



Società Italiana di
MANAGEMENT

MAKEITACASE

Una competizione per gli studenti,
un'occasione per le imprese

IMPRENDITORIA
Femminile



I soggetti proponenti



Società Italiana di
MANAGEMENT

La **Società Italiana di Management (SIMA)** con **oltre 500 soci**, è la Società Scientifica dei docenti di Management Italiani.



Invitalia, l'Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa, agisce su mandato del Governo italiano per accrescere la competitività del Paese e per **favorire e sostenere la nascita e la crescita delle imprese.**

PARTNER

IMPRENDITORIA
Femminile



MEDIA PARTNER

MARK UP

Il progetto

Make IT a Case è una competizione nazionale rivolta a studenti e studentesse dei **corsi universitari di management triennali e magistrali**.

I partecipanti divisi in squadre, devono:

- **selezionare un'impresa** sul territorio italiano (PMI o start up);
- raccogliere **informazioni desk e field**;
- elaborare un case study con delle **proposte di innovazione** per incrementare il valore generato.

Perché partecipare come impresa?

Make IT A Case rappresenta una buona occasione per:

- **“Mettersi in gioco”** e sottoporsi allo “sguardo critico” della nuova generazione, capace di offrire **nuove idee e spunti originali per incrementare il valore generato.**
- **Far conoscere la propria realtà** al vasto pubblico di giovani che popolano le aule universitarie.
- Diventare **protagoniste sui media e social network** attraverso le storie degli studenti e delle studentesse, **umentando la propria visibilità.**
- **Attrarre giovani talenti.** Attraverso la partecipazione al progetto, studenti e studentesse scopriranno che nel proprio territorio hanno sede PMI eccellenti che rappresentano anche un importante mercato del lavoro in cui poter realizzare le proprie ambizioni.
- **Accedere all’ecosistema di partner** del progetto

Il processo di selezione

Il **docente titolare** di ciascun insegnamento sceglierà i migliori **3 elaborati** della propria aula



Solo i 3 elaborati selezionati a livello locale saranno **inviati alla segreteria organizzativa** della SIMA



Tra tutti gli elaborati pervenuti, una **giuria** selezionerà il **miglior elaborato a livello di sede** e tra questi i **5 migliori elaborati** a livello nazionale in ciascun semestre



I 5 gruppi selezionati nel **I semestre** presenteranno i propri elaborati in occasione di un evento SIMA-Invitalia che si terrà a marzo-aprile 2025

