

# MODEL CANVAS

Tavolo Progetti Internazionali- Gruppo di Lavoro 'Horizon Europe'

Linea tematica

- *Innovazione in Horizon Europe*

*La scheda riportata evidenzia come si possa rispondere alla tabella Canvas prevista nel template proposal Part B di Horizon Europe, sezione 2 sia partendo da quanto richiesto nella sezione 2 del template sia guardando a quanto in letteratura su Model Business Canvas.*



C O D A U  
Convegno dei Direttori generali  
delle Amministrazioni Universitarie

Coordinatrice: Donata Franzi, UNISI Partecipanti: Marta Capiluppi  
UNIVR

Model CANVAS tool			
	Horizon Europe PartB proposal	MODEL CANVAS	
<p><b>SPECIFIC NEEDS</b></p> <p>What are the <b>specific needs</b> that <b>triggered</b> this project?</p>	<p>Rivedere gli obiettivi del progetto in termini di problematiche affrontate e che il progetto vuole risolvere, avendo come riferimento il topic in Work Programme e la Destination di riferimento</p> <p><b>Informazioni utili potrebbero essere ricavate anche dal punto ...and the extent the proposed work is ambitious</b></p>	<p><b>Sezione Value Proposition:</b>            Quale problema dello stakeholder o utilizzatore finale risolviamo?            Quale bisogno soddisfiamo?            Di quale tipo di valore siamo portatori?</p>	<p><b>Esempi:</b> con il progetto si contribuisce a            Riduzione dei rischi            Diminuzione dei costi            Aumento dell'accessibilità            Aumento dell'usabilità            Prestazioni dimostrate come migliori            Ottimizzazione di particolari processi</p>
<p><b>EXPECTED RESULTS</b></p> <p>What do you <b>expect</b> to <b>generate</b> by the end of the project?</p>	<p><b>Riferimento Sez. Ambition (sez 1.1), Methodology (sez 1.2).</b>            Alcuni esempi di risultati possono essere inclusi già nel template nella sez 1.1: ground-breaking R&amp;I, novel concepts and approaches, new products, services or business and organisational models.</p> <p>Anche la definizione di Results riporta esempi: know-how, innovative solutions, algorithms, proof of feasibility, new business models, policy recommendations, guidelines, prototypes, demonstrators, databases and datasets, trained researchers, new infrastructures, networks, etc.            NB: qui si parla di risultati durante tutta la durata del progetto, non solo quelli finali.</p>		
<p><b>D &amp; E &amp; C MEASURES</b></p> <p>What dissemination, exploitation and communication measures will you apply to the results?</p>	<p><b>Riferimento sezione 2.2 del template</b>            Il suggerimento è di riportare nella tabella le attività riferendosi ai risultati e ai target group.</p> <p>Dividere tra attività di Dissemination, Exploitation e Communication.</p>	<p><b>Sezione Attività Chiave</b>            Quali attività dobbiamo svolgere per far conoscere al meglio obiettivi, attività e risultati del progetto? Cosa dobbiamo fare per far conoscere il valore della innovazione prodotta dal nostro progetto?            A chi ci rivolgiamo?            Quali sono le attività indispensabili per creare la nostra offerta?            Quali attività sono indispensabili per la sua diffusione e distribuzione?            Quali attività sono indispensabili per fidelizzare il cliente (o meglio nuovi partners, stakeholders, end-users)?</p> <p style="color: red; font-size: small;">Possibile riferimento anche alle risorse in budget</p>	<p><b>Sezione Canali Distributivi</b>            Attraverso quali Canali raggiungiamo i nostri target groups o end users?            In che modo distribuiamo la nostra offerta?            Quali sono i punti di contatto tra la nostra impresa (o meglio consorzio di progetto o il nostro ente) e i suoi "Segmenti di Clientela" durante tutto il processo di implementazione del progetto e dopo?</p>
<p><b>TARGET GROUPS</b></p> <p>Who will <b>use</b> or further update the <b>results</b> of the project?</p>	<p><b>Riferimento sezione 2.2 del template</b>, ma probabilmente saranno già individuati per lo sviluppo della <b>sezione 2.1</b>.</p>	<p><b>Sezione Partner Chiave</b></p> <p><b>Sezione Segmenti di Clientela</b></p>	<p><b>Esempi:</b>            Quali integrazioni esterne sono necessarie per creare la nostra offerta e generare valore per il mercato?            Chi sono i nostri potenziali ulteriori partner oltre che target groups della <del>innovazione proposta?</del></p>
<p>Who will <b>benefit</b> from the <b>results</b> of the project?</p>	<p>Questi gruppi dovranno essere descritti principalmente nella <b>sezione 2.1</b> (su chi vanno a impattare i risultati della ricerca?) e anche in parte nella Methodology (<b>Sezione 1.2</b>).</p>		<p><b>Esempi:</b>            Chi sono i nostri target?            Per chi stiamo creando valore?            Chi sono i nostri riferimenti più importanti?</p>
<p><b>OUTCOMES</b></p> <p>What <b>change</b> do you expect to see <b>after successful dissemination and exploitation</b> of project results to the <b>target group(s)</b>?</p>	<p>I cambiamenti dovranno essere principalmente descritti nella <b>sezione 2.1</b> quando si parla di impatto. In parte però sono anche collegati agli obiettivi, quindi alla <b>sezione 1.1</b>.</p> <p><b>Consiglio:</b> fare riferimento ai risultati e alle azioni di dissemination &amp; exploitation indicate in <b>sez. 2.2</b> per definire gli outcome di progetto per ciascun target group</p>		
<p><b>IMPACTS</b></p> <p>What are the <b>expected wider scientific, economic and societal effects</b> of the project contributing to the expected impacts outlined in the respective <b>destination</b> in the work programme?</p>	<p><b>Riferimento sezione 2.1.</b> In particolare qui si fa riferimento agli <b>impatti attesi</b> indicati nella <b>destination</b> di riferimento, che vanno adattati al progetto che si sta presentando.</p>		

I Partecipanti alla Linea tematica Horzon Europe – Innovazione

Donata Franzì	Università di Siena
Martina Faticoni	Università Vita-Salute San Raffaele
Adele Del Bello	Università degli Studi di Ferrara
Cristina Dolfi	UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI FIRENZE
Alessandro Kim Cerutti	Università degli studi di Torino
Elisa Ambrosio	Politecnico di Torino
Ferdinando Dimaggio	UNIMORE
Nadja Saendig	UNIMORE
Irene Chini	UNIMORE
Daniele Bruschi	Uni Sapienza
Claudio Nidasio	UNIVR
Marta Capiluppi	UNIVR
Lorena Pizzale	UNIUD
Dajana D'Andrea	Università degli Studi "G.d'Annunzio" Chieti-Pescara
Gessica D'Agostino	Università degli Studi "G.d'Annunzio" Chieti-Pescara
Claudia Piccioni	Università Bocconi Milano
Francesca Fazio	Università Bocconi Milano
Ilaria Libani	Università degli Studi di Milano
Marco Filippozzi	FONDAZIONE B. KESSLER
Miriam Tullii	UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI TERAMO
Andrea Carini	Università degli Studi di Pavia
Stefania Pesce	Politecnico Milano
Antonella Benvenuto	Università Campus Bio-Medico di Roma
Simona De Simone	Università di Camerino