

Podsumowanie pierwszego spotkania w ramach projektu

Connect&ScaleUp – 22 września 2017 r.

I. Wprowadzenie

W dniu 22 września 2017 r. w Warszawie, w Kamienicy przy ul. Śniadeckich 17, odbyło się **pierwsze śniadanie z cyklu spotkań Connect&ScaleUp**. Projekt ma na celu przybliżenie uczestnikom spotkań narzędzi i metod, które uprawdopodobniają sukces współpracy korporacja - startup oraz dają szansę na wymierne efekty w postaci wdrożeń oraz zmian kultury innowacyjnej dużych firm. Wskazane zostaną również bariery oraz najczęściej popełniane błędy na linii współpracy korporacja - startup, które uniemożliwiają osiągnięcie wzajemnych korzyści. W ramach projektu przewidziane są 3 formaty spotkań: sześć śniadań biznesowych, dwa spotkania typu Business Mixer oraz dwa spotkania typu Best Practices.

Cykl sześciu śniadań biznesowych, skierowanych do przedstawicieli działów innowacji oraz działów R&D w korporacjach, powstał w oparciu o wywiady i informacje zebrane od przedstawicieli korporacji, którzy określili najbardziej interesujące ich zagadnienia w obszarze współpracy ze startupami oraz w procesie pozyskiwania innowacyjnych rozwiązań.

Celem spotkań jest wskazanie najefektywniejszych narzędzi i modeli współpracy, dzięki którym korporacje mogą realizować strategię wprowadzania innowacji we współpracy z mniejszymi podmiotami, w szczególności startupami.

Głównym założeniem merytorycznym spotkań jest zaproszenie jako ekspertów przedstawicieli tych korporacji, które mają już za sobą doświadczenia w obszarze współpracy ze startupami oraz we wdrażaniu innowacyjnych rozwiązań w swoich strukturach, tak aby mogli podzielić się swoją wiedzą z przedstawicielami korporacji, którzy są dopiero na początku drogi w budowie strategii wprowadzania innowacji.

Spotkania odbywają się **w formule śniadań**, w czasie których eksperci przedstawiają swoje doświadczenia. Formuła pozwala uczestnikom na swobodną wymianę poglądów i opinii.

Tematem przewodnim pierwszego śniadania było pytanie: **Gdzie szukać innowacji? Metody wyszukiwania innowacyjnych projektów i rozwiązań oraz modele współpracy pomiędzy korporacją, a startupem.**

Śniadanie moderowane było przez przedstawiciela Wykonawcy, Katarzynę Wszotę, a udział w nim jako eksperci wzięli:

- Sergiusz Sawin, VP Corporate Services THE HEART
- Anna Trojanowska, Kierownik Działu Innowacji PGNiG
- Łukasz Skiba, ORANGE FAB Poland
- Przemysław Kuśmierk, CEO Migam

Taki dobór ekspertów oraz tematów, które prezentowali, pozwolił przekrojowo pokazać doświadczenia związane ze strategią wprowadzania innowacji do korporacji oraz dużych przedsiębiorstw. Uczestnicy mieli niepowtarzalną okazję spojrzeć na temat wdrażania innowacji oraz współpracy ze startupami z nowej perspektywy oraz zadać pytania praktykom, którzy na co dzień koordynują procesy wdrażania innowacji w korporacjach lub są przedstawicielami podmiotów, które pomagają korporacjom w tych procesach.

Śniadania w ramach projektu Connect&ScaleUp są początkiem szerszej debaty na temat możliwości rozwoju partnerstwa pomiędzy korporacjami, a startupami we wdrażaniu i rozwijaniu innowacyjnych rozwiązań.

II. Wyniki i podsumowanie pierwszego spotkania

W spotkaniu uczestniczyło **ponad 25 uczestników**, w tym przedstawiciele działów innowacji między innymi korporacji takich jak: PKP S.A., Panegara, PGE, DAS, Axel Springer, Orange, IDA, Carrefour, Veolia Energia, Grupa Azoty, EuroBank, Solaris Optics, Swing Development, UWRC .