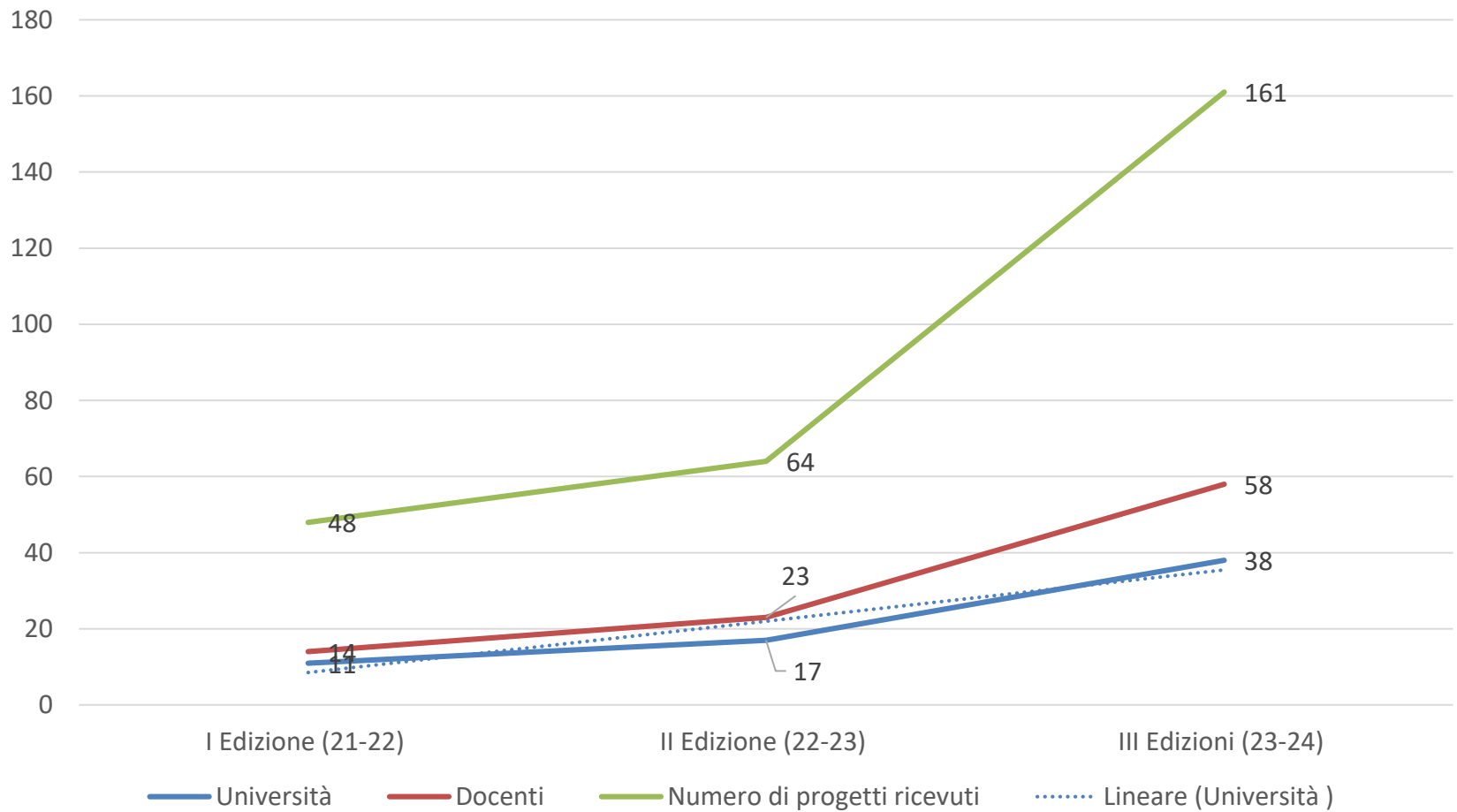
I 5 gruppi selezionati nel **II semestre** presenteranno i propri elaborati in occasione di un SIMA-Invitalia che si terrà a luglio 2025



Sulla base dei pitch, la **giuria** proclamerà i **3 team Vincitori del I e del II semestre**

I numeri

Numeri delle edizioni precedenti



La rassegna stampa

MARKUP 201
Marketing&Consumi
80

“MAKE IT A CASE” in gara il miglior management

di
Laura Michelini

Le imprese italiane al centro di una sfida per gli studenti di management
anche nel contesto delle pmi



la Repubblica

Make IT a case, le storie di successo delle aziende italiane mostrano i tre fattori chiave del Made in Italy

di Cristina Lazzati*

#InTendenza La competizione nazionale rivolta agli studenti di management promossa da Sima ha analizzato oltre 100 casi studio di piccole e medie imprese italiane evidenziando elementi fondamentali delle produzioni di successo della Penisola: distintività, sosten



ItaliaOggi
QUOTIDIANO ECONOMICO, GIURIDICO E POLITICO

Registrati Login

ABBONATI ORA

LEGGI IL GIORNALE DI OGGI ONLINE

Home News Banche Dati Politica Marketing Fisco Lavoro EntiLocali Scuola Agricoltura Appalti Guide Edicola Newsletter My IO

Politica Attualità estero Marketing Economia Diritto e Fisco Diritto e Sport Fisco Giustizia PA Lavoro Professioni Ordini e Associazioni Scuola Agricoltura Contabilità Europa

NEWS

TUTTE LE NEWS INDIETRO

16/11/2021 18:29

ECONOMIA E FINANZA

Sima, 11 università e 2000 studenti per Make it a case, storie di pmi di successo

Sandro Castaldo, presidente Sima: "Far dialogare due mondi, quello dell'università e quello delle imprese ancora oggi troppo distanti. L'iniziativa apre gli studenti al mondo delle pmi in modo che possano scoprire il valore che creano nel nostro paese, per poi applicare i modelli teorici appresi in aula.

