



**Promuovere l'imprenditorialità sostenibile e sociale
nell'istruzione scolastica attraverso un ambiente
imprenditoriale virtuale**

WP3

Percorso didattico

**“Imprenditorialità virtuale per
un mondo sostenibile”**





Indice

Introduzione	4
Gruppi target	5
Obiettivi di apprendimento per gli studenti	6
1. Fondamenti di imprenditorialità	8
1.1 Premessa	8
1.1.2 Obiettivi di apprendimento	9
1.2. Introduzione all'imprenditorialità	9
1.2.1. Concetto e prospettiva storica	9
1.2.2. Caratteristiche chiave dell'imprenditorialità e mentalità	11
1.3. Ruoli e responsabilità nell'imprenditorialità	15
1.3.1. Imprenditori e dipendenti	15
1.3.2. Studi di caso: esempi di differenti percorsi imprenditoriali	16
1.4. Linee guida per la discussione interattiva	19
1.4.1. Dibattiti strutturati in classe	19
1.4.2. Attività di gruppo ed esercizi di riflessione	21
2. Imprenditorialità per un pianeta più verde	24
2.1. Premessa	24
2.1.1. Obiettivi di apprendimento	24
2.2 Sostenibilità nell'impenditoria	26
2.2.1. Principi di imprenditorialità sostenibile	28
2.2.2 Etica ambientale e gestione aziendale	30
2.3. Modelli imprenditoriali sostenibili	32
2.3.1. Studi di caso di imprese <i>green</i> di successo	35
2.3.2. Attività in classe: progettazione di un piano aziendale <i>green</i>	37
2.4. Pratiche ecosostenibili e innovazione	41
2.4.1. Attività in classe: dall'idea al prodotto/servizio ecologico	43
3. Imprenditorialità per il cambiamento sociale	48
3.1. Premessa	48
3.1.1 Obiettivi di apprendimento	48
3.2. Introduzione al l'imprenditorialità sociale	49
3.2.1. Questioni sociali e soluzioni aziendali	51

Project partners



2.2. Come essere un imprenditore sociale ?	52
3.3 Progettare un cambiamento sociale	57
3.3.1. Workshop: identificare problemi sociali e soluzioni	57
3.3.2. Giochi di ruolo: negoziare le sfide sociali del l'impresa	61
3.3.3. Progetti di service-learning: pianificazione e attuazione	64
4. Imprenditorialità inclusiva	70
4.1. Premessa	70
4.1.1. Obiettivi di apprendimento	70
4.2. Imprenditorialità in contesti diversi	71
4.2.1. Gli ostacoli alle attività imprenditoriali	71
4.2.2. Superare le barriere di genere e socio-culturali	77
4.2.3. Empowerment attraverso l'impresa	77
4.2.4 Attività in classe	80
4.2.5 Peer Learning: condividere esperienze e strategie	88
5. Attività di simulazione dell'imprenditoria green e sociale	90
5.1. Generazione e sviluppo di idee imprenditoriali	92
5.1.1. Attività di brainstorming per idee creative	92
5.1.2. Costruire un modello di business	95
5.1.3. Metodi per il brainstorming di idee imprenditoriali	98
5.1.4. Costruire un quadro di modello di business	108
5.2. Ricerche di mercato e pianificazione	114
5.2.1. Strumenti e tecniche per l'analisi del mercato	114
5.2.2. Elaborazione di un piano aziendale attuabile nella realtà	118
5.3. Attuazione e gestione	123
5.3.1. Gioco di ruolo: gestione di un'impresa virtuale	123
5.4. Organizzazione di un evento di presentazione dell'impresa	128
5.5. Dall'imprenditoria virtuale alla realtà	133
Bibliografia e sitografia	134

Project partners





Creative Commons Licence



CC BY-NC 4.0

Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

Questa licenza richiede che i riutilizzatori diano credito al creatore. Consente ai riutilizzatori di distribuire, remixare, adattare e sviluppare il materiale in qualsiasi mezzo o formato, solo per scopi non commerciali.

Project partners





Introduzione

Benvenuti al percorso didattico "Imprenditoria virtuale per un mondo sostenibile", un programma educativo pionieristico progettato per potenziare la prossima generazione di imprenditori. Questo percorso didattico è parte integrante del progetto Green and Social StartUps, volto a integrare i principi fondamentali dell'imprenditorialità con un profondo impegno per la sostenibilità e la responsabilità sociale.

Nel panorama globale in rapida evoluzione di oggi, l'esigenza di pratiche commerciali innovative, rispettose dell'ambiente e socialmente responsabili è più pressante che mai. Il nostro mondo si trova di fronte a sfide senza precedenti, tra cui i cambiamenti climatici, le disuguaglianze sociali e un ambiente economico in rapido mutamento. Per affrontare queste sfide, dobbiamo coltivare una nuova generazione di imprenditori - individui che non solo siano in possesso delle competenze aziendali fondamentali ma che siano anche profondamente consapevoli delle implicazioni etiche, ambientali e sociali delle loro imprese.

Questo percorso didattico è strutturato in due parti principali: il quadro teorico e l'applicazione pratica. La parte teorica comprende quattro moduli completi, ciascuno progettato per fornire agli studenti una comprensione dettagliata dell'imprenditorialità nel contesto delle odierne sfide sociali e ambientali. Questi moduli sono:

1. **Fondamenti di imprenditorialità:** fornire le basi per comprendere cosa comporta l'imprenditorialità, compreso il suo significato nel mondo moderno e la mentalità essenziale per il successo.
2. **Imprenditorialità per un pianeta più verde:** concentrarsi su come gli sforzi imprenditoriali possono allinearsi con la sostenibilità ambientale e promuoverla, affrontando questioni critiche come il cambiamento climatico e la conservazione ecologica.
3. **Imprenditorialità per il cambiamento sociale:** esplorare il ruolo dell'imprenditorialità nel promuovere il cambiamento sociale, risolvere i problemi della comunità e promuovere l'equità sociale.
4. **Imprenditorialità inclusiva:** fornire a gruppi diversi, compresi quelli in situazioni svantaggiate, le condizioni per poter sviluppare attività imprenditoriali.

La parte pratica, ovvero la sezione intitolata "Attività di simulazione dell'imprenditoria verde e sociale", è un'esperienza immersiva in cui gli studenti applicano le loro conoscenze teoriche. In questo caso,

Project partners





ideeranno, svilupperanno e gestiranno imprese virtuali, ponendo l'accento sulla soluzione dei problemi ambientali e sociali. Il suo approccio pratico non solo rafforza l'apprendimento, ma infonde anche un senso di impatto e responsabilità nel mondo reale.

Il nostro curriculum va oltre la formazione aziendale tradizionale. Mira a promuovere il pensiero critico, la creatività, la capacità di risolvere problemi e di prendere decisioni etiche. Integrando queste competenze con una profonda comprensione della sostenibilità e della responsabilità sociale, stiamo preparando gli studenti non solo per il successo aziendale, ma per i ruoli di leadership nella creazione di un mondo più giusto, sostenibile e prospero. Occorre plasmare un futuro in cui il successo dell'impresa e la gestione sociale/ambientale non siano solo compatibili, ma sinergici e si rafforzino reciprocamente.

Gruppi target

Gli **insegnanti** sono un gruppo target centrale per il programma "Imprenditorialità virtuale per un mondo sostenibile". In qualità di educatori e facilitatori, essi svolgono un ruolo fondamentale nel dare vita ai contenuti del percorso didattico, che è progettato per fornire agli insegnanti un'ampia gamma di risorse, tra cui piani didattici completi, strumenti didattici interattivi e strumenti di valutazione. Queste risorse sono studiate per aiutare gli insegnanti a trasmettere in modo efficace concetti complessi come imprenditorialità, sostenibilità e responsabilità sociale in un modo che risuoni con gli studenti e li coinvolga. Il percorso didattico ha come obiettivo quello di sostenere anche gli insegnanti nel loro sviluppo professionale, offrendo loro nuove prospettive e metodologie di insegnamento, in particolare nell'integrazione delle questioni del mondo reale con l'apprendimento in classe. Incoraggia gli insegnanti a non solo impartire solo conoscenze, ma anche ad ispirare, guidare e orientare gli studenti nell'esplorazione e nella comprensione del ruolo dell'imprenditorialità nell'affrontare le sfide globali contemporanee.

Gli studenti, in particolare quelli delle scuole medie e superiori, sono i principali beneficiari del programma "Imprenditorialità virtuale per un mondo sostenibile". Questo percorso mira a istruire e coinvolgere gli studenti introducendo loro i fondamenti dell'imprenditorialità attraverso la lente della gestione ambientale e della responsabilità sociale. È strutturato per stimolare la loro curiosità, creatività e capacità di pensiero critico, incoraggiandoli a riflettere e proporre soluzioni ai problemi del mondo reale. Partecipando a questo percorso, gli studenti dovrebbero acquisire non solo conoscenze

Project partners





teoriche sull'imprenditorialità, ma anche competenze pratiche e una solida base etica, essenziali nel mondo in rapida evoluzione e interconnesso di oggi. Il mix di apprendimento teorico e applicazione pratica del curriculum è progettato per essere accessibile e coinvolgente per gli studenti provenienti da diversi background, garantendo inclusività e pari opportunità di apprendimento per tutti.

Obiettivi di apprendimento per gli studenti

Attraverso tutte le risorse e attività didattiche, gli studenti saranno in grado di:

- Comprendere i principi di base e le dinamiche dell'imprenditorialità, compreso il suo ruolo e impatto sull'economia e sulla società.
- Coltivare una mentalità imprenditoriale, caratterizzata da creatività, innovazione, resilienza e adattabilità, insieme a un approccio proattivo alla risoluzione dei problemi e all'identificazione delle opportunità.
- Comprendere l'importanza della sostenibilità nelle imprese, imparando come le attività imprenditoriali possono contribuire alla conservazione ambientale e alle pratiche sostenibili.
- Approfondire il concetto e il ruolo dell'imprenditoria sociale nel affrontare le questioni sociali, compresi gli studi di casi di iniziative di successo.
- Riconoscere le sfide e le opportunità per l'imprenditorialità tra i gruppi sottorappresentati e svantaggiati, promuovendo l'empatia e l'inclusività nelle pratiche commerciali.
- Sviluppare competenze pratiche imprenditoriali, come ideazione, pianificazione aziendale, analisi di mercato e esecuzione di idee aziendali.
- Migliorare il pensiero critico e le capacità di problem solving, applicando queste competenze per valutare scenari aziendali, questioni di sostenibilità e progetti pratici.
- Migliorare le capacità di comunicazione e collaborazione all'interno di un contesto aziendale, concentrandosi su un efficace lavoro di squadra e lo sviluppo della leadership.
- Comprendere le implicazioni etiche delle decisioni aziendali e l'importanza della responsabilità sociale nell'imprenditoria.
- Applicare le conoscenze teoriche a scenari reali, valutando l'impatto sociale e ambientale delle attività imprenditoriali.

Project partners





WP3: “Virtual entrepreneurship for a sustainable world” Curriculum



Co-funded by
the European Union

Raggiungendo questi obiettivi, gli studenti saranno ben preparati non solo per le imprese imprenditoriali, ma anche per la cittadinanza responsabile in una comunità globale. Saranno dotati degli strumenti e della mentalità per creare, innovare e condurre in modo da fondere armoniosamente il successo aziendale con la gestione sociale e ambientale.

Project partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for

1. Fondamenti di imprenditoria

1.1 Premessa

Questo modulo è progettato per fornire agli studenti una base approfondita dei principi e delle pratiche essenziali dell'imprenditorialità. Il corso mira a promuovere una mentalità imprenditoriale e a impartire le competenze necessarie per individuare e sfruttare efficacemente le opportunità commerciali.

Durante il corso gli studenti affronteranno diversi argomenti fondamentali, tra cui la definizione di imprenditorialità, le caratteristiche personali di un imprenditore, i ruoli di un imprenditore, le relazioni del proprietario dell'impresa con i suoi dipendenti, ecc. Nel percorso di studio verrà sottolineata la creazione di valore attraverso l'innovazione e verranno forniti spunti per navigare nelle complessità dell'avvio e del mantenimento di una propria impresa dal punto di vista teorico e pratico. L'approccio didattico combina quadri teorici con applicazioni pratiche, utilizzando lezioni, studi di casi, progetti collaborativi e approfondimenti a cura di esperti. Questa metodologia multiforme assicura che gli studenti non solo capiscano le basi teoriche dei fondamenti dell'imprenditorialità, ma acquisiscano anche competenze pratiche ed esperienze reali.

Al termine di questo corso, gli studenti saranno dotati di un toolkit completo per il successo imprenditoriale, sia che il loro obiettivo sia quello di avviare una propria attività, unirsi a una start-up, o guidare l'innovazione all'interno di un'organizzazione esistente. Gli studenti sono invitati a partecipare a questo viaggio intellettuale, pronto a trasformare le aspirazioni imprenditoriali in iniziative attuabili e sostenibili.

1.1.2 Obiettivi di apprendimento

- Definire l'imprenditorialità e riconoscerne il significato nell'economia moderna.
- Distinguere tra i vari tipi di iniziative imprenditoriali e il loro impatto sulla società.
- Identificare e coltivare le qualità personali e le competenze essenziali per un'imprenditorialità di successo.
- Dimostrare la capacità di pensare in modo creativo e innovativo.
- Descrivere i ruoli e le responsabilità chiave degli imprenditori nello sviluppo delle imprese.
- Valutare il rapporto tra i proprietari di imprese e i loro dipendenti, con particolare attenzione alla leadership e alla gestione efficace.

Project partners



- Ottenere informazioni sulle complessità di avviare e sostenere un'attività sia da una prospettiva teorica che pratica.
- Utilizzare il pensiero strategico per affrontare le sfide e le opportunità nel percorso imprenditoriale.
- Impegnarsi in studi di casi e progetti collaborativi per applicare le conoscenze teoriche in scenari reali.
- Trarre vantaggio dalle conoscenze degli esperti per migliorare la comprensione pratica e le capacità imprenditoriali.

1.2. Introduzione all'imprenditorialità

Il concetto di imprenditorialità implica l'individuazione e la valorizzazione delle opportunità per creare e far crescere nuove imprese. Storicamente, l'imprenditorialità ha guidato la crescita economica e l'innovazione, dalle prime rotte commerciali alla rivoluzione industriale e alle attuali start-up tecnologiche. Le caratteristiche chiave dell'imprenditorialità sono la resilienza, la creatività e la volontà di correre rischi calcolati. Gli imprenditori devono avere una mentalità di crescita, in costante apprendimento e adattamento alle circostanze mutevoli. Sono spesso caratterizzati dalla loro passione, persistenza e capacità di ispirare e guidare gli altri. Gli imprenditori di successo bilanciano il pensiero visionario con l'esecuzione pratica, affrontando le sfide per trasformare le idee in imprese sostenibili.

1.2.1. Concetto e prospettiva storica

Esistono numerose definizioni di imprenditorialità. Una delle più citate è quella di Shane e Venkataraman (2000) in base ai quali l'imprenditorialità è "come, da chi e con quali effetti le opportunità di creare beni e servizi futuri sono scoperte, valutate e sfruttate. (p.218)"

Ratten (2023) classifica le definizioni di imprenditorialità in base al tipo di imprenditorialità. Nella tabella seguente verranno presentate varie tipologie e definizioni di imprenditorialità.

Table 1: Definizioni di tipi di imprenditorialità

Tipo	Definizione	Fonte
------	-------------	-------

Project partners



Artigianale (Artisan)	Individui che producono e vendono prodotti o servizi che possiedono un valore artistico distinto derivante da un elevato grado di input manuale	Ratten (2022)
Base della piramide	E' definita come l'imprenditorialità che si verifica tra le persone con basso reddito o scarsità di risorse.	Ratten (2023)
Corporativa	il processo mediante il quale un individuo o un gruppo di individui, in associazione con un'organizzazione esistente, crea una nuova organizzazione o ispira rinnovamento o innovazione all'interno di tale organizzazione	Sharma and Chrisman (1999)
Artigianale (Craft)	Il processo attraverso il quale si usano metodi artigianali per realizzare prodotti e servizi	Ratten (2022)
Creativa	qualsiasi tipo di comportamento aziendale che presenta inventiva e originalità	Ratten (2023)
Culturale	un'attività commerciale con un legame culturale	Ratten (2023)
Digitale	sottocategoria di imprenditorialità in cui parte o tutto ciò che sarebbe fisico nei contesti tradizionali è stato digitalizzato sulla base dell'uso dei media e delle tecnologie digitali	Elia et al. (2020)
Educativa	un'attività imprenditoriale innovativa che coinvolge il settore dell'istruzione	Ratten (2023)
Ecosistema imprenditoriale	un insieme di attori imprenditoriali, tra cui potenziali clienti e fornitori, università e centri di ricerca, operatori sociali e culturali, istituzioni e responsabili politici, grandi imprese, start up innovative e imprenditori, esperti e professionisti, investitori e un gruppo di persone di talento	Elia et al. (2020)
Ambientale	attività imprenditoriali proattive che implicano iniziative per il benessere ambientale	Ratten (2023)
Familiare	imprenditorialità che coinvolge un gruppo di persone con rapporti di parentela o affinità	Ratten (2023)
Femminile	donne che avviano un'impresa, partecipano alle decisioni di gestione e possiedono la maggioranza dell'impresa	Ratten (2017)
Frugale	un tratto individuale che riflette la tendenza generale a (a) conservare le risorse e (b) applicare una logica economica nell'acquisizione delle risorse (cioè valutare il costo opportunità delle risorse appena acquisite)	Michaelis et al. (2020)
Genere	attività imprenditoriale innovativa basata sul sesso dell'imprenditore	Ratten (2023)
Amministrativa	Politica amministrativa e procedure basate sull'innovazione imprenditoriale	Ratten (2023)
Sanitaria	assunzione del rischio e innovazione nel settore sanitario	Ratten (2023)
Patrimoniale	imprenditorialità relativa al patrimonio culturale	Ratten (2023)
Migrante	imprenditorialità che coinvolge persone nate al di fuori del paese in cui risiedono	Ratten (2023)

Project partners



Internazionale	una combinazione di comportamento innovativo, proattivo e alla ricerca del rischio che attraversa i confini nazionali ed è destinato a creare valore nelle organizzazioni	McDougall & Oviatt (2000)
Minoritaria	un'impresa di lavoro autonomo gestita da una persona che non rispecchia i canoni della maggioranza	Dana & Vorobeva (2021)
Povera	Un'imprenditorialità che analizza gli imprenditori a basso reddito	Ratten (2023)
Piccola impresa	attività imprenditoriali innovative che coinvolgono imprese con meno di 50 dipendenti	Ratten (2023)
Sociale	un processo consistente nel l'uso innovativo e nella combinazione di risorse per esplorare e sfruttare le opportunità, che mira a catalizzare il cambiamento sociale soddisfacendo i bisogni umani fondamentali in modo sostenibile	Mair and Marti (2004)
Sportiva	un'organizzazione sportiva che agisce in modo innovativo in un contesto imprenditoriale	Ratten (2010)
Sostenibile	imprenditorialità che incorpora una prospettiva a lungo termine dei cambiamenti economici, sociali e ambientali.	Ratten (2023)
Tecnologica	attività imprenditoriali innovative che comportano tecnologie	Ratten (2023)
Finanziamento d'impresa	Investire denaro in nuove iniziative imprenditoriali	Ratten (2023)

Fonte: Ratten (2023), modificata dall'autore

L'imprenditorialità, indipendentemente dalla definizione specifica, presenta diverse caratteristiche comuni. Si tratta di individuare e sfruttare le opportunità per creare valore attraverso prodotti, servizi o processi innovativi. Gli imprenditori assumono rischi significativi per cogliere queste opportunità, spesso investendo le proprie risorse. La creatività e l'innovazione sono centrali, poiché gli imprenditori si sforzano di risolvere i problemi o soddisfare le esigenze in modi unici. Inoltre, l'imprenditorialità richiede una forte leadership e capacità di gestione per costruire e far crescere un business. Gli imprenditori devono essere adattabili, in grado di affrontare l'incertezza e resilienti di fronte alle sfide. In ultima analisi, l'imprenditorialità mira a conseguire la crescita economica e a contribuire allo sviluppo della società.