Stanowi to reprezentatywny dobór podmiotów zaangażowanych w proces wdrażania innowacji w korporacjach.

Uczestnicy mogli zapoznać się z doświadczeniami praktyków, którzy omówili modele i metody pozyskiwania innowacyjnych rozwiązań przez korporacje oraz najefektywniejsze sposoby ich wdrażania.

Anna Trojanowska - Kierownik Działu Innowacji PGNiG, omówiła przykłady współpracy korporacji ze startupami oraz słabe i mocne strony możliwych dróg pozyskiwania innowacji. Prezentacja słabych i mocnych stron wykorzystywania kilku narzędzi pozyskiwania innowacyjnych projektów oraz różnych modeli współpracy była wynikiem analizy doświadczeń PGNiG w tym obszarze. współpracy startup - korporacja na bazie wcześniejszych doświadczeń PGNiG oraz w modelu własnego inkubatora PGNiG - InnVento.

Wnioski z prezentacji oraz dyskusji:

- w otwarciu na zewnętrzne innowacje pomógł PGNiG program ScaleUp, który pokazał możliwości, które dają otarcie na współpracę z zewnętrznymi podmiotami dostarczającymi innowacyjne rozwiązania,
- ważnym elementem jest edukacja pracowników korporacji w obszarze budowania startupów, poszukiwanie innowacji wewnątrz firmy, ale coraz istotniejsze staje się otwarcie na zewnętrzne innowacje - rozwijanie modelu open innovation,
- ważnym elementem strategii PGNiG jest przyznawanie się do wyzwań jakie stoją przed PGNiG oraz do potrzeb, które ma korporacja i poszukiwanie rozwiązań na zewnątrz,
- bardzo ważnym elementem w polepszeniu efektywności pozyskiwania innowacji jest wymiana wiedzy i doświadczeń pomiędzy korporacjami oraz czerpanie sprawdzonych modeli i narzędzi również z rynku międzynarodowego

- nie wszystkie modele współpracy sprawdzają się dla wszystkich korporacji (specyfika branży i potrzeba znalezienia lepszych rozwiązań), PGNiG to trudny obszar dla startupów ze względu na specyfikę branży, rozwiązaniem, które się sprawdza jest udostępnienie startupom dostępu do infrastruktury technicznej oraz wewnętrznych procedur korporacji - PGNiG wpuszcza startupy do siebie i tworzy infrastrukturę do rozwoju dla startupów w wewnętrznym inkubatorze InVento,
- ważne jest „dzielenie się” startupami pomiędzy korporacjami, bo to zwiększa szanse wdrożenia (przykład współpracy PGNiG i KGHM, dla których ten sam startup równolegle tworzy pilotażowe wdrożenie),
- dobrze jeśli korporacja ma wyodrębnione działy, które mogą się zająć innowacyjnymi rozwiązaniami na różnym etapie rozwoju oraz na różnym etapie przygotowanie na te rozwiązania korporacji (dział R&D dla rozwiązań gotowych do wdrożenia oraz dział rozwoju biznesu i innowacji dla rozwiązań, które wymagają innych procesów).

Serigusz Sawin, VP Corporate Services THE HEART, omówił różnorodne metody wyszukiwania innowacji oraz wskazał możliwe ścieżki, jak i modele wdrażania innowacji w dużych korporacjach. Zaprezentował również narzędzia dostępne dla korporacji, takie jak: scouting poprzez własne działy korporacji, scouting we współpracy z firmą zewnętrzną, wewnętrzne akceleratory, partnerstwa z funduszami VC, współpraca z Naukowymi Parkami Technologicznymi etc.