PREMIUM

LA STAMPA

Promuovere il Made in Italy con le aziende in aula e gli studenti in azienda

Tradizione, innovazione e sostenibilità: sono le caratteristiche delle imprese italiane che la competizione "Make IT a Case" della Società Italiana di Management vuole riportare al centro del dibattito, nelle aule universitarie e nelle aziende



Le premiazioni della II edizione

Premiazione in occasione del
Festival del Management

Università Bocconi

50 eventi
150 speakers
2400 iscritti



**Festival del
Management**
1st EDITION 3 | 4 FEB 2023 MILAN
Management and corporate culture in the service of society



Le premiazioni della III edizione

Premiazione in occasione del
Festival del Management

Università Bocconi



Tre studenti l'hanno raccontata in un progetto che si è aggiudicato il premio come Miglior caso aziendale

La storia di Ceramiche Noi alla Bocconi

di Paolo Puletti
CITTÀ DI CASTELLO

Un prestigioso riconoscimento universitario di alto livello, si aggiunge alla storia della cooperativa Ceramiche Noi, già nota al pubblico per le varie imprese e traguardi raggiunti. All'Università Boc-

Il presidente Brozzi
"Se i giovani sono interessati significa che siamo sulla strada giusta"

merciale Lorenzo Giorelli e dal presidente Marco Brozzi. "È stata davvero una grande sorpresa e un onore essere scelti da 3 ragazzi giovani come simbolo di resilienza per un progetto così importante che ha attirato l'attenzione su di sé ad un punto tale da essere premiato come miglior progetto", ha commentato Marco

Brozzi, presidente della cooperativa che ha aggiunto: "Se i giovani per primi si interessano alle storie come la nostra significa che stiamo facendo un buon lavoro non soltanto dal punto di vista materiale ma anche e soprattutto sociale per far tornare i ragazzi ad un mondo fa-



Cerimonia all'Università Bocconi di Milano sono stati premiati i tre ragazzi che hanno portato il caso delle Ceramiche Noi

Impresa
Le vicende della cooperativa sono state attenzione da von der Leyen

Legacoop Umbria, dove è stata presentata la storia dell'impresa che dal baro della chiusura è arrivata a far parlare di se anche alla presidente della Commissione europea, Ursula von der Leyen. Chiara Brozzi, Giulia Gragnoli e Filippo Caidonici, i tre ideatori, si sono fatti strada tra più di 80 progetti, arrivando prima in finale per poi aggiudicarsi il premio Miglior caso aziendale. Il contest prevedeva il presentare un caso che fosse anche una testimonianza ed esempio per i giovani, e aveva come finalità di poter proporre alcune linee da poter sviluppare dall'impresa. I tre ragazzi hanno proposto Noi for green, una produzione ed un prodotto eco-green sfruttando anche le fonti

rinovabili e Noi for women, un progetto che invece vede celebrare la lotta contro la violenza sulle donne attraverso la creazione di una collezione di un oggetto simbolo ad hoc da poter vendere in collaborazione con organizzazioni benefiche e/o catene di hotel/retail distribuendo poi il ricavato a quelle associazioni impegnate sul tema.

Antheos
Al caffè letterario c'è l'urbanista Anna Mazzolini

In breve

Raccolta fondi
Una serata di beneficenza con il Lions Club

CITTÀ DI CASTELLO - Il Lions Club Città di Castello Host ha organizzato, per domani sera alla fattoria Caldese, una serata di gala a scopo di beneficenza il cui ricavato sarà devoluto in favore reparto di Senologia dell'ospedale di Città di Castello. Madrina dell'evento l'attrice Lucia Rossi, che reciterà alcune poesie scritte da Sabrina Fedarotti. Ospiti saranno il maestro Fabio Bartistelli e la violinista Lauretta Kukla Hodaj.