1.2.2. Caratteristiche e mentalità chiave dell'imprenditorialità

Esiste un approccio teorico che spiega attraverso diverse teorie di imprenditorialità quali sono le principali caratteristiche, la mentalità e i fattori motivazionali dell'imprenditorialità (Raimi, 2015):

Project partners



- **Teoria economica classica:** la teoria considera l'imprenditorialità come un catalizzatore e una forza trainante per tutti gli altri fattori di produzione, in particolare terra, lavoro e capitale. Sottolinea la 'funzione economica' dell'imprenditorialità, che comporta l'assunzione di rischi e la gestione dell'incertezza producendo beni o acquistando beni per rivenderli al fine di generare profitti. Say ha coniato il termine 'imprenditore' per descrivere **un individuo creativo e perspicace, un esperto di previsioni, un innovatore, un valutatore di progetti e un'assuntore di rischi**. Queste qualità uniche pongono gli imprenditori al centro della teoria economica. La crescita economica sostenibile si basa sulla presenza degli imprenditori.
- **Teoria economica neoclassica:** la teoria neo-classica pone l'accento sulla **conoscenza, l'innovazione e la creatività** come fattori chiave dell'imprenditorialità nel sistema di mercato. Quando questi elementi si combinano, essi portano allo sviluppo di nuovi prodotti, processi, tecnologie, mercati e imprese, con l'obiettivo di spostare l'economia da un equilibrio statico a uno stadio più avanzato che favorisca la crescita economica. Questo processo dinamico è noto come 'distruzione creativa di Schumpeter.'
- **Teoria di Kirzner:** In contrasto con la teoria neoclassica della distruzione creativa, la teoria di Kirzner ha un approccio diverso. Esso identifica l'imprenditorialità con la '**vigilanza**' o il **potenziale cognitivo**, cioè la capacità di riconoscere e sfruttare le opportunità economiche nel mercato. Gli utili o i rendimenti finanziari sono considerati come ricompense per questa vigilanza diligente dimostrata dagli imprenditori.
- **Teoria basata sulle opportunità:** Peter Drucker e Howard Stevenson hanno raffinato il concetto di vigilanza di Kirzner e la distruzione creativa di Schumpeter nella teoria basata sulle opportunità. Drucker ha affermato che gli imprenditori **sfruttano semplicemente le opportunità in evoluzione nel l'ambiente**, mentre Stevenson ha sottolineato che gli imprenditori **sono in una posizione unica per cogliere le opportunità economiche** grazie alla loro intraprendenza, un tratto che li distingue dagli altri nel sistema di mercato.
- **Teoria del capitale umano:** la teoria si basa fondamentalmente sul lavoro di Schultz, che caratterizza l'imprenditore come un tipo di capitale umano che **guida il cambiamento della società attraverso l'esperienza e le competenze**. Promuove l'istruzione, la formazione, l'acquisizione di competenze e lo sviluppo delle capacità come elementi essenziali per la crescita economica, l'attività

Project partners



imprenditoriale e il progresso tecnologico. Di conseguenza, investire nel capitale umano è considerato un investimento prezioso per aumentare la produttività.

- **Teoria dei tratti della personalità:** Questa teoria psicologica postula che alcuni individui possiedono tratti o qualità innate che consentono loro di avere successo negli sforzi imprenditoriali. Per diventare imprenditori di successo, questi tratti-come **l'ottimismo, l'energia mentale, la consapevolezza delle opportunità, la creatività e l'innovazione, le capacità gestionali, il senso degli affari, il duro lavoro, l'integrità, la leadership visionaria, la competitività e lo zelo per il miglioramento continuo**, devono essere emulati o appresi.
- **Teoria del locus di controllo:** Questa teoria psicologica suggerisce che il successo o il fallimento nelle attività imprenditoriali è influenzato dalle capacità personali (locus interno di controllo) e dal livello di sostegno esterno ricevuto da altri (locus esterno di controllo). Gli individui con un **alto locus di controllo interno** credono di poter modellare gli eventi della vita a proprio vantaggio, mentre quelli con un locus esterno di controllo pensano che le forze esterne come la fortuna, il caso o il destino, che sono al di fuori del controllo umano, dettino gli eventi della vita.
- **Teoria del bisogno di realizzazione:** questa teoria evidenzia una relazione tra il bisogno di realizzazione e lo sviluppo economico attraverso l'attività imprenditoriale. Suggerisce che gli sforzi imprenditoriali, **guidati dalla necessità di risultati, contribuiscono alla crescita economica**. Al contrario, gli individui sono motivati a perseguire aspirazioni imprenditoriali grazie alla loro voglia di raggiungere risultati.
- **Teoria dell'assunzione del rischio:** la teoria considera l'imprenditorialità come una mentalità che incoraggia gli individui ad assumere **rischi moderati o calcolati, che possono comportare benefici o perdite**. Il flusso potenziale di benefici serve come ricompensa per l'assunzione di rischi e responsabilità significativi. Gli individui si assumono i rischi associati all'imprenditorialità soprattutto a causa delle opportunità economiche disponibili.
- **Teorie sociologiche:** le teorie dimostrano che il desiderio di diventare un imprenditore, o di esibire comportamenti imprenditoriali e azioni orientate al business, è significativamente influenzata dalle **condizioni socio-economiche, culturali e ambientali** di un individuo. In sostanza, le circostanze economiche prevalenti e le culture sociali guidano l'imprenditorialità nella società plasmando gli atteggiamenti e le credenze delle persone, che successivamente influenzano le loro opinioni,

Project partners



comportamenti e percezioni imprenditoriali. Gli studiosi hanno spiegato queste influenze socio-culturali e ambientali sull'imprenditorialità attraverso concetti come il metodo dello sviluppo sociale, l'effetto Schumpeter e l'effetto disperazione/rifugio.

- **Teorie antropologiche:** Queste teorie suggeriscono che l'imprenditorialità è prevalentemente influenzata da fattori culturali, che possono essere suddivisi in quattro categorie variando di intensità: distribuzione del potere, individualismo contro collettivismo, mascolinità contro femminilità e propensione al rischio. In sostanza, la motivazione all'imprenditorialità è maggiore nelle culture che promuovono un **elevato individualismo, un'alta propensione al rischio, una distribuzione del potere non troppo diseguale e un'elevata mascolinità.**

In sintesi, gli imprenditori possiedono un insieme di caratteristiche distintive e una mentalità unica che determinano il loro successo. Le caratteristiche principali sono la creatività, l'innovazione, la resilienza e un forte senso della visione. Gli imprenditori sono abili nel individuare e cogliere le opportunità, spesso dimostrando alti livelli di ottimismo ed energia mentale. Sono persone che assumono rischi e abbracciano l'incertezza, sfruttando la loro intraprendenza e le loro capacità di gestione per affrontare le sfide. Lo spirito competitivo e l'impegno per il miglioramento continuo sono anche al centro del loro approccio. Questa mentalità, caratterizzata da un atteggiamento proattivo e da un locus interno di controllo, consente agli imprenditori di influenzare il loro ambiente e raggiungere i loro obiettivi, contribuendo in ultima analisi alla crescita economica e al progresso sociale.

Project partners





1.3. Ruoli e responsabilità nell'imprenditorialità

Nell'imprenditorialità, i ruoli e le responsabilità sono diversi e fondamentali per il successo. Gli imprenditori individuano e sfruttano le opportunità commerciali, spesso attraverso soluzioni innovative. Si assumono i rischi e gestiscono le risorse, comprese le finanze, il personale e il tempo, per costruire e far crescere le loro imprese. La pianificazione strategica e il processo decisionale sono responsabilità chiave, poiché gli imprenditori si pongono obiettivi e escogitano metodi per raggiungerli. Guidano e motivano i gruppi, favorendo un ambiente di lavoro produttivo e dinamico. Inoltre, gli imprenditori devono adattarsi alle mutevoli condizioni di mercato e alle esigenze dei clienti, garantendo che le loro attività restino competitive. In ultima analisi, essi guidano la crescita economica e contribuiscono al progresso della società attraverso i loro sforzi imprenditoriali.

1.3.1. Imprenditori e dipendenti

Molti proprietari di imprese sono consapevoli del ruolo fondamentale dei dipendenti nel determinare il successo dell'impresa. Affinché i dipendenti possano trainare verso il successo un'azienda ci sono alcuni passi necessari da compiere (Raghava, 2021):

- **Creare una cultura di lavoro accogliente all'interno dell'organizzazione** - Gli imprenditori considerano i propri dipendenti come partner. I dipendenti contribuiscono alla crescita e alla sostenibilità di un'azienda allo stesso modo in cui i clienti hanno generato reddito. Per fare ciò, è importante che gli imprenditori coltivino una cultura di sostegno e orientata alla famiglia. Si è giunti alla conclusione che l'eccessiva pressione e lo stress non sono i migliori motivatori per il lavoro. I dipendenti con ruoli decisionali e progettuali devono essere trattati con rispetto, apprezzati per le loro idee e contributi e assistiti in questo processo. I dipendenti sono spesso le persone migliori per proporre modi migliori e più efficienti di fare le cose. Di conseguenza, è essenziale istituire sistemi che garantiscano un'atmosfera veramente accogliente nel nostro ambiente di lavoro. Alcune delle pratiche che possono essere implementate per creare una cultura del posto di lavoro accogliente sono l'open office, ovvero l'apertura degli uffici dei dirigenti a tutti i dipendenti, gli eventi “open house” frequenti (una volta alla settimana) con dipendenti scelti a rotazione, uscite di gruppo, celebrazioni annuali, servizi di consulenza, cultura del lavoro in gruppo e della condivisione, incoraggiando le persone a condividere le loro conoscenze ed esperienze ecc. Diventando cordiali con i dipendenti, esprimendo interesse per il loro lavoro e seguendo le loro raccomandazioni - molti delle quali sono cruciali – si può migliorare l'impresa senza alcuna spesa aggiuntiva.

Project partners



- **Perseguire l'eccellenza operativa e la crescita attraverso una formazione continua** – Fare l'imprenditore significa quasi sempre lavorare nell'ambito della conoscenza. Le imprese che si occupano di conoscenza richiedono una procedura in cui i dipendenti mantengono un livello elevato di dominio, abilità e sviluppo della personalità. Tutti gli imprenditori devono impegnarsi per creare un'organizzazione formativa, attuando procedure che promuovano lo scambio di informazioni tra i gruppi. I dipendenti dovrebbero essere motivati a iscriversi ai corsi on-line e ottenere ulteriori qualifiche, sia di carattere generale che specifiche per il loro settore di lavoro. Il valore primario che dovrebbe essere curato dall'imprenditore è lo sviluppo personale di ciascuno dei suoi dipendenti.

- **Essere un cittadino responsabile ed etico** - Gli imprenditori dovrebbero sempre fare uno sforzo per essere buoni cittadini e dare alla comunità quanto è nelle loro possibilità, in considerazione delle dimensioni dell'impresa. Ad esempio utilizzando risorse finanziarie (come avviene in molte catastrofi naturali alle quali possono contribuire sia individualmente che come impresa) o consentendo ai dipendenti di prendersi un periodo di pausa per partecipare ad attività di servizio alla comunità. È importante che la persona che esegue il lavoro (nel nostro caso, l'operatore della conoscenza) comprenda veramente come migliorare un processo o fornire un servizio migliore e, in quanto tale, dovrebbe avere la possibilità di incidere in modo significativo sull'impresa. Questo contributo dovrebbe essere riconosciuto e premiato.

1.3.2. Studi di caso: diversi percorsi imprenditoriali

Adi Dassler di Adidas

Alcuni dei marchi più importanti di oggi hanno iniziato con origini modeste, e il fondatore di Adidas Adolf "Adi" Dassler ne è un esempio famoso. Dassler ha iniziato la sua carriera di calzolaio nella casa materna in una piccola città bavarese in Germania. Qui, ha iniziato a progettare e realizzare scarpe con l'obiettivo di creare le migliori scarpe sportive per gli atleti. Anche se all'epoca c'erano molti calzolai, Dassler si distinse cercando di ottenere feedback dagli atleti sulle loro preferenze per le scarpe e sulle criticità dei suoi prodotti, ascoltando il tempo stesso i loro suggerimenti. Grazie a questo prezioso feedback, Dassler sviluppò una scarpa da atletica molto apprezzata, che divenne credibile quando nel 1949, all'età di 49 anni, registrò la "Adi Dassler Adidas Sportschuhfabrik". Nello stesso anno, la prima

Project partners



scarpa con le iconiche tre strisce di Adidas è stata registrata. La visione di Dassler di produrre scarpe superiori per gli atleti è stata convalidata nel 1954 quando la squadra nazionale tedesca di calcio ha vinto la finale del Mondiale contro l'Ungheria indossando tacchetti Adidas. Il sito di Adidas nota che questa straordinaria vittoria ha avuto un eco globale per decenni, consolidando Adidas e il suo fondatore come nomi di spicco nel calcio. Da allora, Adidas si è evoluta in un marchio globale rinomato per l'alta qualità di abbigliamento sportivo. La storia di Dassler sottolinea l'importanza di ascoltare i clienti sulle loro aspirazioni, esigenze e sfide. "La chiave del successo di Adi Dassler includeva un tocco personale: si impegnava con gli atleti, ascoltava attentamente e cercava costantemente miglioramenti o innovazioni per soddisfare le loro esigenze", afferma il sito web di Adidas. "Fin dall'inizio, i migliori atleti si sono fidati di Adidas e del suo fondatore."

Steve Jobs - Apple

Egli ha sempre messo in risalto le esperienze formative e gli ostacoli che plasmano gli imprenditori di successo. Crescere con risorse limitate o in circostanze difficili spesso coltiva la resilienza e l'intraprendenza, tratti cruciali per l'imprenditorialità. Per esempio, i vincoli finanziari possono guidare il pensiero innovativo e le strategie di avvio efficienti. Analogamente, le difficoltà personali o i fallimenti passati insegnano lezioni critiche di perseveranza e adattabilità. Queste prime sfide sono fondamentali per sviluppare l'istinto imprenditoriale e la capacità di gestire l'incertezza. Gli imprenditori che considerano queste esperienze come opportunità di apprendimento acquisiscono una prospettiva distinta che alimenta il loro progresso nelle imprese. Nel settore tecnologico dinamico, Apple è rinomata per la sua continua innovazione. Il successo dell'azienda è radicato in una mentalità imprenditoriale focalizzata sul miglioramento continuo e sull'innovazione. Apple adotta tecnologie rivoluzionarie, sfida le norme del settore e dà la priorità al design incentrato sull'utente. Promuovendo una cultura di creatività e assunzione di rischi, hanno introdotto prodotti trasformativi che ridefiniscono i mercati. Gli imprenditori possono imparare dall'approccio di Apple anticipando le tendenze, abbracciando il cambiamento e dando la priorità all'esperienza dei consumatori. Il successo implica agilità, grande pensiero e costantemente allargando i confini delle possibilità.

Ole Christiansen - Lego

Lego è stata fondata da Ole Christiansen all'inizio del XX secolo come fabbrica di giocattoli in legno. Dopo un incendio devastante negli impianti di produzione, l'azienda ha spostato il suo focus

Project partners





esclusivamente sui giocattoli di plastica, introducendo negli anni '50 il famoso mattoncino Lego. Questi mattoni interbloccati, brevettati da Ole e suo figlio Godtfried, hanno costituito la base per l'innovativo sistema di gioco della Lego. Lego ha registrato una crescita significativa negli anni '80 e nei primi anni '90. Il versatile mattone Lego è diventato un punto fermo nelle famiglie, adorato da bambini e adulti per le sue infinite possibilità creative. Il successo della società è stato amplificato dall'espansione in parchi a tema, videogiochi, programmi televisivi e prodotti di merchandising come abbigliamento e orologi. L'espansione di Lego in vari prodotti ha portato a un aumento del numero di forme e colori dei mattoncini Lego. Mentre questo ha ampliato l'esperienza di Lego, ha anche portato a maggiori complessità e costi nella produzione e gestione della catena di fornitura. Alla fine degli anni '90, di fronte a una concorrenza crescente e all'esternalizzazione dell'industria, la Lego ha incontrato difficoltà finanziarie. Sotto la guida di Jorgen Knudstorp, la strategia di rinnovamento della Lego è diventata un caso esemplare di ristrutturazione aziendale e riorientamento strategico. Di fronte a crescenti perdite finanziarie e inefficienze operative, Knudstorp e il suo team hanno sviluppato e messo in atto un approccio globale per ripristinare la redditività e garantire il successo a lungo termine.

Jack Ma – AliExpress

Jack Ma si distingue come uno degli imprenditori più influenti nella storia della Cina. Il suo carisma e il suo approccio visionario hanno attirato l'attenzione globale. Ma come ha fatto un insegnante di inglese a diventare uno dei principali leader aziendali cinesi? Egli appartiene alla serie di laureati più influenti del CKGSB (Cheung Kong Graduate School of Business), molti dei quali ora guidano aziende unicorno, ovvero aziende private valutate a 1 miliardo di dollari o più. Secondo CB Insights, una piattaforma leader per informazioni aggiornate sulle società private da miliardi di dollari del mondo, la Cina ha prodotto 217 aziende unicorno dal 2017 al 2021. Gli ex CKGSB sono al timone di 39 (18%) di queste aziende. Questo include 35 aziende fondate o co-fondate da laureati CKGSB e 4 aziende in cui gli ex studenti detengono ruoli come presidente, amministratore delegato o presidente. Nel 1999, Jack Ma è tornato nella sua città natale di Hangzhou per lanciare Alibaba. Partendo da un appartamento condiviso con 18 amici, questa avventura avrebbe alla fine trasformato il panorama del commercio elettronico. Il modello di business di Jack Ma per Alibaba era sia semplice che innovativo. Invece di addebitare agli acquirenti, Alibaba ha imposto ai venditori i costi di iscrizione, consentendo a numerose piccole e medie imprese di prosperare. Dopo aver stabilito un mercato stabile business-to-business (B2B) in Cina, Ma ha spostato il suo focus sul mercato customer-to-customer (C2C), ovvero “da cliente

Project partners





a cliente". Nel 2003, ha lanciato Taobao, una filiale di Alibaba che ha fornito una piattaforma per gli imprenditori e le piccole imprese per raggiungere i consumatori cinesi.

1.4. Linee guida per le discussioni interattive

Nelle sezioni seguenti, verranno presentate le istruzioni per il dibattito strutturato in classe e le attività di gruppo sul l'imprenditorialità.

1.4.1. Dibattiti strutturati in classe

Dividere gli studenti in tre gruppi e dare loro istruzioni su come condurre il dibattito. Due gruppi parteciperanno al dibattito. Dopo il dibattito, i gruppi continueranno a difendere le proprie posizioni in un altro giro di discussioni cui seguiranno le osservazioni finali. Il terzo gruppo sarà costituito da elettori che decideranno a maggioranza quale gruppo vincerà il dibattito sulla creazione di imprese.