Wnioski z prezentacji oraz dyskusji:

- kluczem do sukcesu jest wdrożenie, a to wymaga czasu,
- prezentacja najbardziej efektywnych modeli współpracy i dobrych praktyk - mamy się od kogo uczyć, bo na arenie międzynarodowej jest wiele dobrych przykładów współpracy startup - korporacja, a dzięki transferowi wiedzy, doświadczenia z innych krajów docierają do Polski i polskich korporacji,
- motorem wzrostu są nowi, zwinni gracze zmuszają korporacje do otworzenia oczu na młode, innowacyjne firmy, które dopiero się rozwijają,
- dobre praktyki - Disney Techstars - przykład skutecznego sponsorowanego akceleratora,
- dla startupów współpraca z korporacją może być lewarem, który zapewni im sukces (jako przykład współpraca Spotify z hiszpańskim Telecomem, która stała się drogą do globalnego sukcesu dla Spotify).

Łukasz Skiba, ORANGE FAB Poland, omówił narzędzia wykorzystywane w wyszukiwaniu i pozyskiwaniu innowacyjnych projektów z innych rynków na bazie doświadczenia ORANGE z obszaru Litwy, Łotwy, Estonii oraz Ukrainy.

Wnioski z prezentacji oraz dyskusji:

- dobrze, jeśli korporacja wpisuje kulturę innowacyjności w swoje DNA,

- ważnym punktem jest promocja innowacyjności i kreatywności wśród pracowników korporacji (przykład Orange, w którym jej pracownicy zgłosili ponad 4 tys. poprzez platformę wewnętrzną TeleKreator),
- bardzo ważnym elementem procesu wdrażania innowacji jest dobre zdefiniowanie potrzeb przez korporację i wyjście z nimi do środowiska startupów,
- na bazie doświadczeń Orange widać potrzebę elastyczności w modelach wyszukiwania startupów - odejście od naboru terminowego do naboru stałego, ponieważ niezbędne jest szybkie reagowanie na potrzeby korporacji w obszarze nowych rozwiązań,
- dobrym rozwiązaniem jest posiadanie międzynarodowego ekosystemu, w którym startupy mogą być linkowane z ekspertami z innych krajów,
- dostęp do infrastruktury Orange, na której startupy mogą przetestować swoje rozwiązania - dobry program selekcji rozwiązań,
- Orange tworzy również miejsca do pracy coworkingowej, które mają inspirować do kreatywności i innowacyjności - jest to doskonały sposób na tworzenie społeczności innowatorów,
- korporacje muszą zadbać o wewnętrzne procesy przekazywania innowacyjnych rozwiązań do odpowiednich działów.

Przemysław Kuśmierk, CEO Migam mówił o tym, jak docierać z innowacyjnymi pomysłami do korporacji z punktu widzenia startupu i jakie drogi są najefektywniejsze na bazie doświadczeń Migam, które przetestowało kilka modeli współpracy.

Wnioski z prezentacji oraz dyskusji:

- to startupy są lepiej wyedukowane niż przedstawiciele korporacji w procesach wdrażania innowacji,
- dobrych startupów jest mało, a więc selekcja jest coraz trudniejsza,
- przez biurokrację czas wdrożenia rozciąga się na lata, brakuje elastyczności w podejściu do tego obszaru w korporacjach.

III. Rekomendacje i dalsze kroki

W trakcie pierwszego etapu Projektu zidentyfikowano następujące rekomendacje:

- potrzeba większego dialogu pomiędzy środowiskiem startupów a korporacjami,
- potrzeba lepszego definiowania potrzeb w obszarze innowacji przez korporacje,
- potrzeba wymiany doświadczeń oraz transferu wiedzy pomiędzy korporacjami w obszarze modeli i narzędzi wdrażania innowacji,

- potrzeba pozytywnych przykładów współpracy startup - korporacja oraz wyciągania z nich szeroko dostępnych wniosków - transfer wiedzy,
- pozytywny wpływ zainteresowania Organów i Instytucji Państwowych, które powinno być kontynuowane.

Następnym krokiem jest realizacja drugiego śniadania, którego tematem będzie **Open Innovation - efektywne i skuteczne procesy wdrażania innowacji** oraz rozwinięcie najważniejszych wniosków i tematów ze wszystkich 6 śniadań w czasie spotkań organizowanych w formule Business Mixer oraz Best Practices.