente.



Lo sviluppo di ecosistemi di business per accelerare i cambiamenti

Alessandro Canzian | Direttore Marketing Vodafone Italia

L'impresa significante deve creare ecosistemi di business: reti aperte di imprese eterogenee fondate su piattaforme digitali e/o organizzative, che dalla loro interazione continuativa creano valore, sviluppando e presidiando - attraverso la "coopetizione" - nuovi mercati, significati, prodotti, modelli di business, modelli organizzativi e tecnologie.

11.15 Coffee Networking & Brainstorming

Tavolo: Gli impatti della distribuzione e dello scambio sull'architettura del *business model*

13.00 Pranzo

13.45 **STRATEGIA 3 | IL CONSUMO | IL CONTESTO DELLA CRESCITA**
VIDEOTREND



conduce la discussione
Monica Fabris | Presidente Episteme



Il Beauty to Business to Consumer (B2B2C) come “contesto di (valorizz)azione”
Luca Schieppati | Designer Cyclotte

Oggigiorno un progettista deve cercare di perfezionare qualcosa che già esiste e che magari non soddisfa completamente, per migliorarne forma, funzionalità e significato. Non si realizzano prodotti stagionali. Si realizzano prodotti che ci accompagnano per tutta la vita. Ecco come la ricerca del bello e del ben fatto diventa sinonimo di successo.



Il Business to Business to Consumer (B2B2C) come “contesto di (re)azione”
Enrico Loccioni | Presidente Loccioni Group

Anche un'impresa B2B può essere un'impresa della conoscenza, che sviluppa progetti e innovazione attraverso la relazione tra le persone. Le soluzioni tecnologiche per la misura e il controllo qualità, diventano occasione per catalizzare i bisogni e le visioni di futuro di chi produce beni e di chi li usa; per creare ponti culturali e digitali tra processo produttivo e mercato/comunità.



L'internazionalizzazione e l'innovazione come “contesto di (circol)azione”
Lucio Gomiero | MG di Hazelnut Business Company di Ferrero Trading Lux SA

La necessità/opportunità di relazionarsi con nuovi, grandi mercati esteri - anche grazie alle tecnologie digitali - caratterizzati da regole, dimensioni e velocità sconosciute, obbliga le imprese a formarsi una cultura globale. Ciò comporta una revisione dei prodotti offerti e dei modelli di business e organizzativi adottati, stimolando l'innovazione sistemica e permettendo una maggiore internazionalizzazione.

Intermezzo | sabato 16 luglio

15.00 **STRATEGIA 4 | LA PRODUZIONE | LA PRODUTTIVITÀ SMART**
VIDEOTREND



conduce la discussione

Alessandra Poggiani | Direttrice Generale Venis SPA



Industry 4.0 per una smart factory

Giuliano Busetto | CEO Industry Divisions Siemens Italy

L'innovazione digitale nei processi dell'industria manifatturiera viene oggi identificata come la quarta rivoluzione industriale: big data e analytics, cloud computing, realtà aumentata, stampa 3D, robots, cyber security, IoT, simulazione e modelli digitali virtuali rappresentano le principali tecnologie caratterizzanti. Le macchine dialogheranno tra di loro e l'uomo, in un evoluto nuovo ruolo, rimarrà al centro del contesto produttivo e gestionale.



L'internet of beautiful things and services per uno smart living

Agostino Santoni | AD Cisco Italia

L'internet of things and services pervade sempre più la vita quotidiana delle persone. Nel design delle soluzioni IoT ci si focalizza su utilità e semplicità, mettendo in secondo piano estetica e significato. Questo, nonostante la parola "design" derivi dal latino "de-signare", ossia distinguere una cosa con un segno, darle un senso, attribuirle un significato.



Dalla produzione di massa alla produzione delle masse per uno smart commons

Antonio Campo Dall'Orto | Direttore Generale RAI

L'IoT sta spingendo i livelli della produttività fino al punto in cui il costo marginale di numerosi beni e servizi sarà quasi azzerato: sta nascendo un'economia ibrida, orientata in parte al mercato capitalistico e in parte al common collaborativo. Chiunque può fare impresa senza avere una fabbrica: i nuovi assi del potere saranno infatti governati dalla democratizzazione della produzione.

16.00 Ice Cream Networking & Brainstorming

Tavolo: Gli impatti del consumo e della produzione sull'architettura del *business model*

Finale | sabato 16 luglio

17.45 ECOSISTEMA STARTUP INTERNAZIONALI



a cura di
Dani Schaumann
Global Country Advisor
Intesa Sanpaolo

18.00 GLI IMPATTI SULL'ARCHITETTURA DEL BUSINESS MODEL

Sintetizzano i risultati dei Tavoli i Professori di Ca' Foscari Venezia



**La distribuzione
e il consumo**
Andrea Pontiggia
Professore di organizzazione



Lo scambio e la produzione
Giorgio Bertinetti
Professore di finanza aziendale

18.20 DIBATTITO FINALE - SO WHAT



Conduce la discussione
Filippo Astone
Direttore Industria Italiana



Marco Simoni
Consigliere economico
Presidenza del Consiglio
dei Ministri



Alberto Baban
Presidente
PMI Confindustria



Andrea Guerra
AD Eataly

Finale | sabato 16 luglio

18.50 CONCLUSIONI



Stefano Barrese
Responsabile Divisione
Banca dei Territori
Intesa Sanpaolo

19.10 Conclusione dei lavori

21.00 Cena di gala

23.00 Fuochi d'artificio del Redentore
Cocktail & Live Music Networking

Biennale Architettura | sabato 16 luglio

10.00 **Visita a Biennale Architettura** (su prenotazione, *per accompagnatori*)



Biennale Innovazione è ideata, progettata e realizzata dall'Università Ca' Foscari Venezia e dalla Società San Servolo Servizi Metropolitan di Venezia. Il gruppo segue ogni fase di realizzazione dell'evento avendo cura di supervisionare tutti gli elementi didattici, valoriali e logistici.



Università
Ca' Foscari
Venezia



san servolo
servizi metropolitan
di venezia

Partner

Main Partner

INTESA  SANPAOLO

Partner


KPMG


CISCO™


MASERATI


VENIS

STRATEGY
INNOVATION


VEGA
PARKO SCIENTIFICO TECNOLOGICO
DI VENEZIA

Sponsor

Food, beverage and refresh Sponsor



Ristorando

staygreen
VENEZIA

Loison
PASTICCERI DAL 1938



VERO INFUSO DI THE
ESTATHE
Ice
FERRERO



BISOL
VITICOLTORI
IN VALDOBBIADENE



Graphic Sponsor

printed by
pixartprinting

Media Sponsor

INDUSTRIA ITALIANA
ANALISI E NOTIZIE SCELTE SU ECONOMIA REALE & INNOVAZIONE