Fase 1: Dare ai due gruppi di studenti 10 minuti per scrivere un elenco degli argomenti che sono pro e contro l'avventura imprenditoriale e l'imprenditorialità come carriera. Un gruppo dovrebbe scrivere argomenti pro e il secondo gruppo dovrebbe scrivere argomenti contro.

Fase 2: le due squadre sceglieranno chi presenterà le loro argomentazioni. Altri membri del team daranno suggerimenti per una discussione di classe più impegnata e organizzata.

Fase 3: presentazione del parere del gruppo

Team One - 10 minuti - Presentazione di "argomenti a favore" dell'impresa

Team Two - 10 minuti - Presentazione di argomenti contro l'impresa "

Fase 4: Periodo di discussione dei team - 5 minuti

Questo periodo viene utilizzato per le squadre per preparare le loro risposte agli argomenti che hanno dichiarato la squadra opposta.

Fase 5: Risposta del gruppo agli argomenti del gruppo opposto

Team One - 5 minuti - Confutazione di "argomenti a favore" dell'impresa

Project partners





Team Due - 5 minuti - Confutazione di "argomenti contro" l'impresa

Fase 6: Discussione di gruppo - 5 minuti

Al termine del dibattito, entrambi i gruppi faranno osservazioni conclusive sul perché la loro opinione e le loro argomentazioni debbano prevalere. Parleranno in modo più generale di imprenditorialità e imprenditoria come carriera.

Fase 7: per determinare quale squadra ha fornito gli argomenti più convincenti, il terzo gruppo di studenti voterà. 10 minuti

Nota per gli istruttori (educatori):

- Dire agli studenti che lo scopo dei dibattiti in classe non è quello di determinare chi vince o perde, ma piuttosto di determinare come una squadra prepara e presenta il loro caso ai potenziali sostenitori del punto di vista opposto di un'impresa imprenditoriale.
- Stabilire regole e linee guida per aiutare gli studenti a prepararsi per la discussione.
- Dare loro un termine per preparare l'argomento e specificare come dovrebbero presentare la loro prova.
- Consentire agli studenti che non partecipano al dibattito (terzo gruppo) di fungere da arbitri al fine di insegnare loro come valutare obiettivamente le prestazioni dei loro colleghi.
- Decidere se gli studenti che non sono in discussione saranno in grado di votare.
- Fornire agli studenti l'accesso a materiali che li aiuteranno ad affrontare il dibattito.
- Per aiutare gli studenti a comprendere la procedura, si potrebbe ospitare un imprenditore.
- Potrebbe essere una buona idea assegnare agli studenti di scrivere un breve documento in cui sintetizzare le loro posizioni indicando qual era la posizione iniziale e come si è arrivati a un accordo condiviso.

Project partners



- Indagare i casi controversi, di tendenza e stimolanti di imprenditori di successo per promuovere discussioni in classe vivaci e vibranti. Quando gli studenti discutono di un argomento, a cui possono relazionarsi, è più probabile che siano spontanei.
- Il giorno del dibattito, ripercorrere la procedura di dibattito precedentemente stabilita e fornire tutti i chiarimenti necessari.

1.4.2. Attività di gruppo ed esercizi di riflessione

Il moderatore della classe dovrebbe organizzare la discussione degli studenti sul l'imprenditorialità e sulla mentalità di un imprenditore.

Ogni studente dovrebbe ottenere un documento con domande che stimolano la riflessione presentate precedentemente e scrivere note per tutte le risposte.

Nella prossima fase gli studenti dovrebbero esprimere la loro opinione su ogni domanda.

Il moderatore della classe dovrebbe prendere appunti e alla fine della sessione lui/lei dovrebbe fare le osservazioni finali.

Domande da discutere tra gli studenti e il moderatore della classe:

1. Rifletti su un momento in cui ti sei sentito **appassionato di una visione o di un'idea**. In che modo questa passione ha influenzato le vostre azioni e decisioni, e quale impatto ha avuto sul vostro successo o crescita?
2. Considerate una situazione in cui **avete abbracciato l'innovazione per risolvere un problema o soddisfare una necessità** (cioè, il bisogno del mercato). In che modo la vostra volontà di superare i limiti e cercare soluzioni uniche ha influenzato il risultato, e quali lezioni avete appreso da questa esperienza?
3. Rifletti su un caso in cui hai **anticipato e affrontato con successo il bisogno di alcune persone** (cioè, clienti) prima che lo riconoscessero. In che modo questo approccio incentrato sul cliente ha influenzato il rapporto con il cliente e il successo complessivo del prodotto o servizio?

Project partners



4. Pensate a un **fallimento significativo** che avete sperimentato nel vostro percorso di studente (ovvero di imprenditore). Come ha trasformato questo contrattempo in un'opportunità di apprendimento e come ha influenzato le strategie e i risultati successivi?
5. Rifletti su un momento in cui hai costruito o facevi parte di una **squadra di talento**. In che modo le diverse competenze e passioni dei membri del team hanno contribuito alla collaborazione e all'innovazione, e quale impatto ha avuto questo sul raggiungimento dei tuoi obiettivi?
6. Richiama un caso in cui si è **semplificato un prodotto o servizio complesso per renderlo più accessibile**. In che modo questa semplificazione ha influito sui clienti e sul successo generale, e quali sfide avete affrontato nel processo?
7. Rifletti su un tempo in cui hai **perseguito l'eccellenza** e ti sei rifiutato di accontentarti della mediocrità nel tuo lavoro. In che modo questa ricerca incessante della perfezione ha portato al miglioramento continuo e quali sono stati i risultati o i benefici del mantenimento di standard così elevati?

Bibliografia

Dana, L.-P., & Vorobeva, E. (2021). Understanding the term “minority entrepreneurship”. In T. M. Cooney (Ed.), *The Palgrave handbook of minority entrepreneurship* (pp. 15–32). Palgrave Macmillan.

Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological Forecasting and Social Change*, 150, 119791.

Mair, J., & Marti, I. (2004). Social entrepreneurship: What are we talking about? *A framework for future research* (No. D/546). IESE Business School.

McDougall, P. P., & Oviatt, B. M. (2000). International entrepreneurship: The intersection of two research paths. *Academy of Management Journal*, 43, 902–908.

Michaelis, T. L., Carr, J. C., Scheaf, D. J., & Pollack, J. M. (2020). The frugal entrepreneur: A self-regulatory perspective of resourceful entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing*, 35(4), 105969.

Raghava, S. (2021). *Strategy@Scope: Employee Engagement—Key to Client Satisfaction*. (In Basics of Entrepreneurship, Chapter 6, pp. 47-58). Sage.

Project partners





Raimi, L. (2015). Discourse analysis of entrepreneurship definitions and theories: implication for strengthening academic research. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 26(3), 368-388.

Ratten, V. (2010a). Developing a theory of sport-based entrepreneurship. *Journal of Management & Organization*, 16(4), 557–565.

Ratten, V. (2017). Gender entrepreneurship and global marketing. *Journal of Global Marketing*, 30(3), 114–121.

Ratten, V. (2022). Artisan Entrepreneurship: An Overview. In V. Ratten, P. Jones, V. Braga & E. Parra-López (Eds.) *Artisan Entrepreneurship* (pp. 1–12). Bingley: Emerald Publishing Limited.

Ratten, V. (2022). Craft entrepreneurship: Future directions. In *Entrepreneurship in Creative Crafts* (pp. 101–116). Routledge.

Ratten, V. (2023). Entrepreneurship: Definitions, opportunities, challenges, and future directions. *Global Business and Organizational Excellence*, 42(5), 79–90. <https://doi.org/10.1002/joe.22217>

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226. doi:10.5465/amr.2000.2791611

Sharma, P., & Chrisman, J. J. (1999). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 11–28.

Internet sources:

- <https://www.niu.edu/citl/resources/guides/instructional-guide/classroom-debates.shtml>

Project partners



2. Imprenditoria per un pianeta più verde

2.1. Premessa

Questo modulo comprende tecniche e pratiche su come l'imprenditorialità può contribuire alla sostenibilità, alla cura dell'ambiente naturale e al cambiamento climatico.

In nessun altro periodo della storia moderna le sfide ambientali sono state così intense. L'ambiente è in crisi. La crescente preoccupazione globale per i cambiamenti climatici, l'esaurimento delle risorse naturali, la desertificazione, la perdita di biodiversità e l'inquinamento delle risorse idriche ha posto il dilemma "sviluppo o ambiente" su un nuovo piano. La protezione dell'ambiente è una delle priorità della politica europea e mondiale, e svolge anche un ruolo importante nella formulazione della maggior parte delle politiche nazionali per lo sviluppo sostenibile.

Questo tentativo potrebbe essere definito come un processo a più livelli che si occupa della creazione e dello sfruttamento di opportunità imprenditoriali derivanti da vuoti ambientali, fallimenti del mercato o opportunità di mercato. L'idea di offrire soluzioni imprenditoriali ai problemi ecologici crea un valore economico e ambientale, che in sequenza crea vantaggi economici e non economici per la società e l'ambiente. Si potrebbe dire che gli imprenditori sostenibili operano nell'orbita del profitto, del bene sociale e della protezione ambientale.

Gli studi esistenti sull'imprenditoria sostenibile si sono concentrati principalmente sulle sfide che devono affrontare le start-up e le piccole imprese nel settore dell'eco-industria. Per esempio, gli eco-imprenditori affrontano sfide innovative, notevolmente se confrontate con le grandi imprese che ricevono finanziamenti economici (Demirel et al., 2019; Schick et al., 2002).

Attraverso questo modulo, gli studenti impareranno come creare e gestire un'impresa sostenibile che mira a integrare l'etica ambientale nel mondo degli affari.

2.1.1 Obiettivi di apprendimento

Al termine di questo modulo, gli studenti saranno in grado di:

- ✓ Definire la sostenibilità come si è sviluppata nel corso degli anni.
- ✓ Esaminare diversi problemi ecologici da punti di vista diversi per comprenderne le complicazioni.

Project partners





WP3: “Virtual entrepreneurship for a sustainable world” Curriculum



Co-funded by
the European Union

- ✓ Imparare a identificare i problemi ecologici critici che possono essere affrontati attraverso iniziative di business verde.
- ✓ Riconoscere il ruolo dell'imprenditorialità nel l'affrontare i progressi.
- ✓ Applicare gli strumenti e le competenze aziendali alla strategia e attuare progetti di imprenditoria verde.
- ✓ Incoraggiare il pensiero creativo per sviluppare soluzioni innovative ai problemi sociali.
- ✓ Partecipare a progetti che forniscono esperienza pratica nel dirigere l'apprendimento scolastico verso problemi reali.
- ✓ Aumentare le proprie competenze per collaborare all'interno di gruppi e partner.

Project partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for



2.2 Sostenibilità nell'imprenditoria

Imprenditoria

Un imprenditore è definito come una persona che prende un'idea iniziale e sviluppa un'attività intorno ad essa, la gestisce, assumendosi il rischio del suo successo o fallimento. Alcuni commentatori propongono una definizione più ampia che comprende chiunque costituisca e gestisca un'impresa, mentre altri suggeriscono che un imprenditore sia qualcuno che innova e conduce in un determinato settore. Le preoccupazioni etiche riguardano la questione se il perseguimento e l'accumulazione del profitto siano in linea con i principi e i valori etici, qualora il profitto sia generato da pratiche che sfruttano o danneggiano individui o comunità. Gli imprenditori green possono essere suddivisi in quattro categorie basandosi su due fattori: **Ricerca del profitto vs. Missione sociale** e **start up vs. imprese consolidate**. Ogni tipo di imprenditore verde ha motivazioni e obiettivi diversi dagli altri. (Nikolaou, et al., 2018).

Sostenibilità

La sostenibilità, come concetto, si è evoluta in risposta a varie sfide ambientali, sociali ed economiche. Le prime società umane, le società tradizionali spesso praticavano una vita sostenibile per necessità, facendo affidamento sulle risorse naturali in modo da consentirne il rifornimento. Pratiche quali la caccia e la raccolta, la rotazione delle colture e la conservazione dell'acqua erano comuni. Vaste aree di terreno forestale sono state utilizzate per l'agricoltura o sono state disboscate per creare insediamenti. Le foreste sono state degradate e modificate. L'uso intensivo del legno come fonte di energia e per la costruzione di imbarcazioni ed edifici, ha fatto completamente scomparire boschi antichi. Gli alberi sono stati tagliati per decenni senza essere sostituiti.

Hans Carl von Carlowitz è stato il primo a formulare in modo completo il concetto di sostenibilità nel settore forestale. Nel 1713, scrisse una guida sulla coltivazione degli alberi autoctoni, una raccolta delle conoscenze di gestione forestale del tempo, il famoso saggio 'Sylvicultura Oeconomica' pubblicato quasi 300 anni fa a Lipsia.

Carlowitz ha suggerito un uso prudente del legno. Egli ha descritto il legno "importante come il pane quotidiano". Le raccomandazioni pratiche sono state combinate con descrizioni di varietà utili per garantire una soluzione a lungo termine alla mancanza di legname. Egli ha notato che si può raggiungere un equilibrio tra la piantagione, la coltivazione e la raccolta di alberi e che i benefici possono essere goduti in modo continuo e perpetuo.

Project partners





La rivoluzione industriale ha segnato un significativo spostamento verso l'industrializzazione e l'urbanizzazione, portando a una rapida crescita economica ma anche al degrado ambientale e alle disuguaglianze sociali. Il maggiore uso di combustibili fossili, la deforestazione e l'inquinamento sono diventati problemi importanti.

Il movimento di conservazione (fine XIX-inizio XX secolo) è nato in risposta al l'esaurimento delle risorse naturali e alla perdita della biodiversità. I conservazionisti hanno sostenuto la protezione delle aree naturali, dei parchi nazionali e degli habitat della fauna selvatica mentre il movimento ambientalista ha guadagnato slancio a metà del XX secolo, alimentato da preoccupazioni per l'inquinamento, la distruzione dell'habitat e la salute pubblica. Eventi chiave come la pubblicazione di "Silent Spring" (1962) di Rachel Carson e il primo Giorno della Terra nel 1970 hanno contribuito a sensibilizzare l'opinione pubblica sulle questioni ambientali.

Il concetto di sviluppo sostenibile ha acquisito rilievo alla fine del XX secolo, in seguito alla pubblicazione della relazione Brundtland da parte della commissione mondiale per l'ambiente e lo sviluppo nel 1987. Lo sviluppo sostenibile è stato definito come "uno sviluppo che soddisfi le esigenze del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare le proprie esigenze". Accordi e iniziative internazionali: le Nazioni Unite hanno svolto un ruolo centrale nella promozione della sostenibilità attraverso iniziative come il vertice della terra di Rio de Janeiro (1992), che ha portato all'adozione dell'Agenda 21 e alla creazione della Convenzione quadro delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici (UNFCCC). Gli accordi successivi, come il protocollo di Kyoto (1997) e l'accordo di Parigi (2015), miravano a contrastare i cambiamenti climatici e promuovere lo sviluppo sostenibile su scala globale.

Negli ultimi decenni, si è assistito a un crescente riconoscimento del ruolo che le imprese svolgono nel promuovere la sostenibilità. Molte aziende hanno adottato pratiche di sostenibilità come parte dei loro sforzi di responsabilità sociale aziendale, compresi gli impegni per ridurre le emissioni di gas serra, conservare le risorse e sostenere lo sviluppo della comunità.

Progressi nella scienza e tecnologia della sostenibilità: i progressi nella scienza e nella tecnologia hanno contribuito alla nostra comprensione della sostenibilità e fornito soluzioni innovative alle sfide ambientali. Sono emersi settori quali l'energia rinnovabile, la chimica verde, l'agricoltura sostenibile e l'economia circolare per promuovere pratiche e sistemi più sostenibili.

Nel corso della storia, la sostenibilità è stata un concetto in evoluzione plasmato da mutevoli contesti sociali, economici e ambientali. Oggi, rappresenta un approccio olistico allo sviluppo che cerca di

Project partners



bilanciare la prosperità economica, l'equità sociale e la tutela ambientale a beneficio delle generazioni presenti e future.

2.2.1. Principi di imprenditoria sostenibile

La sostenibilità nel mondo degli affari si riferisce alla pratica di condurre le operazioni in modo da soddisfare le esigenze del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare le proprie esigenze.

Aspetti chiave della sostenibilità nelle imprese	
Sostenibilità ambientale	Trasparenza e responsabilità
Sostenibilità sociale	Innovazione e collaborazione
Sostenibilità economica	Empowerment e benessere dei dipendenti
Coinvolgimento degli stakeholder	Coinvolgimento dei clienti e creazione di valore
Economia circolare	Adeguamento alle regole e gestione del rischio

Le imprese si sforzano di ridurre al minimo il proprio impatto ambientale riducendo il consumo di risorse, riducendo al minimo l'inquinamento e gli sprechi, conservando energia e acqua e proteggendo la biodiversità. Ciò può comportare l'adozione di fonti energetiche rinnovabili, l'implementazione di tecnologie verdi e l'ottimizzazione delle catene di approvvigionamento per ridurre al minimo le emissioni di carbonio e altri inquinanti ambientali.

Le imprese riconoscono il loro impatto sulla società e cercano di creare risultati sociali positivi per i dipendenti, le comunità e altre parti interessate. Ciò può comportare la garanzia di pratiche lavorative eque, la promozione della diversità e dell'inclusione, il sostegno alle comunità locali e l'investimento in programmi di istruzione, assistenza sanitaria e previdenza sociale.

Le imprese sostenibili mirano a raggiungere la redditività economica a lungo termine, creando al contempo valore per gli azionisti, i dipendenti e la società nel suo complesso. Ciò può comportare l'equilibrio tra obiettivi finanziari a breve termine e obiettivi strategici a lungo termine, investimenti in opportunità di innovazione e crescita e l'adozione di modelli commerciali che generino rendimenti positivi riducendo al minimo i rischi e le esternalità.

Un'impresa sostenibile si impegna attivamente con una vasta gamma di parti interessate, inclusi dipendenti, clienti, fornitori, investitori, governi e comunità. Cercano di comprendere e rispondere alle

Project partners





esigenze, preoccupazioni e aspettative di questi soggetti interessati, costruendo fiducia e promuovendo relazioni reciprocamente vantaggiose.

Le imprese abbracciano i principi dell'economia circolare, che mira a ridurre al minimo gli sprechi e massimizzare l'efficienza delle risorse progettando prodotti, processi e sistemi che consentano ai materiali di essere riutilizzati, riciclati o rigenerati alla fine del loro ciclo di vita. Ciò può comportare l'adozione di pratiche quali la riprogettazione del prodotto, la rifabbricazione e il riciclaggio a circuito chiuso.

Le imprese sostenibili sono trasparenti sulle loro prestazioni ambientali, sociali ed economiche, comunicano informazioni pertinenti alle parti interessate e si assumono la responsabilità delle proprie azioni. Ciò può comportare la presentazione di relazioni su misure chiave della sostenibilità, come le emissioni di carbonio, l'uso dell'energia, le metriche sulla diversità e sull'inclusione e gli sforzi di coinvolgimento della comunità.

Le imprese abbracciano l'innovazione e la collaborazione come fattori di sostenibilità. Investono nella ricerca e nello sviluppo di nuove tecnologie, prodotti e modelli commerciali che promuovono la sostenibilità e collaborano con altre imprese, governi, ONG e istituzioni accademiche per affrontare le complesse sfide della sostenibilità. Sono conformi alle leggi, ai regolamenti e agli standard applicabili relativi alle prestazioni ambientali, sociali ed economiche e integrano le considerazioni sulla sostenibilità nei processi di gestione del rischio. Ciò può comportare la realizzazione di valutazioni d'impatto ambientale e sociale, l'identificazione e la mitigazione dei rischi e l'applicazione delle norme e delle migliori pratiche del settore.

