

****

**allegato 1**

**Presentazione aziendale, del progetto innovativo e dell’MVP**

**della STARTUP / MPMI INNOVATIVA:**

**……………………………………….**

**luogo e data**

…………………………………….

# Sommario

[Sommario 2](#_Toc124322597)

[1 High-level Concept – **Elevator Pitch** 3](#_Toc124322598)

[**2** **Executive summary** 3](#_Toc124322599)

[2.1 La società 3](#_Toc124322600)

[2.2 Il prodotto/servizio esito dell’attività progettuale 3](#_Toc124322601)

[2.3 Il mercato 3](#_Toc124322602)

[**3** **Il Lean Canvas** 4](#_Toc124322603)

[3.1 Segmenti di clientela 4](#_Toc124322604)

[3.2 Descrizione del problema per profili di clientela/utenza 4](#_Toc124322605)

[3.3 Descrizione della soluzione e della mappa del valore 4](#_Toc124322606)

[3.4 Value Proposition 4](#_Toc124322607)

[3.5 Unfair Advantage 4](#_Toc124322608)

# High-level Concept – **Elevator Pitch**

Come descriveresti in forma molto sintetica il risultato dell’attività progettuale ad interlocutori terzi interessati all’iniziativa: investitori, stampa, eventi di networking, reclutatori, membri del team, ecc.

(Max. 500 caratteri)

# **Executive summary**

## La società

In questo paragrafo descrivere il profilo della società proponente:

• Denominazione impresa

• Sede interessata dal progetto

• A quale scopo è stata costituita e quali sono gli obiettivi della società?

• Cosa produce e vende l’impresa?

• Quali sono i punti di forza e le opportunità di crescita?

• Quali le debolezze, le minacce e i fattori critici che influenzano il successo delle attività?

(Max. 1.500 caratteri)

## Il prodotto/servizio esito dell’attività progettuale

In questo paragrafo descrivere sinteticamente gli obiettivi progettuali, ponendo enfasi sui seguenti aspetti:

• Titolo del progetto

• In cosa consiste l’idea progettuale e come si inquadra nell’ambito del *core business* dell’impresa?

• Cosa rende il prodotto/servizio risultato dell’attività di progetto: unico, innovativo e distinguibile dalla concorrenza?

• In quale fase di sviluppo (TRL – IRL) si trova il prodotto/servizio all’atto di presentazione della manifestazione d’interesse? **Motivare dettagliatamente il proprio TRL – IRL.**

• Ci sono barriere all’entrata?

(Max. 1.500 caratteri)

* 1. Il mercato

In questo paragrafo descrivere le macro-dimensioni del mercato di riferimento:

• Quali sono le dimensioni attuali del mercato di riferimento (Nazionale/Internazionale)?

• Quali sono le stime di crescita prevista del mercato?

• Chi sono i concorrenti?

• Esistono barriere all’ingresso?

(Max. 1.500 caratteri)

# **Il Lean Canvas**

Completare il Lean Canvas secondo il modello dell’allegato 2 e rispondere alle seguenti domande

## Segmenti di clientela

Descrivere i differenti gruppi di persone e/o organizzazioni ai quali l’azienda si rivolge, classificando i clienti/utenti in relazione a comportamenti, esigenze, caratteristiche e bisogni.

• Chi è il cliente/utente target e quali sono le sue caratteristiche?

• Quali sono i segmenti di mercato e le tipologie di clientela che vengono “indirizzate” con il progetto?

• Qual è il tipo di mercato (di massa, di nicchia, segmentato, diversificato, multi-sided) all’interno del quale si posizionerà l’azienda, attraverso i risultati conseguiti dal progetto?

(Max. 1.500 caratteri)

## Descrizione del problema per profili di clientela/utenza

In questo paragrafo, descrivere in maniera precisa e dettagliata i desideri del cliente, in termini di obiettivi che intende raggiungere, problemi che sta cercando di risolvere o attività che si propone di svolgere, difficoltà che sperimenta e desideri o vantaggi che vuole realizzare.

(Max 1500 caratteri)

## Descrizione della soluzione e della mappa del valore

Descrivere in dettaglio come i prodotti/servizi proposti, creano valore in funzione di un determinato segmento di clientela e offrono una soluzione al problema individuato

(Max 1500 caratteri)

## Value Proposition

Definire la proposta di valore in relazione alla clientela obiettivo, indicando, Rispetto alle soluzioni attualmente in uso nel mercato/settore di riferimento, perché il prodotto/servizio assume un carattere migliorativo o sostitutivo

(Max 1500 caratteri)

## Unfair Advantage

Descrivere le caratteristiche o gli asset già in possesso dell’azienda che **non possono essere copiati o acquistati**, e richiederebbe una notevole quantità di tempo per chiunque altro per costruirli.

Il vantaggio “sleale” NON è il vantaggio competitivo che si ritiene di avere una volta avviato l'attività, ma quello che rende diverso il proponente da chiunque altro sia disposto a lanciare la stessa identica attività.

(Max 1.500 caratteri)