CITTÀ DI CASTELLO - Appuntamento



I CASI DELLA II EDIZIONE

MARKUP 316
MARKETING&CONSUMI

Competizione Make IT a Case l'eccellenza italiana al centro

Dalle lampade di Slamp al gin di Favignana fino agli occhiali Damiani: ecco i brand vincitori della competizione promossa da Sima

Laura Michellini | professore associato di Economia e gestione delle imprese, Università Lumsa e consigliere Sima

MAKE IT
A CASE
THE NEW COMPETITION



Laura Michellini
professore associato Università
Lumsa e consigliere Sima

DAMIANI: FOCUS SULLA DIFFERENZIAZIONE DELL'OFFERTA

Si tratta di un'azienda italiana di Bolano (Sp) attiva nel mercato dell'occhialeria, con un fatturato medio di oltre 3,2 milioni di euro. Damiani offre una vasta gamma di prodotti Made in Italy innovativi; un rapporto qualità/prezzo molto interessante, dato dalle numerose garanzie sul prodotto; una fidelizzazione del cliente favorita sia dall'interazione con l'agente di vendita sia da cartelli pubblicitari personalizzati. In termini di scelte strategiche, Damiani pratica un piano di focalizzazione orientato alla differenziazione. Per migliorare ulteriormente il proprio posizionamento, gli studenti coinvolti - Leonardo Bandiera, Claudia Butteri, Francesco Butori, Nicolò Clona, Flavia Dimaura, Marco Ferretti e Pietro Lictra dell'Università di Pisa, coordinati dalle docenti Federica Neri e Antonella Angelini - propongono diverse opzioni: poiché Damiani Occhiali è fra i pochi ad avere una linea bambini, potrebbe sfruttare questa specificità creando una collaborazione con un brand poco conosciuto. Oppure, date le molte sponsorizzazioni agli eventi sportivi, si suggerisce di lanciare una linea sport, offrendo gli occhiali come premio e contattando esponenti del settore. Infine, secondo il gruppo di lavoro Damiani potrebbe migliorare il proprio sito web inserendo elementi distintivi, quali uno sfondo mobile, e che coinvolgono in prima persona il cliente, per esempio mostrando maggiori dettagli della propria storia aziendale. Viene anche consigliato di applicare promozioni (sconti stagionali, pacchetti famiglia) per ampliare il volume di vendita e attirare una maggiore clientela.

Oltre 250 casi di imprese italiane elaborati da più di 1.000 studenti universitari: sono questi i numeri della seconda edizione di Make It a Case, la competizione di Sima Società Italiana di Management, volta a promuovere l'eccellenza delle piccole e medie imprese italiane. Gli studenti, divisi in squadre, si sono sfidati nell'elaborazione del miglior caso aziendale, capace di raccontare come un'impresa crei valore, evidenziando i fattori di successo, ma anche proponendo nuove idee per valorizzare il prodotto o il servizio tipicamente italiano.

I vincitori di questa edizione sono tre realtà d'impresa che operano in settori completamente diversi, ma con un denominatore in comune: catturano l'essenza della nostra cultura dove la qualità della materia prima - qualunque essa sia, tecnopolimeri o foglie di mirto - e un'accurata lavorazione sono al-

la base dell'eccellenza.

LE SFIDE DELLA COMPETIZIONE PER IL FUTURO

Attraverso questa iniziativa, SIMA si propone tre importanti obiettivi per il futuro. Il primo è quello di far sperimentare nuove soluzioni di didattica attiva che, oltre al consolidamento del sapere teorico, siano in grado di creare coinvolgimento e migliorare le cosiddette soft skill, come saper lavorare in squadra o sviluppare la creatività, oggi caratteristiche molto richieste dal mondo del lavoro.

Il secondo è quello di sensibilizzare gli studenti alla bellezza delle imprese italiane "facendoli uscire" dalle aule universitarie per far loro scoprire che, nel territorio dove sono cresciuti o dove studiano, hanno sede Pmi straordinarie, che rappresentano anche uno stimolante mercato del lavoro in cui poter realizzare le proprie ambizioni.

Terzo obiettivo è sostenere la ripresa economica offrendo la possibilità alle aziende di mettersi in gioco e sottoporsi allo sguardo critico della nuova generazione, capace di offrire nuove idee per migliorarsi e innovarsi. Ma anche dar loro l'opportunità di raccontarsi nelle aule universitarie, di diventare protagonisti sul social network attraverso le storie degli studenti in modo da attrarre giovani talenti.