Un'impresa sostenibile dà priorità alla salute, alla sicurezza e al benessere dei suoi dipendenti, riconoscendo che i dipendenti impegnati e motivati sono essenziali per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità. Ciò può comportare la creazione di opportunità di sviluppo professionale, la promozione dell'equilibrio tra vita professionale e vita privata e la promozione di una cultura di inclusione, collaborazione e innovazione.

Le aziende sostenibili si impegnano con i clienti per comprendere le loro preferenze e priorità in materia di sostenibilità, e innovano per creare prodotti, servizi ed esperienze che offrono valore riducendo al minimo gli impatti ambientali e sociali. Ciò può comportare l'incorporazione di principi di progettazione sostenibile, l'offerta di alternative eco-compatibili e l'educazione dei clienti sui vantaggi della sostenibilità.

Project partners



Integrando la sostenibilità in tutti gli aspetti delle loro operazioni, le imprese possono creare valore a lungo termine per i soggetti interessati, ridurre i rischi, migliorare la reputazione e contribuire a un futuro più sostenibile ed equo per la società e il pianeta.

2.2.2 Etica ambientale e gestione aziendale

L'etica ambientale nel mondo degli affari si riferisce alle responsabilità morali che le aziende hanno nei confronti dell'ambiente. Comprende le considerazioni etiche, gli obblighi morali e le responsabilità che le imprese dovrebbero considerare nel prendere decisioni che hanno un impatto sul mondo naturale. Tra i punti chiave relativi all'intersezione tra etica ambientale e affari, ricordiamo la sostenibilità, la responsabilità sociale, la collaborazione, la trasparenza, la gestione dell'ambiente, l'innovazione e le tecnologie verdi.

Etica ambientale e economia	
Risorse naturali	Collaborazione
Responsabilità sociale	Sistemi di gestione ambientale
Biodiversità	Concetto di gestione
Innovazione	Miglioramento continuo

Le imprese dovrebbero abbracciare il concetto di gestione, riconoscendo che hanno la responsabilità di prendersi cura dell'ambiente e di proteggerlo per le generazioni future. Ciò implica una gestione oculata delle risorse naturali, la riduzione al minimo dell'inquinamento e dei rifiuti, nonché la conservazione della biodiversità, nel rispetto del principio di precauzione; che prevede l'adozione di misure preventive in situazioni in cui vi è incertezza scientifica circa i potenziali impatti ambientali di una particolare attività. Ciò incoraggia le imprese a internalizzare i costi ambientali delle loro attività e ad adottare pratiche più pulite e sostenibili.

Molte imprese adottano iniziative di responsabilità sociale d'impresa (CSR) che includono obiettivi e impegni ambientali e integrano considerazioni ambientali nelle iniziative di responsabilità sociale delle imprese. Ciò può comportare la riduzione delle emissioni di gas a effetto serra, la conservazione dell'acqua e dell'energia, la minimizzazione dei rifiuti e il sostegno agli sforzi di conservazione ambientale,

Project partners





investendo in progetti di energia rinnovabile. I programmi di RSI dimostrano l'impegno di un'azienda nei confronti dell'etica ambientale.

Le imprese dovrebbero attuare sistemi di gestione ambientale (EMS) come la norma ISO 14001 per identificare, monitorare e gestire sistematicamente i rischi e le opportunità ambientali all'interno dell'organizzazione. Dovrebbero inoltre effettuare valutazioni del ciclo di vita per valutare gli impatti ambientali dei prodotti e dei processi, dall'estrazione delle materie prime allo smaltimento. Queste informazioni possono essere utilizzate per individuare opportunità di miglioramento e fare scelte più sostenibili.

La collaborazione con altre imprese, agenzie governative, ONG e istituzioni accademiche facilita l'affrontare collettivamente le sfide ambientali e promuovere politiche e normative che supportino la protezione ambientale, la sostenibilità a livello locale, nazionale e globale, la trasparenza in merito alle prestazioni e agli impatti ambientali, la divulgazione delle informazioni pertinenti ai soggetti interessati e la possibilità di prendere decisioni informate.

L'etica ambientale può guidare l'innovazione nel mondo degli affari, portando allo sviluppo di nuove tecnologie e pratiche più rispettose dell'ambiente. Investire nell'innovazione, nella ricerca e nello sviluppo di nuove tecnologie e pratiche può ridurre gli impatti ambientali e promuovere la sostenibilità. Ciò può includere tecnologie per le energie rinnovabili, chimica verde, agricoltura sostenibile e soluzioni di economia circolare. Le aziende che danno la priorità all'etica ambientale possono investire nella ricerca e nello sviluppo di tecnologie verdi o collaborare con altre organizzazioni per trovare soluzioni sostenibili alle sfide ambientali.

Impegnarsi per il miglioramento continuo delle prestazioni ambientali, fissando obiettivi e traguardi ambiziosi, monitorando i progressi compiuti e rivedendo e aggiornando regolarmente le politiche, le strategie e le pratiche ambientali e integrando l'etica ambientale nelle operazioni aziendali porta le imprese a ridurre al minimo gli impatti ambientali negativi, contribuendo alla transizione verso un'economia più sostenibile e creando valore a lungo termine sia per la società e per gli azionisti.

Project partners



2.3. Modelli imprenditoriali sostenibili

I modelli di business ecosostenibili sono progettati per dare la priorità alla sostenibilità ambientale, pur restando economicamente validi. Questi modelli integrano pratiche ecologiche in vari aspetti delle operazioni aziendali, tra cui la progettazione del prodotto, i processi di produzione, la gestione della catena di approvvigionamento e il coinvolgimento dei clienti. Oltre agli sforzi del settore privato, le politiche governative sono vitali per una transizione verde. Anderson (1998) identifica il settore delle imprese, i consumi e la politica governativa come le principali forze del sistema economico e i fattori determinanti per la protezione ambientale. Le azioni governative sono necessarie per ridurre i danni ambientali e garantire la salute pubblica, per lo sviluppo dei mercati e tecnologie e servizi più verdi. Anche quando queste politiche sono fatte bene, investire nello sviluppo di nuove tecnologie può essere costoso e rischioso per le imprese in fase iniziale. Come in altri settori, potrebbero essere necessarie misure specifiche del pacchetto di politiche per l'innovazione per affrontare le carenze del mercato che impediscono lo sviluppo e la diffusione di nuove tecnologie ecosostenibili.

Green business models	
Economia circolare	Imballaggi green e riduzione dei rifiuti
Condivisione dell'economia e del prodotto come servizio (PaaS)	Riduzione delle emissioni di anidride carbonica
Filiere sostenibili	Prodotti locali e biologici
Efficienza energetica ed energia rinnovabile	Agricoltura sostenibile

Economia circolare: le imprese adottano un modello di economia circolare, che mira a ridurre al minimo i rifiuti e massimizzare l'efficienza delle risorse progettando prodotti e processi che consentono ai materiali di essere riutilizzati, riciclati o rigenerati. Ciò può comportare l'offerta di prodotti realizzati con materiali riciclati, l'attuazione di programmi di ritiro per i prodotti a fine vita o la rigenerazione di prodotti per prolungarne la durata.

Sharing Economy e Product as a Service (PaaS): invece di vendere prodotti in modo diretto, le aziende li offrono come servizio, che incrementa la durata, la riparabilità e il riutilizzo. Per esempio, le aziende possono affittare pannelli solari, apparecchi a basso consumo energetico o veicoli elettrici ai clienti, fornendo manutenzione e aggiornamenti come parte del servizio. Le società agevolano la condivisione o il noleggio di beni e servizi tra individui o imprese, riducendo la necessità di proprietà e promuovendo

Project partners





la condivisione delle risorse. Esempi includono servizi di car sharing, programmi di bike sharing e spazi di coworking.

Catene di approvvigionamento sostenibili: le aziende danno la priorità alla sostenibilità in tutte le loro catene di approvvigionamento, acquistando materiali da fornitori ecocompatibili, riducendo le emissioni dei trasporti e minimizzando gli sprechi e l'inquinamento. Ciò può comportare la collaborazione con fornitori che rispettano gli standard ambientali e sociali, l'implementazione di soluzioni di imballaggio sostenibili e l'ottimizzazione della logistica per ridurre le emissioni di carbonio.

Efficienza energetica ed energia rinnovabile: le imprese si concentrano sul miglioramento dell'efficienza energetica e sulla transizione verso fonti di energia rinnovabili per ridurre la loro impronta di carbonio e i costi energetici. Ciò può comportare investimenti in tecnologie efficienti dal punto di vista energetico, quali l'illuminazione a LED e i sistemi di edifici intelligenti, nonché l'installazione sul posto di impianti per la produzione di energia rinnovabile, come pannelli solari o turbine eoliche.

Imballaggi verdi e riduzione dei rifiuti: le aziende adottano soluzioni di imballaggio sostenibili, come materiali biodegradabili, imballaggi compostabili o contenitori riutilizzabili, per ridurre al minimo l'impatto ambientale. Inoltre, attuano strategie di riduzione dei rifiuti, quali la riduzione alla fonte, il riciclaggio e il compostaggio, per ridurre al minimo i rifiuti inviati in discarica.

Compensazione del carbonio e riduzione delle emissioni: le imprese compensano le loro emissioni di carbonio investendo in progetti che riducono o sequestrano i gas a effetto serra, come il rimboschimento, l'energia rinnovabile o la cattura del metano. Essi attuano anche misure per ridurre le emissioni internamente, come il miglioramento dell'efficienza energetica, l'ottimizzazione della logistica dei trasporti e la promozione del telelavoro.

Project partners





Prodotti locali e biologici: le imprese si concentrano sul l'approvvigionamento di prodotti locali e/o sul l'utilizzo di ingredienti biologici per ridurre l'impatto ambientale e sostenere le economie locali. Ciò può comportare la collaborazione con gli agricoltori e i produttori locali e la promozione delle certificazioni biologiche e del commercio equo. Ciò può ridurre in modo significativo l'uso di energia e risorse, ridurre le emissioni di carbonio e allo stesso tempo aumentare il profitto dell'impresa, poiché il profitto è il guadagno finanziario che si ottiene dopo tutti i costi, comprese le spese operative, sono state dedotte dal totale delle entrate.

Agricoltura sostenibile: un riferimento particolare dovrebbe essere fatto all'agricoltura sostenibile. Il settore primario può anche offrire molte opportunità per l'attuazione di metodi più ecologici. L'agricoltura sostenibile offre un approccio olistico alla produzione alimentare che bilancia la tutela ambientale, la redditività economica e la responsabilità sociale. Adottando pratiche agricole sostenibili e supportando politiche che promuovono l'agroecologia e l'agricoltura rigenerativa, possiamo lavorare per un futuro più verde e sostenibile per le generazioni a venire.

Le pratiche agricole sostenibili riducono al minimo l'uso di fattori di produzione sintetici quali fertilizzanti chimici, pesticidi ed erbicidi, che possono inquinare il suolo, l'acqua e l'aria. Utilizzando tecniche quali la rotazione delle colture, le colture a copertura e la gestione integrata dei parassiti, l'agricoltura sostenibile riduce il degrado ambientale e promuove la salute del suolo, la conservazione dell'acqua e la biodiversità. Particolare attenzione va riservata all'impollinazione e alla protezione degli impollinatori. Le aziende attuano misure di conservazione delle acque e promuovono pratiche agricole sostenibili per ridurre al minimo l'uso dell'acqua, preservare la qualità dell'acqua e proteggere gli ecosistemi. Ciò può comportare l'uso di sistemi di irrigazione a goccia, l'applicazione di tecniche di raccolta delle acque piovane e la riduzione delle colture ad alta intensità di acqua.

Le imprese sensibilizzano i clienti e gli interessati sull'importanza della sostenibilità ambientale e promuovono politiche e iniziative che promuovono un'economia verde. Ciò può comportare il lancio di campagne di sensibilizzazione, il sostegno alle organizzazioni ambientali e la partecipazione ad associazioni industriali incentrate sulla sostenibilità. Adottando modelli di business verdi, le aziende possono ridurre la loro impronta ambientale, migliorare la loro reputazione, attrarre clienti attenti all'ambiente e contribuire a un futuro più sostenibile per la società e il pianeta.

Project partners



2.3.1. Studi di caso di imprese di successo sostenibili

Negli ultimi anni sono emerse diverse imprese ecologiche di successo, che hanno tratto vantaggio dalla crescente domanda di prodotti e servizi rispettosi dell'ambiente. Queste imprese dimostrano che redditività e sostenibilità possono andare di pari passo, ispirando altre aziende ad adottare pratiche più rispettose dell'ambiente. Questi esempi illustrano i diversi approcci e gli impatti significativi che le imprese verdi possono avere in vari settori. Concentrandosi su tecnologie innovative, assicurando investimenti e impegnandosi in partnership strategiche, queste aziende stanno guidando la strada verso un futuro più sostenibile.

Nespresso

Le iniziative di sostenibilità di Nespresso comprendono vari aspetti delle sue operazioni, dall'approvvigionamento e dal riciclaggio responsabili alla conservazione ambientale e allo sviluppo della comunità. Sebbene ci siano sfide e aree di miglioramento, l'impegno di Nespresso per la sostenibilità riflette una tendenza più ampia tra le aziende verso pratiche commerciali più responsabili dal punto di vista ambientale e sociale. Nespresso si impegna a fornire i suoi chicchi di caffè in modo responsabile. Lavorano direttamente con i coltivatori di caffè attraverso il loro programma AAA Sustainable Quality™, che mira a migliorare la qualità del caffè, la produttività agricola e le condizioni di vita degli agricoltori promuovendo al contempo pratiche agricole sostenibili. Questo programma fornisce assistenza tecnica, formazione e sostegno finanziario agli agricoltori, aiutandoli a mettere in atto metodi di coltivazione rispettosi dell'ambiente e a migliorare le loro condizioni sociali ed economiche.

Tesla, Inc.

Tesla è un produttore leader di veicoli elettrici (EV) fondato da Elon Musk nel 2003. La missione della società è accelerare la transizione del mondo verso l'energia sostenibile. Le auto elettriche di Tesla hanno guadagnato la popolarità diffusa a causa della loro tecnologia innovativa, capacità a lungo raggio e design elegante. Oltre ai veicoli elettrici, Tesla produce pannelli solari e soluzioni di stoccaggio dell'energia, offrendo una suite completa di prodotti volti a ridurre la dipendenza dai combustibili fossili.

Patagonia

Questo marchio di abbigliamento outdoor è rinomato per il suo impegno verso la sostenibilità ambientale. Patagonia utilizza materiali riciclati nei suoi prodotti, promuove cause ambientali e

Project partners





implementa pratiche commerciali sostenibili in tutte le sue operazioni. Il programma "Worn Wear" dell'azienda incoraggia i clienti ad acquistare prodotti usati, prolungando la vita dei loro attrezzi e riducendo gli sprechi. L'attenzione dell'azienda alla sostenibilità è stata apprezzata dai consumatori, guidando sia la fedeltà al marchio che la redditività.

Gruppo IKEA

IKEA, il rivenditore svedese di mobili, ha adottato la sostenibilità come principio fondamentale del suo modello di business. L'azienda si è prefissata obiettivi ambiziosi di sostenibilità, tra cui l'approvvigionamento di tutto il suo legno da fonti più sostenibili o riciclate entro il 2020 e diventare positivo per il clima entro il 2030. IKEA ha investito in energie rinnovabili, illuminazione e elettrodomestici efficienti dal punto di vista energetico e pratiche forestali sostenibili. Inoltre, IKEA offre programmi di riciclaggio e ritiro per i suoi prodotti, incoraggiando i clienti a ridurre gli sprechi e prolungare il ciclo di vita dei mobili.

Unilever

Unilever è da tempo leader nella sostenibilità aziendale. Il piano per una vita sostenibile dell'azienda mira a sganciare la sua crescita dalla sua impronta ambientale, aumentando al contempo il suo impatto sociale positivo. Unilever ha compiuto passi significativi nella riduzione delle emissioni di gas serra, nel miglioramento dell'efficienza nell'uso dell'acqua e nella promozione di approvvigionamenti sostenibili. Ad esempio, nel 2020 il 67% delle materie prime agricole di Unilever è stato ottenuto in modo sostenibile.

Tutti i casi di studio sopra citati dimostrano che l'integrazione della sostenibilità ambientale nelle pratiche commerciali può portare a un successo a lungo termine, tra cui migliori risultati finanziari, migliore reputazione del marchio e impatto positivo sulla società.

2.3.2. Attività in classe: progettare un'attività imprenditoriale green

L'educazione all'imprenditoria green non dovrebbe essere fatta con la visione tradizionale del processo, ma con un approccio basato sulla pratica, utilizzando una selezione di pratiche, che include gioco, empatia, creazione e sperimentazione. Un'attività di questo tipo comprende un'introduzione all'economia sostenibile e una sessione di brainstorming sullo sviluppo del piano aziendale, che deve essere preso in considerazione nell'analisi di mercato, nelle proiezioni finanziarie, nei piani di sostenibilità e di gestione dei rischi. La progettazione di un business plan green può essere un'attività

Project partners



didattica coinvolgente in classe che combina elementi di imprenditorialità, sostenibilità ambientale e pensiero critico.

Una delle tassonomie più diffuse e ampiamente utilizzate nel campo del l'apprendimento, che si avvicina ai concetti di cui sopra (conoscenze, abilità, atteggiamenti), è la tipologia degli obiettivi educativi proposta da Bloom et al. (1956). La tassonomia di Bloom è un quadro utilizzato per classificare obiettivi, finalità e attività educative in livelli crescenti di complessità e specificità. Si compone di sei livelli, che passano da una capacità di pensiero di ordine inferiore a quella di ordine superiore:

1. Ricordare
2. Comprendere
3. Applicare
4. Analizzare
5. Valutare
6. Creare

Impegnandosi in questa attività di classe, gli studenti acquisiranno una preziosa esperienza nell'imprenditorialità, nel pensiero critico e nella sostenibilità ambientale, sviluppando anche abilità pratiche nella pianificazione aziendale e nella presentazione.

Fase 1. Ricordare

Iniziare l'attività con una breve introduzione ai concetti di business green, compresa l'importanza della sostenibilità ambientale, il triplice approccio (persone, pianeta, profitto) ed esempi di aziende green di successo.

Flashcards	Utilizzare flashcard per ricordare fatti, termini e concetti di base (ecologia, sostenibilità, imprenditorialità).
Quiz	Condurre brevi quiz incentrati sulla memoria fattuale.
Fare una lista	Chiedere agli studenti di elencare i punti chiave da una lezione o materiale di lettura.
Esercizio di corrispondenza	Creare esercizi di corrispondenza per i termini e le loro definizioni.

Project partners



Fase 2. Comprendere

Riassumere	Chiedere agli studenti di riassumere un testo o una lezione su argomenti correlati (cambiamento climatico, consumo di risorse, rifiuti, sostenibilità) con le proprie parole
Discussioni di gruppo	Facilitare le discussioni di gruppo in cui gli studenti spiegano i concetti a vicenda. Dividere gli studenti in piccoli gruppi e incoraggiarli a fare brainstorming di idee per le imprese ecosostenibili. Incoraggiare la creatività e l'innovazione, e ricordare agli studenti di considerare gli aspetti ambientali, sociali ed economici delle loro idee imprenditoriali.
Domande e risposte	Organizzare sessioni di domande e risposte per garantire la comprensione.
Riassumere	Chiedere agli studenti di riassumere paragrafi o sezioni di un testo.

Fase 3. Applicare

Una volta che i gruppi hanno selezionato un'idea imprenditoriale, chiedere loro di sviluppare un piano aziendale dettagliato. Fornire una panoramica del l'idea imprenditoriale e del suo potenziale impatto ambientale e sociale.

Problem-Solving	Problemi ambientali reali che potrebbero rappresentare un'opportunità di business
Simulazioni /Gioco di ruolo	Utilizzare le attività di gioco di ruolo per praticare l'applicazione delle conoscenze in scenari simulati. Sviluppare profili dettagliati quali il direttore generale, il direttore finanziario, il direttore del marketing e i partecipanti esterni. Descrivere le operazioni quotidiane del l'impresa, compresi i processi di produzione, la gestione della catena di approvvigionamento e l'utilizzazione delle risorse.
Laboratorio	Condurre esperimenti in cui gli studenti applicano le teorie agli esperimenti pratici (riciclaggio, economia circolare).
Studi di caso	Analizzare studi di caso relativi a imprese ecosostenibili

Project partners



Fase 4. Analizzare

Condurre ricerche sul mercato di riferimento, comprese le esigenze dei clienti, i concorrenti e le tendenze del mercato relative alla sostenibilità. Descrivere il prodotto o servizio verde offerto, evidenziandone i vantaggi ambientali e i punti di forza.

Confronta e contrasto Chiedi agli studenti di confrontare due concetti o idee.

Mappatura mentale

Dibattiti:

Analisi dei dati

Evidenzia similitudini e differenze (confronta)	Chiedi agli studenti di confrontare due concetti o idee.
Mappe mentali	Utilizzare mappe mentali per scomporre un concetto nei suoi componenti.
Dibattiti	Organizzare dibattiti in cui gli studenti devono analizzare punti di vista diversi.
Analisi dei dati	Fornire set di dati per gli studenti ad analizzare e interpretare i risultati. Delineare le strategie di marketing e vendita per promuovere l'attività verde, compresi il marchio, la pubblicità e i canali di distribuzione. Identificare i potenziali rischi e le sfide che l'attività verde deve affrontare e sviluppare strategie per mitigarli.

Fase 5. Valutare

Articolare chiaramente la mission e la vision dell'impresa green, sottolineando il suo impegno per la sostenibilità. Preparare proiezioni finanziarie, comprese le previsioni di entrate, i costi iniziali, le spese operative e le potenziali fonti di finanziamento.

Project partners



Peer Reviews	Facilitare le revisioni tra pari di compiti in cui gli studenti valutano il lavoro degli altri.
Valutazione basata su rubriche	Chiedi agli studenti di valutare il lavoro utilizzando una rubrica dettagliata.
Saggi critici	Assegnare saggi critici in cui gli studenti devono valutare un argomento o un lavoro.
Progetti di gruppo	Coinvolgere gli studenti in progetti di gruppo che richiedono loro di criticare i contributi degli altri.

Step 6. Creare

Scrittura creativa	Incoraggiare gli studenti a scrivere storie o saggi che sintetizzano il loro apprendimento.
Presentazioni multimediali	Chiedi agli studenti di creare presentazioni o video per dimostrare la loro comprensione. Una volta che i piani aziendali sono completi, ogni gruppo deve presentare la propria idea di business verde alla classe. Incoraggiare gli studenti a spiegare i vantaggi ambientali e sociali della loro attività, nonché il suo potenziale di successo finanziario.
Feedback e discussione	Dopo ogni presentazione, facilitare una discussione in cui gli studenti possono fornire un feedback e porre domande sui piani aziendali verdi. Incoraggiare la critica costruttiva e offrire suggerimenti per il miglioramento.
Riflessione	Concludi l'attività con una sessione di riflessione in cui gli studenti possono discutere ciò che hanno imparato dall'esperienza. Invitarli a riflettere sulle sfide e le opportunità di un piano aziendale verde, nonché sul l'importanza della sostenibilità nel l'imprenditoria.

Project partners



2.4. Pratiche ecosostenibili e innovazione

Pratiche ecologiche e innovazione vanno di pari passo per promuovere la sostenibilità in vari settori. I meccanismi di sostegno per gli imprenditori in questi settori forniscono una motivazione finanziaria cruciale per adottare l'eco-innovazione, creando maggiore certezza del mercato per le start-up verdi (Ball & Kittler, 2019).

Sectors of Eco-friendly Practices and Innovation		
Agricoltura sostenibile	Energie rinnovabili	Trasporto
Economia circolare	Gestione dei rifiuti	Gestione dell'acqua
Tracciabilità	Materiali da costruzione	Chimica verde

Pratiche agricole sostenibili: l'innovazione agricola svolge un ruolo cruciale nella promozione di pratiche ecologiche quali l'agricoltura biologica, l'agroforestazione e l'agricoltura rigenerativa. Tecniche quali l'agricoltura di precisione, l'agricoltura verticale e l'idroponica consentono un uso efficiente delle risorse come l'acqua e il suolo, riducendo al minimo gli apporti chimici e il degrado del suolo.

Tecnologie per le energie rinnovabili: l'innovazione nelle tecnologie per le energie rinnovabili, come il solare, l'eolico e l'idroelettrico, ha ridotto in modo significativo la dipendenza dai combustibili fossili e contribuito a mitigare i cambiamenti climatici. I progressi nell'efficienza dei pannelli solari, nella progettazione di turbine eoliche e nelle soluzioni di stoccaggio dell'energia hanno reso le energie rinnovabili più convenienti e scalabili.

Materiali da costruzione ecologici: l'industria delle costruzioni ha visto lo sviluppo di materiali da costruzione ecocompatibili che riducono il consumo energetico e l'impatto ambientale. Le innovazioni includono materiali sostenibili come il bambù, l'acciaio riciclato e il legno recuperato, nonché isolanti, finestre e materiali per tetti a basso consumo energetico.

Soluzioni per l'economia circolare: le innovazioni nell'economia circolare promuovono l'efficienza delle risorse e la riduzione dei rifiuti progettando prodotti e processi che consentono di riutilizzare, riciclare o rigenerare i materiali. Ciò include iniziative quali la riprogettazione di prodotti per lo

Project partners





smontaggio, la rifabbricazione e il riciclaggio a circuito chiuso, nonché piattaforme digitali per la condivisione di risorse e materiali.

Soluzioni di mobilità intelligenti: l'innovazione nel settore dei trasporti ha portato allo sviluppo di soluzioni di mobilità intelligenti che riducono le emissioni e la congestione. Ciò include veicoli elettrici (EV), veicoli autonomi, servizi di car-sharing e sistemi di trasporto multimodali che incoraggiano la camminata, la bicicletta e il trasporto pubblico.

Tecnologie di gestione dei rifiuti: tecnologie avanzate per la gestione dei rifiuti, quali la digestione anaerobica, il compostaggio e la conversione dei rifiuti in energia, contribuiscono a deviare i rifiuti organici dalle discariche e a ridurre le emissioni di gas serra. Le innovazioni nel riciclaggio e nel recupero dei materiali consentono anche di recuperare risorse preziose dai flussi di rifiuti.

Tecnologie per la conservazione delle acque: l'innovazione nelle tecnologie di conservazione delle acque contribuisce a risolvere il problema della scarsità d'acqua e a promuovere pratiche sostenibili di gestione delle risorse idriche. Ciò comprende sistemi di irrigazione intelligenti, apparecchi e dispositivi ad alta efficienza idrica, nonché tecnologie per il riciclaggio e la desalinazione dell'acqua.

Chimica verde: il settore della chimica verde si concentra sullo sviluppo di alternative ecologiche ai processi e prodotti chimici tradizionali. Le innovazioni comprendono materiali a base biologica, solventi non tossici e processi di pulizia e produzione eco-compatibili che riducono al minimo l'inquinamento e i rifiuti.

Tracciabilità e trasparenza della catena di rifornimento: la tecnologia blockchain consente una maggiore trasparenza e tracciabilità nelle catene di fornitura, facilitando l'approvvigionamento etico e le pratiche di produzione sostenibili. Fornendo registrazioni immutabili di transazioni e origini dei prodotti, la blockchain aiuta i consumatori a fare scelte informate e rende le aziende responsabili per il loro impatto ambientale e sociale.

Piattaforme di innovazione collaborativa: le piattaforme di innovazione collaborativa riuniscono diversi soggetti interessati, tra cui imprese, governi, università e società civile, per co-creare soluzioni sostenibili a sfide ambientali complesse. Queste piattaforme promuovono la condivisione delle conoscenze, la collaborazione intersettoriale e l'azione collettiva verso obiettivi di sostenibilità comuni.

Project partners





Agricoltura e impollinazione sostenibili: un riferimento particolare dovrebbe essere fatto all'impollinazione. L'agricoltura sostenibile e l'impollinazione sono profondamente interconnesse. L'impollinazione potrebbe essere descritta come il procedimento che rende verde il pianeta e questa relazione dovrebbe essere evidenziata.

2.4.1. Attività in classe: dall'idea a un prodotto/servizio ecosostenibile

Le attività in classe sulle pratiche ecologiche possono essere adattate ai diversi livelli di scolarità, alle materie e agli obiettivi di apprendimento e possono consentire agli studenti di diventare amministratori informati e attivi dell'ambiente. Presentando l'imprenditoria verde agli studenti, offriamo loro la capacità di comprendere il problema e trovare soluzioni. Insieme, queste pratiche aiutano gli studenti a sviluppare la competenza di pensare e agire in modo imprenditoriale per creare, trovare e sfruttare le opportunità su un determinato problema aziendale e ambientale. Queste sono solo alcune idee per iniziare.

Analisi dello smaltimento dei rifiuti: Attività Hands-On: creare attività interattive, come l'analisi dello smaltimento dei rifiuti, in cui gli studenti analizzano i tipi e le quantità di rifiuti prodotti nella loro scuola. Ciò può aumentare la consapevolezza sulle abitudini di consumo e l'importanza della riduzione dei rifiuti.

Progetti di giardinaggio: impiantare un giardino scolastico dove gli studenti possono imparare sull'agricoltura sostenibile, il compostaggio e l'importanza della biodiversità. Possono piantare specie autoctone, mantenere il giardino e osservare l'interconnessione degli ecosistemi. Gli studenti possono ricercare specie vegetali autoctone che attirano impollinatori come api, farfalle e uccelli. Poi, chiedere loro di progettare e pianificare un giardino impollinatore per la loro scuola o comunità. Questa attività insegna agli studenti l'importanza degli impollinatori in agricoltura e come la piantagione di specie autoctone può sostenere la biodiversità e la salute dell'ecosistema.

Sfide di conservazione dell'energia: organizzare sfide di conservazione dell'energia in cui gli studenti competono per ridurre il consumo energetico nelle aule e nelle aree comuni. Possono seguire l'uso dell'energia, attuare strategie di risparmio energetico e conoscere l'impatto ambientale del consumo di energia.

Project partners





Workshop di riciclaggio e upcycling: organizza workshop sul riciclaggio e l'upcycling, dove gli studenti imparano a conoscere il processo di riciclaggio, come ordinare correttamente i materiali riciclabili e modi creativi per riutilizzare i materiali. Incoraggiarli a creare progetti artistici o oggetti funzionali con materiali riciclati.

Dibattiti e discussioni ambientali: facilitare i dibattiti o le discussioni su questioni ambientali come il cambiamento climatico, la deforestazione o l'inquinamento. Incoraggiare gli studenti a ricercare e presentare prospettive diverse, promuovendo il pensiero critico e le capacità di comunicazione.

Escursioni in siti ecologici: organizzare escursioni in siti ecologici come centri di riciclaggio, impianti per l'energia rinnovabile o aree di conservazione. Questo fornisce esperienze di apprendimento pratico e espone gli studenti a esempi reali di sostenibilità in azione.

Eventi di pulizia della comunità: Coordinare gli eventi di pulizia della comunità in cui studenti e insegnanti lavorano insieme per pulire dai rifiuti parchi, spiagge e quartieri. Ciò incrementa la sensibilità ambientale e la responsabilità civica, rendendo migliore la comunità.

Campagne ambientali: lanciare campagne ambientali all'interno della comunità scolastica per aumentare la consapevolezza e promuovere comportamenti eco-compatibili. Questo potrebbe includere iniziative come "*I lunedì senza carne*" per ridurre il consumo di carne, "*Spegni le luci*" per risparmiare energia o "*Porta la tua bottiglia*" per ridurre i rifiuti di plastica.

Relatori e ospiti esperti: invitare relatori ospiti ed esperti nel campo della sostenibilità per condividere le loro conoscenze ed esperienze con gli studenti. Questo fornisce preziose intuizioni e ispirazione ed espone gli studenti a potenziali percorsi di carriera in scienze ambientali, conservazione o sostenibilità.

Project-Based Learning: coinvolgere gli studenti in attività di apprendimento basate su progetti in cui ricercano e sviluppano soluzioni alle sfide ambientali del mondo reale. Ciò potrebbe comportare la progettazione di prodotti ecologici, la creazione di campagne di sensibilizzazione o la proposta di cambiamenti politici per affrontare le questioni ambientali.

Le attività in classe sulle pratiche ecologiche possono avere numerosi vantaggi per gli studenti, gli educatori e l'ambiente. Trasformare le idee in prodotti o servizi eco-compatibili può essere un'attività di classe entusiasmante e educativa che incoraggia la creatività, il pensiero critico e la consapevolezza ambientale. Le questioni ambientali, i cambiamenti climatici e lo sviluppo sostenibile sono tra le più urgenti preoccupazioni del nostro tempo. Una proposta di schema per tale attività inizia con un'introduzione all'innovazione ecologica e comprende, tra le altre cose, una sessione di brainstorming, ricerche di marketing, un piano di sostenibilità, feedback e discussione. Gli studi di casi

Project partners





educativi dovrebbero includere una nota didattica (Caffrey et al., 2020). In termini di impatto, questi sono importanti perché aiutano a portare l'argomento in classe.

Esempio di un'attività in classe - Progettazione di un prodotto ecologico

Impegnandosi in questa attività di classe, gli studenti acquisiranno una preziosa esperienza nella generazione di idee, innovazione, sostenibilità e imprenditorialità, sviluppando anche competenze pratiche nella pianificazione del progetto, progettazione e presentazione.

Materiali necessari:

- Cartelloni o fogli di carta
- Pennarelli, matite colorate e altri materiali da disegno
- Materiali riciclati (cartone, bottiglie di plastica, scarti di tessuto, ecc.)
- Forbici, colla e nastro
- Computer/tablet con accesso a Internet per la ricerca
- Opuscoli sui concetti di sostenibilità

Durata: 2-3 lezioni (45-60 minuti ciascuna)

Istruzioni:

Giorno 1: Introduzione ai prodotti ecologici

Introduzione alla sostenibilità (15 minuti)

Iniziare con una breve lezione sulla sostenibilità e perché è importante. Discutere il concetto di 3R: ridurre, riutilizzare, riciclare. Mostrare esempi di prodotti eco-compatibili, come bottiglie d'acqua riutilizzabili, imballaggi biodegradabili e gadget alimentati da energia solare.

Sessione di brainstorming (30 minuti)

- Dividere gli studenti in piccoli gruppi (3-4 studenti per gruppo).
- Distribuire fogli di lavoro per il brainstorming e chiedere a ciascun gruppo di pensare ai prodotti comuni che usano quotidianamente e come questi potrebbero essere resi più rispettosi dell'ambiente.
- Incoraggiarli a considerare i materiali, il consumo di energia e la riduzione dei rifiuti.

Selezione delle idee (15 minuti)

Project partners





Ogni gruppo presenta le sue tre idee principali alla classe. Facilita una discussione e aiuta ogni gruppo a scegliere un'idea da sviluppare ulteriormente.

Giorno 2: Ricerca e progettazione

Fase di ricerca (30 minuti)

Consentire agli studenti di utilizzare computer/ tablet per ricercare materiali, principi di progettazione e prodotti eco-compatibili esistenti che sono simili alle loro idee. Chiedere loro di considerare il ciclo di vita del loro prodotto dalla produzione allo smaltimento.

Fase di progettazione (30 minuti)

Fornire manifesti e materiale per disegni. Ogni gruppo crea un progetto dettagliato del proprio prodotto, comprendente schizzi, una lista di materiali e il modo in cui sarà utilizzato. Incoraggiarli a pensare al branding e al packaging, assicurandosi che sia eco-friendly.

Giorno 3: presentazione e feedback

Creazione di prototipi di prodotti (30 minuti)

Utilizzando materiali riciclati, ogni gruppo crea un semplice prototipo del proprio prodotto. Potrebbe trattarsi di un modello o di un prototipo funzionale, a seconda della complessità dell'idea di prodotto.

Preparazione della presentazione (15 minuti)

I gruppi preparano una breve presentazione (3-5 minuti) che spiega il loro prodotto, i suoi benefici e come contribuisce alla sostenibilità. Dovrebbero anche discutere di eventuali sfide che hanno dovuto affrontare durante il processo di progettazione.

Presentazioni e feedback (15 minuti)

Ogni gruppo presenta il proprio prodotto alla classe. Dopo ogni presentazione, la classe e l'insegnante forniscono un feedback costruttivo, concentrandosi sui punti di forza e sulle aree di miglioramento.

Riflessione (15 minuti)

Discutere ciò che gli studenti hanno imparato sull'importanza dei prodotti ecologici e della sostenibilità. Riflettere su come possono applicare questi principi nella loro vita quotidiana.

Project partners





Valutazione

- Partecipazione e lavoro di squadra durante le fasi di brainstorming e progettazione.
- Creatività e praticità del design del prodotto.
- Qualità e chiarezza della presentazione.
- Coinvolgimento durante le sessioni di feedback e riflessione.

Attività di estensione

Organizzare una fiera ecologica a livello scolastico in cui gli studenti possono mostrare i loro prodotti eco-compatibili ad altre classi, insegnanti e genitori. Invitare imprenditori locali o esperti di sostenibilità a valutare i progetti e fornire ulteriori informazioni.

Questa attività non solo educa gli studenti sulla sostenibilità, ma li abilita anche a pensare in modo creativo e critico sulla soluzione di problemi del mondo reale. Introduzione all'innovazione ecologica: iniziare l'attività con un'introduzione al concetto di eco-innovazione sostenibile e la sua importanza per affrontare le sfide ambientali. Discutere di esempi di prodotti e servizi ecologici e del loro impatto positivo sull'ambiente.

Project partners





3. Imprenditoria per il cambiamento sociale

3.1. Premessa

Questa sezione esplora il settore in rapida crescita dell'impreditoria sociale, un sottoinsieme di attività imprenditoriali che si concentra sullo sviluppo e sull'attuazione di soluzioni per rispondere alle esigenze sociali. Diversamente dall'imprenditorialità tradizionale, spesso guidata dalla massimizzazione del profitto, l'impreditoria sociale si concentra sulla creazione di valore sociale e sul soddisfacimento delle esigenze sociali a lungo termine, quali cibo, alloggio, istruzione e assistenza sanitaria.

Questo modulo esplora i diversi aspetti dell'impreditoria sociale, che tocca molti settori diversi. Esamina le diverse definizioni di imprenditorialità sociale e il modo in cui possiamo utilizzarlo per creare benefici per gli individui e la società. Un'altra parte importante del modulo è conoscere le caratteristiche e le pratiche degli imprenditori sociali di successo, che sono spesso chiamati agenti di cambiamento e stanno introducendo nuove soluzioni a problemi sociali che necessitano di essere risolti. Il materiale copre sia la teoria che l'aspetto pratico, con gli studenti coinvolti nella conoscenza delle imprese sociali e nella partecipazione di progetti di problem-solving.