"Partecipare al progetto Make IT a Case - fa sapere Amarelli, azienda vincitrice della precedente edizione - è stata un'occasione utile per confrontarsi con il mondo dei giovani e ricevere nuovi spunti e proposte rispetto alle sfide che stiamo affrontando in questo periodo: come diffondere i valori del Made in Italy, migliorare i processi di digitalizzazione o sfruttare la presenza sui canali social". Damiani, Gin di Favignana e Slamp sono le tre aziende vincitrici dell'edizione di Make IT a Case di quest'anno. Le relative case history (presentate nei box di queste pagine) sono state analizzate dagli studenti, che hanno anche portato il loro contributo di idee, individuando ulteriori opportunità di crescita per le imprese. ☺

MARKUP 316
MARKETING&CONSUMI

GIN DI FAVIGNANA, UNA SPECIALITÀ DEL TERRITORIO

L'avventura inizia a Favignana (Isola Egadi), nell'estate del 2019, da un'idea di Nino Campo e Thibaut Bastel, due ragazzi con meno di 30 anni, e Davide Tedesco, un favignanese con grande passione per l'agricoltura. Il loro obiettivo è di realizzare un gin con i profumi della terra di Favignana. D'inverno preparano l'impianto idraulico, piantano le erbe, comprano del terreno e un trattore. Per il loro gin, viene scelta una base London Dry, cui si aggiungono le migliori 6 botaniche endemiche: dal rosmarino all'assenzio, alla verbena. Ne viene fuori un gin di 41 gradi secco e cremoso. Il gin è proposto in bottiglie realizzate dai vetrai piemontesi, ondulate come la terra solcata dalla zappa. Il gin viene lanciato a Favignana e venduto in esclusiva durante le feste solo sull'isola, divenendo il gin più acquistato a livello locale. In poco tempo cominciano ad arrivare ordini da tutta Italia e dall'estero. In Sicilia il gin è in vendita presso enoteche e grossisti, ed è acquistabile sul sito eCommerce di alcuni grossisti; inoltre, si sta cominciando a lavorare a un web shop dedicato. Le proposte di innovazione degli studenti (Irene Falco, Mirko Fragale, Andrea Fumarola, Italia Palumbo, Alberto Ribaud, Marco Shagra e Usama Tangi dell'Università degli Studi di Parma, coordinati dalla docente Sabinia Latus) vanno in due direzioni. La prima guarda al territorio, con l'obiettivo di valorizzare il legame emozionale con Favignana attraverso accordi con strutture alberghiere e ristorazione e l'inserimento del QR Code nell'etichetta che rimandi ad un video sull'isola di Favignana. La seconda è relativa all'eCommerce, attraverso l'implementazione di attività di cross selling e il delivery service.

SLAMP: L'ILLUMINAZIONE TRA ARTIGIANATO E INNOVAZIONE

Con headquarter a Pomezia, alle porte di Roma, Slamp è un'azienda italiana che da oltre trent'anni opera nel settore dell'illuminotecnica decorativa d'interni. Le lampade Slamp sono realizzate a mano e nascono dalla collaborazione con designer e architetti di fama internazionale. In Slamp la cura del dettaglio è essenziale in ogni fase della catena del valore, dalla progettazione della singola lampada fino all'esperienza finale vissuta dal cliente. Il valore del fatturato dell'azienda ha sfiorato gli 11 milioni di euro, di cui il 76% è rappresentato dall'export. Nell'ottica di acquisire un maggiore vantaggio competitivo, il gruppo coinvolto - composto da Matteo Antinori, Silvia Scandini e Alessia Sciarone dell'Università Sapienza di Roma, coordinati da Alberto Pastore, in qualità di docente) ha consigliato tre vie: lo sviluppo di nuove strategie di comunicazione, il potenziamento della brand identity rispetto al segmento b2c, l'implementazione dell'Internet of Lighting (IoL). Inoltre, per meglio promuovere la brand image di Slamp, viene suggerita anche l'apertura di temporary store nelle principali città italiane.

Link utili

Maggiori informazioni su [Make IT a Case](#)

Articolo « Con il progetto “Make IT a case”, in gara il miglior management» [Mark-Up](#)

Articolo «Make it a case, gli studenti universitari innovano le imprese italiane» [Vita](#)

Articolo «Make IT a case, le storie di successo delle aziende italiane mostrano i tre fattori chiave del Made in Italy» [La Repubblica](#)