Gli studenti apprenderanno le sfide e i vantaggi della creazione e gestione di imprese sociali che mirano a migliorare il benessere della comunità, affrontare le ingiustizie sociali e garantire la sostenibilità ambientale per le generazioni future. Ciò fornirà agli studenti le conoscenze necessarie per integrare gli obiettivi aziendali e sociali al fine di creare modelli di business efficaci e sostenibili.

3.1.1. Obiettivi di apprendimento

Al termine di questo modulo, gli studenti saranno in grado di:

- Definire l'imprenditorialità sociale e differenziarla dall'imprenditorialità tradizionale.
- Riconoscere il ruolo dell'impreditoria sociale nell'affrontare le sfide della società.
- Imparare a identificare le questioni sociali urgenti che possono essere affrontate attraverso soluzioni imprenditoriali.
- Analizzare vari problemi sociali da molteplici prospettive per comprenderne la complessità.
- Utilizzare strumenti e tecniche aziendali per pianificare ed eseguire progetti di imprenditoria sociale.
- Incoraggiare il pensiero creativo per sviluppare soluzioni innovative ai problemi sociali.
- Partecipare a progetti di apprendimento dei servizi che forniscono un'esperienza pratica nell'applicazione delle conoscenze acquisite in classe ai problemi del mondo reale.

Project partners





- Sviluppare le capacità di leadership necessarie per guidare iniziative sociali.
- Migliorare le capacità di lavorare in modo collaborativo all'interno dei team e con i partner della comunità.

3.2. Introduzione all'imprenditoria sociale

Cos'è l'imprenditoria sociale?

Negli ultimi anni, l'imprenditorialità sociale, che è una sotto-disciplina dell'imprenditoria, ha ricevuto sempre più attenzione da parte degli studiosi di imprenditorialità. L'imprenditoria sociale è un campo nuovo ma in rapida crescita che coinvolge molti settori diversi, come l'innovazione, la tecnologia, le politiche pubbliche, lo sviluppo della comunità, i movimenti sociali e le organizzazioni senza scopo di lucro.

La comprensione dell'imprenditoria sociale inizia dalle sue definizioni, che variano ampiamente. Sebbene molte definizioni condividano analogie, sembra che ci siano molti modi diversi di definire l'imprenditoria sociale. Alcune di queste definizioni sono abbastanza simili, ma ciascuna si concentra su aspetti diversi dell'imprenditoria sociale e cerca di definirla in base a tali aspetti. Appare evidente che diverse discipline siano interessate a considerare i benefici individuali e sociali dell'imprenditoria sociale da diversi punti di vista.

L'imprenditorialità sociale consiste nel riconoscere, valutare e sfruttare le opportunità che creano valore sociale - ossia i bisogni fondamentali e di lunga data della società, non la ricchezza personale o degli azionisti. L'idea di valore sociale ha poco a che fare con il profitto. Si tratta di soddisfare bisogni fondamentali e di lunga data come fornire cibo, acqua, riparo, istruzione e servizi medici a coloro che ne hanno bisogno (Austin, et al., 2006).

I principali obiettivi dell'imprenditoria sociale sono ridurre la povertà e l'analfabetismo, migliorare il benessere della comunità, affrontare le ingiustizie sociali e proteggere l'ambiente per le generazioni future. Utilizzando le proprie competenze e risorse, gli imprenditori sociali possono avere un grande impatto sulla società. In altre parole, l'imprenditorialità sociale consiste nel fatto che gli imprenditori utilizzano le proprie competenze per creare valore sociale, piuttosto che semplicemente fare soldi. Spesso lo fanno perché sono spinti da una missione sociale e sono disposti a lavorare sodo. Un

Project partners



imprenditore sociale è qualcuno che ha una vera passione per fare la differenza, e anche ha la disciplina, l'innovazione e la determinazione di avere successo nel mondo degli affari.

Quindi, chi è un imprenditore sociale ?

Molti ricercatori si sono occupati dell'imprenditoria sociale e di come dovrebbe essere. Robert Theobald è uno dei primi a definire l'imprenditorialità sociale. Egli afferma che sono "agenti di cambiamento" che si assumono rischi per presentare nuove idee a persone, gruppi e organizzazioni. Egli esamina anche l'imprenditoria sociale da una prospettiva ampia, sottolineando che assumere rischi e innovare sono caratteristiche chiave degli imprenditori sociali.

Leadbeater e Goss (1998) sottolineano che l'imprenditoria sociale è sinonimo di azioni orientate alla comunità. Essi suggeriscono che gli imprenditori sociali sono le persone che lavorano nelle comunità bisognose o in organizzazioni creative di volontari per aiutare a soddisfare i bisogni della comunità utilizzando risorse che altrimenti andrebbero sprecate.

Glancey e McQuaid (2000) suggeriscono che gli imprenditori sociali sono innovativi e utilizzano risorse sottoutilizzate nel modo in cui altre persone le definiscono. Secondo loro, gli imprenditori sociali propongono nuove soluzioni ai problemi sociali e utilizzano le risorse in modo da favorire la comunità locale. Inoltre, questa definizione dice che gli imprenditori sociali possono lavorare in tutti i settori, compreso il governo, il settore no-profit o le imprese.

Bornstein (2004) afferma che un imprenditore sociale è qualcuno che fa la differenza. Sviluppa nuove idee per affrontare i problemi principali e lavora sempre fino al raggiungimento dei suoi obiettivi.

Quando si esaminano le varie definizioni di imprenditore sociale, diventa chiaro che i ricercatori valutano i tratti del carattere, le aree di lavoro, gli obiettivi e i risultati dell'imprenditoria sociale in modi diversi. Di conseguenza, abbiamo una vasta gamma di definizioni per ciò che è un imprenditore sociale. Se si prendono in considerazione tutte queste definizioni, sembra che un imprenditore sociale debba essere un innovatore, disposto a correre rischi, creativo, attento ai problemi sociali, capace di sviluppare soluzioni sostenibili ai problemi sociali, laborioso e qualificato.

In breve, esistono quattro differenze fondamentali tra l'imprenditoria sociale e altre forme di imprenditorialità. Imprenditori sociali (Bacq & Janssen, 2011):

Project partners



1. guidato da una missione. La loro missione è quella di avere un impatto positivo su coloro che ne hanno più bisogno.
2. agire come imprenditori attraverso una combinazione di caratteristiche che li distinguono da altri tipi di imprenditori (vedi tabella 1).
3. operare in organizzazioni imprenditoriali con una forte cultura del l'innovazione e del l'apertura.
4. Lavorare con organizzazioni indipendenti che pianificano e eseguono strategie di reddito. L'idea è di fornire il valore sociale previsto pur rimanendo finanziariamente indipendente. Ciò avviene combinando attività sociali e orientate al profitto per diventare autosufficienti, ridurre la dipendenza dalle donazioni e dai finanziamenti governativi e aumentare il potenziale di espansione della fornitura del valore sociale proposto.

Tabella 1. Caratteristiche comuni e distintive degli imprenditori sociali e per il profitto (Abu-Saifan, 2012)

Caratteristiche distintive dell'imprenditore per il profitto	Caratteristiche comuni a entrambi i tipi	Caratteristiche distintive dell'imprenditore sociale
<p>Di successo</p> <p>Portatore di rischio</p> <p>Organizzatore</p> <p>Pensatore strategico</p> <p>Creatore di valore</p> <p>Olistico</p> <p>Speculatore</p>	<p>Innovatore</p> <p>Impegnato</p> <p>Persona che prende l'iniziativa</p> <p>Leader</p> <p>Attento alle opportunità</p> <p>Tenace</p>	<p>Vive il lavoro come missione</p> <p>Emotivamente carico</p> <p>Socialmente vigile</p> <p>Manager</p> <p>Visionario</p> <p>Altamente responsabile</p>

3.2.1. Questioni sociali e soluzioni aziendali

È possibile affermare che chiunque può diventare imprenditore. Ogni individuo impara l'imprenditorialità acquisendo un'esperienza permanente e sviluppa le proprie capacità imprenditoriali

Project partners





costruendo le giuste competenze. In tal caso, se un individuo vuole diventare imprenditore, il primo passo è ottenere la giusta istruzione per aiutarlo ad acquisire e sviluppare le necessarie competenze imprenditoriali.

Nella stessa direzione, diventare un imprenditore sociale inizia con l'istruzione, proprio come qualsiasi carriera. Quando si studiano materie come economia, affari e scienze sociali, non si impara solo a conoscere il denaro e i mercati; si impara a identificare i problemi della nostra società ed esplorare modi per risolverli. Per esempio, imparare l'economia può aiutarti a capire perché alcune comunità hanno meno risorse e studiare scienze sociali può insegnarti sulle sfide che diversi gruppi affrontano.

Tuttavia, l'istruzione non si limita a stare seduti in una classe. L'esperienza del mondo reale è altrettanto importante. Questo comporta l'ingresso nella comunità, magari attraverso il volontariato presso i rifugiati, unendosi a campagne per pulire l'ambiente o partecipando a club scolastici che si concentrano sul servizio alla comunità. Queste esperienze ti permettono di vedere in prima persona i problemi che hai imparato a risolvere in classe, dandoti un quadro più chiaro di ciò che deve essere fatto e come puoi essere d'aiuto.

Molti giovani imprenditori hanno trovato modi innovativi di utilizzare l'attività imprenditoriale per il bene della società. Prendiamo, per esempio, la storia di un adolescente che ha avviato una società per produrre cannucce riutilizzabili in metallo per ridurre i rifiuti di plastica. Questo piccolo passo non solo aiuta l'ambiente, ma aumenta anche la consapevolezza del l'inquinamento. Un altro giovane imprenditore ha creato una piattaforma online che collega il cibo in eccedenza dei ristoranti con le banche alimentari locali, assicurando che meno cibo sia sprecato e più persone ricevano i pasti di cui hanno bisogno.

3.2.2. Come essere un imprenditore sociale?

In questo momento, le nostre comunità locali e globali si trovano ad affrontare un sacco di complicate questioni sociali. Questi problemi richiedono persone creative e motivate per trovare nuovi modi di avere un impatto positivo e duraturo. Gli imprenditori sociali sono persone che possono individuare i problemi all'interno delle comunità e creare imprese che generano profitti, affrontando al contempo questi problemi e sostenendo il cambiamento sociale. Quindi, gli imprenditori sociali grande cuore. Vogliono fare la differenza. Non si preoccupano solo del profitto.

Project partners





Tuttavia, diventare un imprenditore sociale non è facile. Per avere successo, hai bisogno di più di una grande idea. Se vuoi cambiare il mondo e fare soldi facendolo, devi pianificare il tuo viaggio. Di seguito sono riportati alcuni passaggi importanti che chiunque voglia diventare un imprenditore sociale di successo dovrebbe seguire. In altre parole, dovete decidere **chi volete aiutare e dove e come volete aiutarli**. Oltre a chi, è necessario essere altrettanto chiari circa il problema che si desidera risolvere per questo gruppo target attraverso il servizio o prodotto la vostra organizzazione offrirà. Per trovare il problema giusto da affrontare, è necessario naturalmente considerare le proprie preferenze, i talenti naturali, i punti di forza, le competenze professionali e l'istruzione, nonché le risorse a disposizione. Pensate ad alcune semplici domande per aiutarvi a iniziare. Cosa farete? Come lo farete? Per chi lo farete? Che valore fornirete? Quali sono i valori e i principi che ti guidano? Queste domande ti aiuteranno a creare la tua dichiarazione di missione.

Un passo importante successivo è quello di **ricercare l'area/la direzione** su cui si è scelto di concentrarsi. Dovete capire il più possibile sul panorama sociale in cui volete operare, e chi sta guidando e cambiando il mondo. Non devi reinventare la ruota. Se vedi un imprenditore sociale che fa esattamente quello che vuoi realizzare, usa quella motivazione e il carburante per sviluppare la tua offerta unica e orientata allo scopo. Le buone pratiche esistenti possono sempre essere utilizzate per migliorare e far evolvere i nostri sforzi.

Hai in mano uno strumento che può aiutarti. Google è il vostro amico qui per trovare una pletora di informazioni pertinenti, esempi, le migliori pratiche, così come quelli che si potrebbe considerare concorrenti o collaboratori. Considerate questo: se voleste partecipare a un'offerta di un'azienda/organizzazione che desiderate fornire, cosa cerchereste online? Quali termini esatti usereste? Consideratevi il vostro cliente o beneficiario ideale, quindi cercare su internet attraverso quella lente. Questo esercizio vi aiuterà a vedere il vostro progetto dal punto di vista di coloro che intendete aiutare, assicurando che i vostri sforzi siano mirati ed efficaci.

Inoltre, non sottovalutare l'importanza di connettersi con le reti professionali. Partecipa ai forum per l'imprenditoria sociale, ai gruppi LinkedIn e alle associazioni locali o nazionali. Questi gruppi spesso ospitano risorse preziose e opportunità di networking che possono fornire orientamento e sostegno nello sviluppo della vostra impresa. La comprensione di chi sono i membri e dei tipi di imprese sociali che gestiscono vi darà una visione degli standard e delle aspettative nel settore.

Project partners





Infine, è utile prendere in considerazione la partecipazione a conferenze e seminari del settore che si riferiscono alla vostra area di interesse. Questi eventi sono grandi opportunità per imparare da esperti, acquisire nuove idee e incontrare potenziali mentori che possono offrire consigli pratici e possibilmente anche partnership.

Ora che conosci abbastanza informazioni, sei pronto a **progettare la tua offerta unica**. Vi aiuterebbe molto a pensare a ciò che distingue la vostra impresa sociale. Come si può fare qualcosa di diverso da quello che gli altri stanno già facendo? Più si descrive in dettaglio ciò che si vuole fare e come si intende farlo, più l'impresa sociale sarà distintiva.

Utilizzare i post-it per fare brainstorming e perfezionare le idee per un'impresa sociale può essere uno strumento efficace. Scrivi una parola chiave su ogni nota che cattura un aspetto essenziale degli obiettivi del tuo progetto. Posiziona queste note su superfici visibili come pareti o finestre dove puoi riorganizzarle man mano che le tue idee evolvono.

Man mano che si va avanti, adattare continuamente le note adesive per riflettere nuove intuizioni e direzioni per la vostra impresa. Concentrati su ciò che rende la tua iniziativa unica o su come essa si rivolge specificamente alle esigenze della comunità di destinazione. Considerare quale angolo o valore unico si può portare al paesaggio esistente.

Non c'è bisogno che il tuo concetto sia completamente unico, puoi pensare a come puoi migliorare o integrare il lavoro di altri già nello spazio. La collaborazione con organizzazioni consolidate potrebbe aprire nuove vie per l'impatto che non avevate considerato prima. Questo approccio non solo aiuta a colmare le lacune, ma si basa anche sui punti di forza degli sforzi attuali, portando potenzialmente a cambiamenti e successi più significativi.

Tuttavia, è importante ricordare che l'imprenditoria sociale non si limita a realizzare profitti. Si tratta anche di creare un impatto sociale positivo. Ecco perché è una buona idea usare le metriche di impatto sociale insieme alle metriche aziendali convenzionali, come il profitto, per misurare i tuoi progressi. Queste misure vi aiuteranno a valutare l'efficacia delle vostre iniziative e a comunicare efficacemente i risultati alle parti interessate .

Bilanciare la tua missione sociale con i tuoi obiettivi aziendali è spesso difficile, ma è una delle cose più gratificanti di essere un imprenditore sociale. Mettendo la tua missione sociale al centro di ciò che fai

Project partners





e utilizzandola come punto di forza, puoi assicurarti di soddisfare sia i tuoi obiettivi sociali che quelli aziendali.

Ricordate che il percorso verso una carriera nell'imprenditoria sociale è un viaggio graduale, non una destinazione. Ci vuole molta dedizione, entusiasmo e un forte impegno per creare impatto sociale. Lungo il percorso, è bene continuare ad imparare e adattarsi alle nuove informazioni. Questo ti aiuta a crescere personalmente e rende anche la tua attività più di successo.

Naturalmente, non devi intraprendere questo entusiasmante viaggio da solo. Contatta i membri del team per ricevere feedback e supporto. Un membro del team non deve essere un partner o un dipendente; possono semplicemente essere un sostenitore costante della vostra missione-guidato avventura. Questa persona potrebbe essere un membro della famiglia, un amico o anche un partner commerciale che incoraggia e sostiene costantemente i vostri sforzi. Avere qualcuno al tuo fianco che crede in ciò che stai cercando di realizzare può fornire un prezioso incoraggiamento e guida mentre ti muovi avanti. Inoltre, costruire una rete di tali sostenitori può espandere le vostre risorse e prospettive, migliorando la vostra capacità di avere successo. Certamente, è cruciale sviluppare un modello di business chiaro e dettagliato per la vostra impresa sociale. Un modello di business funge da piano che delinea come la vostra azienda genererà entrate. Considerate l'ambito dei vostri servizi o prodotti. Avete in programma di operare su piccola scala, servendo i clienti direttamente nella vostra zona come un unico proprietario? Oppure, avete in mente di espandere le vostre operazioni, assumere dipendenti e raggiungere un pubblico più ampio per massimizzare l'impatto?

Definire chiaramente gli obiettivi finanziari della vostra impresa sociale. Determinare quanto reddito è necessario per sostenere l'operazione, compensare se stessi e eventuali dipendenti, e potenzialmente consentire la crescita futura. Quale modello di business vi permetterà di raggiungere la redditività desiderata?

Inoltre, pensate a chi pagherà per i vostri servizi o prodotti. Saranno i diretti beneficiari della vostra impresa a pagare, o metterete in atto un modello in cui un gruppo di clienti paga e un altro ne beneficia? Per esempio, TOMS Shoes utilizza un modello one-for-one in cui gli acquirenti finanziano scarpe gratuite per chi ne ha bisogno: un approccio prevalente nell'imprenditoria sociale.

Un altro modello è quello delle imprese di microcredito, in cui i beneficiari stessi sono clienti che rimborsano i prestiti con gli interessi. Gli interessi non coprono solo il costo dei prestiti, ma generano anche profitti e finanziano ulteriori attività di prestito.

Project partners





Una volta selezionato il modello di business più adatto per la vostra impresa sociale, considerate la possibilità di condividere e testare il vostro modello attraverso competizioni locali di imprese sociali. Questi eventi possono offrire un feedback critico e opportunità di perfezionare il vostro approccio, assicurando che il vostro modello di business sia quanto più efficace possibile. Una volta calcolato l'importo necessario per avviare la vostra organizzazione/impresa, dovrete cercare fonti di finanziamento. Dovrai pensare a diversi modi per raccogliere i fondi necessari per iniziare.

Potresti considerare alcune opzioni. Per esempio, potreste prendere un prestito commerciale se potete, o forse potete usare i vostri propri risparmi per finanziare il vostro progetto. Un'altra possibilità è chiedere agli amici e alla famiglia se possono prestarvi del denaro, o potresti cercare investitori interessati ad aiutare le startup come la tua.

Il crowdfunding è un'altra opzione. Questo è dove si utilizzano siti come Kickstarter o Indiegogo per chiedere a un sacco di gente piccole quantità di denaro per sostenere il vostro progetto. Tieni presente che il crowdfunding funziona meglio se hai un sacco di persone che conoscono il tuo progetto e vogliono aiutare, quindi potrebbe non raccogliere molti soldi se non hai ancora un grande gruppo di sostenitori.

Indipendentemente dal modo in cui si sceglie di ottenere finanziamenti, assicurarsi che le persone che danno i soldi capiscono e supportano ciò che si vuole fare con il progetto. È importante che si preoccupino dei vostri obiettivi e non solo di fare soldi.

Inoltre, oltre a quanto già detto, dovrete sviluppare un piano d'azione dettagliato e, naturalmente, attenervi ad esso durante il vostro percorso imprenditoriale. Un piano d'azione efficace non solo pone le basi per un approccio strutturato al lancio e alla crescita della vostra impresa sociale, ma funge anche da strumento dinamico che guida le vostre decisioni e azioni quotidiane.

Quando si sviluppa il piano d'azione, iniziare definendo obiettivi chiari e attuabili. Per esempio, se la vostra impresa sociale mira a migliorare l'alfabetizzazione, il vostro piano d'azione potrebbe includere compiti specifici quali la creazione di partenariati con le scuole, la progettazione di materiale didattico e la programmazione di sessioni di formazione per i volontari. Ogni obiettivo dovrebbe avere un insieme corrispondente di attività, parti responsabili e scadenze.

Includere le tappe che segnano fasi significative nello sviluppo della vostra impresa, come il completamento di rotte iniziali di finanziamento, l'avvio di un programma pilota o la partecipazione a

Project partners



un numero specifico di beneficiari. Associare a queste tappe gli indicatori di performance chiave (KPI) per misurare i progressi e garantire che le proprie azioni stiano portando ai risultati desiderati.

Impostare intervalli regolari (ad esempio, mensile o trimestrale) per rivedere i progressi del piano d'azione. Questa revisione consente di adeguare la strategia in risposta a feedback, sfide o cambiamenti nel mercato. È anche un'opportunità per celebrare i risultati che mantengono il tuo team motivato. Suddividere le attività giornaliere o settimanali nel modo più dettagliato possibile. Per esempio, invece di un compito vago come "lavoro sul marketing", specificare "progetto di post per il prossimo evento di alfabetizzazione" o "aggiornare i social media con storie di successo dai recenti workshop".

Anticipare i potenziali rischi o ostacoli che potrebbero far deragliare il vostro piano. Includi strategie di emergenza per i rischi critici, come i deficit di finanziamento o i ritiri da partnership, per assicurarti di poter ruotare rapidamente e mantenere in movimento la tua impresa.

Indicare chiaramente le risorse (tempo, denaro, personale) assegnate a ciascuna attività. Ciò contribuisce a prevenire la scarsità di risorse e garantisce che i compiti chiave abbiano un sostegno adeguato per avere successo.

Rendendo il vostro piano d'azione il più dettagliato e strutturato possibile, non solo si stabilisce un percorso chiaro da seguire, ma anche costruire una struttura che può adattarsi alle esigenze in evoluzione della vostra impresa sociale. Questo approccio globale è essenziale per trasformare la vostra visione in una realtà tangibile e di impatto.

3.3. Progettare un cambiamento sociale

3.3.1. Workshop: Identificare problemi sociali e soluzioni

Quando si insegna agli studenti a risolvere i problemi sociali, è fondamentalmente la stessa cosa che insegnare loro a risolvere i problemi in altre materie come la matematica. L'insegnante può iniziare mostrando agli studenti ogni parte del processo di risoluzione dei problemi sociali e poi ripetere spesso questo.

Project partners



Diamo un'occhiata più da vicino a come impariamo a risolvere i problemi sociali. La soluzione dei problemi sociali è un processo cognitivo-comportamentale che ci aiuta a trattare i problemi sociali. Questo processo si articola in cinque fasi principali (education.ufl.edu, n.d.):

1. Riconoscere il problema: identificare la questione da risolvere.
2. Descrizione del problema: denominazione e descrizione del problema.
3. Generazione di soluzioni: trovare diverse possibili soluzioni al problema.
4. Valutare le soluzioni e attuare la soluzione scelta: esaminare ciascuna delle possibili soluzioni per vedere quale è la migliore per risolvere il problema, e quindi metterla in pratica.
5. Valutazione del risultato: Verificare se il problema è stato risolto o meno. In caso affermativo, non occorre rifarlo. Se non lo ha fatto, o se qualcosa di diverso si presenta, potrebbe essere necessario ricominciare da capo.

Tuttavia, occorre ricordare che è difficile approfondire la complessità dei problemi sociali: dalla valutazione del loro impatto agli interessi sociali in conflitto, comprendere queste preoccupazioni richiede un'attenzione particolare. Le seguenti sono alcune delle ragioni per cui è difficile indagare sui problemi sociali (O'Donoghue, n.d.):

- Prospettive multiple: persone diverse possono avere idee diverse su ciò che costituisce un problema sociale, che può essere influenzato dai loro valori, esperienze e origini.
- Molteplici fattori: i problemi sociali possono avere diverse radici e cause, rendendo difficile determinare la causa principale o le cause del problema.
- Natura dinamica: i problemi sociali sono spesso emotivi e fluttuano nel tempo, rendendo difficile descrivere chiaramente e seguire qualsiasi cambiamento.
- Mancanza di dati: alcuni problemi sociali possono essere difficili da comprendere e caratterizzare a causa della mancanza di dati o di ricerche.
- Soggettività: alcuni problemi sociali sono soggettivi e suscettibili di interpretazione, rendendo difficile la loro caratterizzazione in un modo universalmente concordato.

Un workshop di risoluzione dei problemi sociali

Questa guida è destinata ad assistere gli insegnanti nell'organizzazione di un workshop di risoluzione dei problemi sociali incentrato sulle idee del l'imprenditoria sociale. Il workshop mira a

Project partners



responsabilizzare gli studenti migliorando la loro comprensione delle sfide sociali e la loro capacità di concepire e implementare soluzioni innovative. Gli insegnanti sono incoraggiati a utilizzare tutti i materiali contenuti nel presente documento, nonché ulteriori risultati del progetto Green & Social StartUps, per migliorare l'esperienza del workshop.

Fase 1: definire gli obiettivi

Prima di iniziare l'organizzazione del workshop, è necessario definire obiettivi chiari e misurabili. Questi possono comprendere:

- Aumentare la consapevolezza degli studenti sulle questioni sociali a livello locale e globale.
- Sviluppare il pensiero critico e le capacità creative di risoluzione dei problemi.
- Introduzione agli studenti alle basi dell'imprenditoria sociale.
- Incoraggiare gli studenti a pensare a soluzioni sostenibili e di impatto per i problemi del mondo reale.

Fase 2: preparazione del materiale per il workshop

Raccogliere tutti i materiali necessari in anticipo per garantire un flusso di lavoro regolare durante il workshop. Ciò include:

- Contenuti didattici sul l'imprenditoria sociale (forniti dal progetto Green & Social StartUps).
- Studi di casi che mettono in evidenza le imprese sociali di successo (forniti dal progetto Green & Social StartUps).
- Strumenti di brainstorming come note adesive, pennarelli e lavagne.
- Risorse digitali, compreso l'accesso a computer, proiettori e Internet per ricerche e presentazioni.

Fase 3: organizzazione del workshop

Si può utilizzare la seguente organizzazione suggerita dei punti principali del workshop. Naturalmente, l'insegnante può apportare delle modifiche, come organizzare tutte le fasi in un giorno o dividerle in più giorni, variando la durata suggerita e aggiungendo altre attività rilevanti o rimuovendo alcune di quelle suggerite.

Project partners



- **Introduzione all'imprenditoria sociale (30 minuti):**

Iniziare con un'introduzione di base su cosa sia l'imprenditoria sociale. Utilizzare esempi del progetto Green & Social StartUps per illustrare le imprese di successo e l'impatto che hanno avuto.

- **Identificare i problemi sociali (45 minuti):**

Guidare gli studenti a identificare le questioni sociali urgenti. Questa sessione dovrebbe comprendere discussioni sul perché questi problemi esistono e sul perché sono importanti, incoraggiando gli studenti a riflettere profondamente sulle radici di questi problemi.

- **Sessione di brainstorming (1 ora):**

Condurre una sessione di brainstorming dinamica in cui gli studenti possono suggerire soluzioni iniziali ai problemi discussi. Incoraggiarli a pensare in modo creativo e a considerare la fattibilità delle loro idee.

- **Lavoro di gruppo (1 ora):**

Far formare piccoli gruppi di studenti per sviluppare un piano aziendale preliminare o una proposta di progetto che affronti uno dei problemi sociali identificati. Dovrebbero considerare aspetti quali la missione, il pubblico di riferimento, i prodotti o servizi potenziali e le informazioni finanziarie di base.

- **Presentazione e feedback (1 ora):**

Ogni gruppo presenta alla classe il proprio piano di attività o la propria proposta di progetto. Fornire un feedback costruttivo su ogni presentazione, discutendo i punti di forza, le debolezze e gli impatti potenziali delle soluzioni proposte.

Suggerimenti per migliorare il coinvolgimento

Un'idea interessante è quella di invitare gli imprenditori sociali locali a parlare delle loro esperienze. La loro conoscenza del mondo reale può fornire suggerimenti preziosi e potrebbe ispirare gli studenti a perseguire le proprie idee.

Inoltre, l'inserimento di attività interattive potrebbe moltiplicare l'interesse degli studenti. Si potrebbe, ad esempio, includere un gioco di ruolo in cui gli studenti assumono ruoli diversi in un'ipotetica impresa sociale per comprendere i diversi aspetti della gestione di un'azienda. Ulteriori idee per l'organizzazione di un gioco di ruolo sono disponibili nella prossima sottosezione.

Project partners



Inoltre, i giochi di problem solving sono abbastanza divertenti perché è possibile creare scenari che gli studenti devono navigare attraverso, simulando la risoluzione dei problemi della vita reale in contesti sociali. Un'altra attività interessante è organizzare un evento di **pitching** (potete trovare un modello negli allegati di questo documento). Qui gli studenti presentano le loro idee a investitori virtuali (ad es. insegnanti o genitori) per praticare la comunicazione persuasiva e migliorare le loro proposte.

Potete anche cercare e distribuire risorse aggiuntive per gli studenti che desiderano esplorare l'imprenditoria sociale al di là del workshop. Includere letteratura, risorse online e informazioni sui prossimi eventi e concorsi.

Naturalmente, è sempre utile mantenere l'interazione con gli studenti dopo il workshop per sostenere coloro che sono interessati a sviluppare ulteriormente i loro progetti. Ad esempio si possono /oOffrire sessioni aggiuntive o coaching one-to-one per studenti appassionati.

3.3.2. Giochi di ruolo: negoziare le sfide sociali dell'impresa

Gli esercizi di simulazione sono un metodo didattico efficace, in particolare per illustrare la complessità e la natura dinamica della gestione di un'impresa sociale. Questo esercizio invita gli studenti a entrare nei ruoli di vari attori in un'impresa sociale, confrontandosi e negoziando soluzioni per una serie di sfide. Gli scenari sono progettati per sviluppare competenze critiche come la negoziazione, la comunicazione e il pensiero strategico, evidenziando l'equilibrio tra il mantenimento di un business redditizio e il raggiungimento degli obiettivi sociali.

L'obiettivo principale di questo gioco di ruolo è quello di far immergere gli studenti nelle sfide pratiche della gestione di un'impresa sociale. Il progetto mira a migliorare le loro capacità di risoluzione dei problemi e a incoraggiare un pensiero innovativo di fronte ai dilemmi sociali, economici ed etici.

Fase 1: preparazione

- Creare profili di personaggi e scenari: Sviluppare profili dettagliati per i vari soggetti coinvolti in un'impresa sociale, come CEO, CFO, direttore del marketing, i mediatori con la comunità, e gli stakeholder esterni come investitori e leader della comunità locale.

Project partners



- Progettare scenari di sfida: creare diversi scenari di sfide che le imprese sociali possono affrontare. Tra questi potrebbero figurare carenze di fondi, dilemmi etici, disaccordi tra le parti interessate, interruzioni della catena di approvvigionamento e reazioni della comunità.
- Distribuire materiali: fornire agli studenti in anticipo i profili dei personaggi, le informazioni di base sui loro ruoli e sulle sfide da affrontare per prepararli al gioco di ruolo.

Fase 2: attuazione

Ancora una volta, le seguenti istruzioni vanno intese come suggerimenti, quindi l'insegnante può fare tutte le modifiche che lui/lei desidera.

- Introduzione allo scenario (30 minuti):

Il workshop dovrebbe iniziare con una breve introduzione al contesto dell'impresa sociale e una panoramica sugli scenari. A ogni studente, o gruppo di studenti, viene assegnato un personaggio e viene dato tempo per rivedere i loro profili e le sfide che dovranno affrontare. Questa fase di preparazione è fondamentale in quanto prepara il terreno per il gioco di ruolo, consentendo agli studenti di entrare pienamente nei loro ruoli.

- Sessione di recitazione (1 ora e 30 minuti):

Briefing: ogni studente rivede gli obiettivi, le motivazioni e le risorse del proprio personaggio. Essi preparano la loro strategia per il raggiungimento dei loro obiettivi nel l'ambito dello scenario.

Interazione: gli studenti entrano nel gioco di ruolo, interagendo con altri personaggi per negoziare soluzioni alle sfide presentate. Incoraggiarli a usare il dialogo, la persuasione e le tattiche di negoziazione.

Challenge Rounds: introducono nuove sfide inaspettate attraverso "carte evento" a cui gli studenti devono rispondere spontaneamente, aggiungendo complessità al processo di negoziazione.

Esempi di carte evento:

→ Perturbazione tecnologica: È stata rilasciata una nuova tecnologia che potrebbe rendere obsoleto il prodotto attuale. Negoziare con gli sviluppatori di tecnologia per innovare o ruotare la linea di prodotti.

Project partners





- Concorrenza di mercato: un concorrente ha lanciato un prodotto simile ad un prezzo inferiore. Strategize con il vostro team di marketing per migliorare la vostra proposta di valore o riconsiderare la vostra strategia di prezzo.
- Problema di proprietà intellettuale: un'altra società sostiene che il nuovo prodotto viola il suo brevetto. Discutere con consulenti legali per negoziare un accordo o per esplorare alternative di progettazione.
- Dimissioni inattese: un membro chiave del team si dimette inaspettatamente in una fase critica dello sviluppo del prodotto. Negoziare con i restanti membri del team per redistribuire le responsabilità e discutere gli incentivi per il rispetto della scadenza del progetto.
- Traguardo di finanziamento: I vostri investitori hanno fissato un traguardo critico che deve essere raggiunto entro il prossimo trimestre per rilasciare il prossimo round di finanziamento. Pianificare e attuare strategie per raggiungere questo traguardo.
- Violazione dei dati: i dati sensibili dell'azienda sono stati violati, rischiando la fiducia dei clienti. Lavorare con PR e IT per gestire le conseguenze e rassicurare gli stakeholder.
- Dilemma della partnership: un potenziale partner può aumentare la rete di distribuzione, ma ha etica discutibile. Decidere se collaborare e in che modo attenuare eventuali preoccupazioni di carattere etico.
- Reazione negativa della comunità: la comunità locale ha espresso preoccupazione per il fatto che il progetto vada a beneficio di parti interessate esterne più che della popolazione locale. Tenere un incontro pubblico per affrontare queste preoccupazioni e allineare gli obiettivi del progetto con le esigenze della comunità.
- Sfide di scalabilità: hai l'opportunità di introdurre il tuo business in un'altra regione, ma le abitudini e le normative locali differiscono notevolmente. Formulare un piano per adattare le vostre operazioni a queste nuove condizioni senza compromettere la vostra missione sociale.
- Taglio di finanziamento per i progetti sociali: il finanziamento del governo per il vostro progetto sociale principale è stato tagliato. Negoziare soluzioni alternative di finanziamento o ridurre le operazioni in modo sostenibile.

Project partners





- Battuta d'arresto nella sostenibilità: un fornitore di materiali ecologici fallisce. Cercare nuovi fornitori senza compromettere i valori ambientali.
- Modifiche legislative: la nuova legislazione aumenta i costi di assunzione di lavoratori a tempo parziale, che costituiscono la maggior parte della forza lavoro. Elaborare una strategia per gestire i costi aumentati mantenendo la stabilità della forza lavoro.

- **Debriefing e riflessione (1 ora):**

Concludete l'esercizio con una sessione di feedback in cui potrete fornire informazioni sulle tecniche di negoziazione e sui processi decisionali di ciascun gruppo. Chiedete agli studenti di riflettere su come le loro decisioni si sono allineate con la missione sociale dell'impresa e su cosa avrebbero potuto fare in modo diverso. Discutere le implicazioni reali delle loro strategie e l'importanza di bilanciare le esigenze aziendali con gli obiettivi sociali. Questa fase finale è cruciale per rafforzare le lezioni del workshop e garantire che gli studenti possano applicare queste intuizioni in contesti reali.

3.3.3. Progetti di service-learning: pianificazione e attuazione

Il *service learning* è definito in senso lato come una forma di educazione esperienziale nella quale la prestazione effettiva di un servizio alla comunità è integrata nel curriculum. L'apprendimento basato sul servizio comporta due elementi chiave: impegno con la comunità (servizio) e riflessione su tale impegno (apprendimento) (Preradovic, 2015). Questi elementi devono essere bilanciati con l'aspettativa che gli studenti si impegnino in un'attività di learning-service che risponda alle esigenze individuate della comunità, e che impatterà sull'attività di servizio in modo da acquisire una comprensione più profonda del contenuto del corso, un apprezzamento più ampio della materia trattata e un maggiore senso di responsabilità sociale (Bringle & Hatcher, 1995).

In breve, il service-learning è un modo di combinare obiettivi accademici con il servizio alla comunità. Le lezioni su questioni comunitarie rilevanti sono combinate con i contenuti del corso esistente per rendere l'apprendimento più coinvolgente e pertinente. Allo stesso tempo, gli studenti acquisiscono esperienza pratica svolgendo progetti di servizio per affrontare le questioni comunitarie e portare un cambiamento positivo.

Project partners





Pertanto, i progetti di service-learning sono un ottimo modo per insegnare agli studenti i valori dell'imprenditoria sociale. Realizzando progetti che combinano l'apprendimento con il servizio alla comunità, gli studenti non solo imparano alcune cose di base e sviluppano alcune abilità, ma capiscono anche come possono fare la differenza nella società. Questi progetti fanno sì che gli studenti utilizzino le loro conoscenze accademiche per risolvere problemi del mondo reale, il che li aiuta a sentirsi responsabili e impegnati con la società.

Per attuare efficacemente progetti di service-learning nell'ambito dell'imprenditoria sociale, gli insegnanti dovrebbero prima sviluppare una metodologia organizzata. Iniziare selezionando gli obiettivi importanti del curriculum che affrontano le sfide sociali del mondo reale. Poi, intraprendere un'attività di sensibilizzazione della comunità per formare partnership con gruppi locali pronti a impegnarsi in progetti che promuovono la loro missione e allo stesso tempo offrono agli studenti

Una tappa necessaria è la co-progettazione dell'iniziativa con gli studenti e i partner della comunità. Ciò include la definizione di obiettivi chiari, la definizione delle responsabilità e la determinazione delle risorse necessarie. È fondamentale garantire che i progetti siano realizzabili entro i tempi e le competenze degli studenti, pur essendo veramente preziosi per la comunità.

Inoltre, gli insegnanti dovrebbero organizzare sessioni di riflessione durante e dopo il progetto. Queste riflessioni consentono agli studenti di collegare le loro esperienze a principi dell'imprenditoria sociale, che promuove un apprendimento più profondo e lo sviluppo personale. Inoltre, le valutazioni dovrebbero essere integrate nel progetto per misurare sia i risultati dell'apprendimento che l'impatto sociale raggiunto.

Approfondiamo l'idea di come un insegnante possa organizzare progetti di apprendimento basato sul servizio, presentando idee interessanti per progetti di imprenditoria sociale.

Fase 1: integrazione del curriculum e definizione degli obiettivi

Il primo passo consiste nell'integrare il service-learning nel curriculum. Gli educatori dovrebbero individuare nel curriculum esistente aree che possono naturalmente incorporare concetti di imprenditorialità sociale. Potrebbe trattarsi di materie quali studi sociali, economia o scienze ambientali. Lo scopo è trovare sinergie tra contenuti educativi e attività di servizio pratiche che rispondano alle esigenze della comunità.

Fase 2: Partenariato comunitario e progettazione

Project partners





Un efficace service-learning richiede la creazione di partenariati con organizzazioni locali attive nei settori sociali pertinenti. Gli insegnanti possono contattare organizzazioni senza scopo di lucro, imprese locali e agenzie governative per discutere la possibilità di una collaborazione. La chiave è sviluppare progetti che non solo aiutino queste organizzazioni a raggiungere i loro obiettivi, ma anche ad allinearsi con gli obiettivi educativi. Per esempio, se l'attenzione è sulla conservazione ambientale, la collaborazione con un parco locale o giardino comunitario può fornire opportunità pratiche per gli studenti.

Fase 3: Coinvolgimento e definizione del ruolo degli studenti

Una volta definito il quadro del progetto, coinvolgere gli studenti nel processo di pianificazione. Ciò promuove la responsabilità e aumenta la loro motivazione. Assegnare ruoli in base alle esigenze del progetto e ai punti di forza degli studenti - alcuni potrebbero lavorare sulle attività sul campo, altri sulla raccolta dei dati o sui rapporti del progetto. Per esempio, in un progetto per aiutare un rifugio locale per animali, alcuni studenti potrebbero gestire le campagne di cibo mentre altri potrebbero sviluppare campagne pubblicitarie per aumentare la consapevolezza.

Fase 4: Piano d'azione e assegnazione delle risorse

Sviluppare un piano d'azione dettagliato che delinei ogni fase del progetto, compresi i tempi, le risorse necessarie e le responsabilità specifiche degli studenti (è possibile trovare un modello negli allegati di questo documento). Garantire che il piano sia realistico, tenendo conto del carico di lavoro accademico degli studenti e delle risorse disponibili. Ciò può includere la programmazione di attività durante l'orario scolastico o l'integrazione di tali attività in specifiche sessioni di classe.

Fase 5: esecuzione e apprendimento sul campo

Portare avanti il progetto secondo il piano d'azione. Gli insegnanti dovrebbero supervisionare e sostenere gli studenti e facilitare le opportunità di apprendimento sul campo. Per esempio, durante un progetto per migliorare la percentuale di riciclo locale, gli studenti potrebbero organizzare workshop educativi per i membri della comunità, imparando e insegnando allo stesso tempo su pratiche sostenibili.

Fase 6: riflessione e valutazione

Le sessioni di riflessione periodiche sono essenziali. Possono essere strutturate come discussioni di gruppo, saggi individuali o presentazioni in cui gli studenti analizzano le loro esperienze, l'impatto del

Project partners



loro lavoro e il modo in cui esso si collega ai loro studi. Questa riflessione aiuta a comprendere meglio l'imprenditoria sociale e il suo impatto. Valutare i risultati del progetto e l'apprendimento degli studenti per misurare il successo e le aree di miglioramento.

Fase 7: Presentazione delle relazioni e celebrazione

Concludere il progetto con una relazione formale che gli studenti possono presentare alla comunità scolastica e alle parti interessate esterne. Questa dovrebbe descrivere i risultati ottenuti, anche sul piano dell'apprendimento. Celebrare il progetto non solo riconosce il duro lavoro degli studenti, ma aumenta anche la consapevolezza delle questioni sociali affrontate.

Idee per progetti di service-learning nell'ambito dell'imprenditoria sociale

- **Iniziativa Eco-friendly:** in questo progetto, gli studenti si impegnano con le imprese locali per incoraggiare il passaggio dalla plastica a soluzioni di imballaggio ecologiche e biodegradabili. Il progetto inizia con gli studenti che ricercano materiali di imballaggio alternativi e individuano i fornitori locali. Essi si rivolgono quindi ai proprietari di imprese locali, presentando i vantaggi del passaggio a opzioni sostenibili non solo per l'ambiente ma anche per attrarre consumatori eco-consapevoli. Si potrebbero organizzare seminari o presentazioni per dimostrare l'efficacia e le implicazioni di costo di queste alternative. Gli studenti potrebbero anche avviare un programma di riconoscimento che elogia pubblicamente le aziende che si impegnano in pratiche eco-friendly, incoraggiando una più ampia partecipazione della comunità.
- **Campagna per la cultura finanziaria:** gli studenti potrebbero organizzare una serie di workshop volti a migliorare la cultura finanziaria nelle zone svantaggiate. Ciò comporterebbe prima di tutto la conduzione di sondaggi o gruppi di discussione per identificare le esigenze specifiche della comunità - sia che si tratti di bilancio, risparmio o comprensione del credito. Il curriculum di questi workshop sarebbe stato concepito in modo da essere accessibile e pratico, garantendo la pertinenza alla vita quotidiana dei partecipanti. Gli studenti potrebbero collaborare con esperti finanziari locali o banche che potrebbero essere interessati a partecipare o sponsorizzare il programma. Questo progetto non solo migliorerebbe le competenze finanziarie dei membri della comunità, ma fornirebbe anche agli studenti un'esperienza di insegnamento e di organizzazione nel mondo reale.
- **Tech for Good:** in questo progetto, gli studenti raccolgono, ricondizionano e ridistribuiscono computer usati agli anziani e ai giovani svantaggiati. L'iniziativa inizia con una raccolta di hardware,

Project partners



seguita da un periodo in cui gli studenti lavorano per rinnovare le attrezzature, imparando competenze tecniche nel processo. Una volta installato l'hardware, gli studenti sviluppano programmi di formazione per insegnare le competenze informatiche di base, la sicurezza su Internet e come utilizzare le risorse online. Questo progetto contribuisce a colmare il divario digitale e apre nuove opportunità per i beneficiari, mentre gli studenti acquisiscono una preziosa esperienza tecnica e didattica.

- **Social Awareness Drive:** questo progetto si concentra sulla sensibilizzazione e la promozione di soluzioni per le questioni sociali locali come il senzatetto o la salute mentale. Gli studenti effettuerebbero ricerche per comprendere le cause e gli effetti del problema scelto, e quindi svilupperebbero una campagna multiforme per affrontarlo. Ciò potrebbe includere l'organizzazione di conferenze pubbliche, la creazione di stand informativi in occasione di eventi comunitari e il lancio di una campagna sui social media per sensibilizzare i cittadini. Il progetto potrebbe anche implicare la collaborazione con ONG locali o agenzie governative, fornendo una piattaforma per gli studenti di influenzare le politiche o gli sforzi diretti della comunità.
- **Progetto sul patrimonio culturale:** gli studenti intraprendono un progetto per documentare e preservare il patrimonio culturale locale, che potrebbe includere storie orali, pratiche tradizionali, cucina locale o artigianato. Ciò può comportare interviste con gli anziani della comunità o i custodi culturali, ricerche negli archivi locali e forse anche la creazione di una documentazione visiva o scritta dei manufatti culturali. L'obiettivo finale potrebbe essere quello di creare un archivio digitale o una mostra fisica che renda questo patrimonio accessibile alla comunità più ampia e alle generazioni future. Oltre a contribuire alla conservazione di importanti conoscenze culturali, questo progetto svilupperà le capacità degli studenti in materia di ricerca e gestione dei progetti.
- **Programma di Difensore della salute della comunità:** gli studenti possono lavorare per migliorare i risultati sanitari nelle comunità poco servite organizzando screening sanitari, lezioni di fitness e workshop sulla nutrizione. Questo progetto può collaborare con le cliniche e le palestre locali per fornire risorse e competenze. L'obiettivo sarebbe quello di dotare i residenti delle conoscenze e degli strumenti per mantenere la loro salute, riducendo così le disparità sanitarie.
- **Iniziativa per un giardino urbano sostenibile:** creare un progetto che coinvolga gli studenti nella creazione e manutenzione di giardini urbani negli spazi forniti dalle aziende locali o dalle aree municipali. Lo scopo sarebbe quello di promuovere la produzione alimentare locale e le pratiche di vita

Project partners





sostenibili. Gli studenti potrebbero anche organizzare sessioni educative per i membri della comunità sui benefici del giardinaggio urbano, su come avviare i propri giardini e sull'importanza della sostenibilità in contesti urbani.

- **Mentoring dei giovani e imprenditorialità:** sviluppare un programma di mentoring in cui gli studenti sono affiancati da giovani imprenditori locali per fornire orientamento, risorse e sostegno per avviare la propria attività. Questo progetto potrebbe includere workshop sulla pianificazione aziendale, sul marketing e sulla gestione finanziaria per promuovere lo spirito imprenditoriale tra i giovani locali. Il progetto potrebbe culminare in una giornata di presentazione, durante la quale i giovani imprenditori presenteranno i loro piani commerciali ai dirigenti aziendali locali e ai potenziali investitori.

Project partners



4. Imprenditorialità inclusiva

Premessa

Questa sezione illustra i tipi di ostacoli che possono frapporsi a coloro che desiderano avviare un'attività. L'imprenditorialità è un motore vitale della crescita economica, dell'innovazione e dello sviluppo sociale, offrendo agli individui la possibilità di trasformare le idee in imprese di successo, creare posti di lavoro e contribuire positivamente alle loro comunità. Tuttavia, il percorso verso il successo imprenditoriale è spesso ostacolato da una serie di ostacoli e barriere. Queste sfide possono variare in modo significativo a seconda di fattori quali il genere, la disabilità, la posizione geografica, la disabilità, lo stato finanziario e il livello di esperienza, ognuno dei quali presenta ostacoli unici per gli aspiranti imprenditori.

Per le imprenditrici, le sfide legate al genere possono variare dalle norme e aspettative sociali a un accesso limitato ai finanziamenti e al tutoraggio. Nelle aree rurali, gli imprenditori spesso affrontano difficoltà uniche, tra cui infrastrutture inadeguate, accesso limitato ai mercati e scarsità di risorse. Nonostante la capacità finanziaria, alcuni individui incontrano ostacoli non finanziari quali ostacoli normativi, mancanza di conoscenze commerciali e reti insufficienti. Le persone disabili che aspirano a diventare imprenditori incontrano problemi di accessibilità, discriminazione e mancanza di servizi di sostegno su misura. Inoltre, gli individui senza esperienza di business precedente possono lottare con le complessità di avviare e gestire un'impresa, affrontando ostacoli e mancanza di fiducia.

Riconoscere e comprendere queste diverse barriere è essenziale per creare ecosistemi di supporto che promuovano l'imprenditorialità inclusiva. Affrontando queste sfide, possiamo costruire un panorama imprenditoriale più equo e dinamico, assicurando che tutti gli individui, indipendentemente dal genere, dalla posizione geografica, dallo stato finanziario, dalla disabilità o dall'esperienza, abbiano l'opportunità di prosperare e avere successo.

4.1.1. Obiettivi di apprendimento

Al termine di questo modulo, gli studenti saranno in grado di:

- identificare e comprendere le diverse barriere
- analizzare le sfide legate al genere
- valutare gli ostacoli che si frappongono all'imprenditorialità rurale
- comprendere le barriere non finanziarie e finanziarie

Project partners





- esaminare le sfide per gli imprenditori disabili
- affrontare le sfide per gli imprenditori inesperti
- sviluppare strategie e politiche inclusive
- imparare a gestire i problemi emergenti

Raggiungendo questi obiettivi di apprendimento, gli individui saranno meglio attrezzati per comprendere e affrontare le sfide multiformi dell'imprenditorialità, promuovendo un ambiente più inclusivo e favorevole per tutti gli imprenditori.

4.2. Imprenditorialità in diversi contesti

4.2.1. Gli ostacoli alle attività imprenditoriali

Scuola primaria di Lopiennik Nadzrzeczny (Polonia)

L'imprenditorialità è spesso celebrata come un percorso verso l'innovazione, la crescita economica e la realizzazione personale. Tuttavia, molti aspiranti imprenditori si trovano ad affrontare una serie di ostacoli che possono ostacolare il loro progresso. Questi ostacoli sono molteplici e possono essere influenzati da fattori quali il sesso, la posizione geografica, le risorse finanziarie, la disabilità e l'esperienza. Questo capitolo mira a identificare e comprendere le diverse barriere all'imprenditorialità, offrendo informazioni su come esse influiscono sui diversi gruppi e su cosa si può fare per ridurre l'impatto. Una persona che intenda gestire la propria impresa dovrebbe essere consapevole delle barriere esistenti, ma non dovrebbe lasciarsi scoraggiare da esse, ma imparare a superarle e ad affrontarle.

- **Ostacoli di genere**

Le aspettative della società e i ruoli tradizionali di genere possono avere un impatto significativo sulle aspirazioni e opportunità imprenditoriali. Le donne, per esempio, spesso si trovano di fronte a stereotipi che mettono in dubbio la loro capacità di dirigere e gestire imprese. Questi pregiudizi possono limitare il loro accesso a reti, sostenitori e investitori.

In funzione del paese e del l'atteggiamento della società nei confronti delle donne, esse hanno uno sviluppo professionale più facile o più difficile. Una donna imprenditrice può essere definita come "una donna sicura di sé, innovativa e creativa, capace di raggiungere l'indipendenza economica

Project partners



individualmente o in collaborazione, genera opportunità di lavoro per gli altri avviando, fondando e gestendo l'impresa al passo con la sua personale, vita familiare e sociale" (Sharma, 2013).

Le donne imprenditrici spesso incontrano maggiori difficoltà a ottenere finanziamenti rispetto ai loro colleghi uomini. Ciò può essere dovuto a percezioni distorte detenute dagli investitori, nonché alla mancanza di garanzie e di storia creditizia. Le donne solitamente ricevono prestiti di dimensioni inferiori e tassi d'interesse più elevati. Confrontando i livelli di stress tra imprenditori e imprenditrici, Parasuraman e Simmers (2001) hanno rilevato che le donne sono più stressate a causa dello squilibrio tra vita familiare e vita professionale. Questo squilibrio è aggravato dalla mancanza di contatti professionali e dal tempo limitato che possono dedicare alle loro attività a causa delle loro molteplici funzioni. Fasci e Valdez (1998) hanno scoperto che molte donne avviavano un'attività dal proprio domicilio per cercare di conciliare vita professionale e privata, anche se ciò spesso si traduceva in una diminuzione dei redditi. La responsabilità di conciliare gli obblighi professionali e familiari ricade in misura sproporzionata sulle donne. Ciò può limitare il tempo e l'energia che possono dedicare alle loro attività commerciali, incidendo così sulla loro crescita e sostenibilità. Inoltre, diversi ricercatori hanno studiato l'associazione tra le donne imprenditrici e vari fattori che influenzano i loro livelli di stress e i risultati aziendali.

Rispetto agli uomini per quanto riguarda l'acquisizione di risorse finanziarie, le donne che ritengono di avere una maggiore probabilità di successo nelle imprese a bassa crescita e a basso capitale spesso optano per risorse finanziarie provenienti dalle loro reti piuttosto che da fonti formali. Poiché le donne imprenditrici possono trovare difficile competere con gli uomini nell'attrarre risorse chiave (come dipendenti e fornitori) attraverso incentivi finanziari, tendono a concentrarsi sull'attrazione e sulla costruzione di relazioni adottando pratiche HR diverse e migliorate.

- **Ostacoli nelle aree rurali**

Tradizionalmente, le aree rurali sono state caratterizzate da specifiche attività economiche basate sulle risorse come l'agricoltura e la silvicoltura, nonché spazi aperti quali praterie e montagne. In alternativa, le zone rurali possono essere definite sulla base di caratteristiche socio-spaziali, comprese la densità della popolazione e la vicinanza alle grandi città. Gli approcci recenti, tuttavia, associano al termine "rurale" un costrutto sociale, sottolineando come le persone perseguano e incarnano un ideale rurale nella loro vita quotidiana. Tuttavia lo spazio rurale non è più limitato alle attività agricole e agli usi del suolo, ma è esteso per includere attività multisettoriali. Le piccole e medie città integrate nel loro

Project partners



entrotterra rurale sono idonee per l'inserimento nelle aree rurali (Labrianidis,2003). Le caratteristiche specifiche della ruralità-come i piccoli mercati del lavoro, la produzione e le infrastrutture meno sviluppate rispetto agli ambienti urbani-limitano le opportunità disponibili. Inoltre, non è garantita l'offerta di potenziali imprenditori disposti ad affrontare le sfide e cogliere le opportunità nelle aree rurali. Molti individui che potrebbero assumere ruoli imprenditoriali sono spesso i primi a migrare verso aree urbane più attraenti. La sfida economica chiave per le zone rurali è quindi rappresentata dal modo in cui un piccolo numero di imprenditori può adattarsi e sfruttare le caratteristiche del loro ambiente esterno.

Gli imprenditori delle aree rurali spesso lottano con l'accesso limitato a risorse essenziali come internet ad alta velocità, trasporti affidabili e infrastrutture moderne. Tali limitazioni possono ostacolare la loro capacità di operare in modo efficiente e raggiungere mercati più ampi.

Gli imprenditori rurali possono trovare difficile collegarsi con reti di imprese, mentori e servizi di sostegno che sono in genere più accessibili nelle aree urbane. Questo isolamento può portare a una mancanza di conoscenze, sostegno e opportunità di collaborazione.

- **Ostacoli finanziari**

La garanzia di un finanziamento iniziale è una sfida comune per molti imprenditori. Senza capitale sufficiente, può essere difficile avviare e far crescere un'impresa. I prestatori tradizionali spesso richiedono garanzie e una solida storia creditizia, che molti nuovi imprenditori non hanno. La ricchezza del fondatore è intrinsecamente legata al successo dell'impresa, creando una rete finanziaria ingarbugliata se non vengono istituiti sistemi adeguati.

Molti aspiranti imprenditori non hanno la cultura finanziaria necessaria per gestire efficacemente le proprie finanze, creare bilanci realistici e sviluppare piani aziendali sostenibili. Ciò può portare a decisioni finanziarie sbagliate e al fallimento delle imprese. Le imprese spesso hanno bisogno di prendere in prestito denaro periodicamente, sia per colmare temporanee lacune di flusso di cassa, acquistare materie prime, o cogliere opportunità di crescita o espansione. Piuttosto che aspettare fino a quando si presenterà la necessità di un finanziamento, è più saggio pianificare in anticipo e garantire il finanziamento in anticipo.

Una delle regole finanziarie fondamentali della gestione di un'impresa è che le finanze aziendali e personali debbano sempre essere tenute separate. La combinazione di affari e finanze personali può

Project partners



portare a diverse sfide finanziarie. In primo luogo, complica il monitoraggio del flusso di cassa, poiché diventa difficile distinguere tra spese personali e entrate e uscite aziendali. Questa mancanza di chiarezza può ostacolare l'accuratezza della rendicontazione finanziaria e della pianificazione.

- **Ostacoli delle persone disabili**

Gli imprenditori disabili possono trovarsi di fronte a barriere fisiche che ne impediscono l'accesso ai luoghi di lavoro, agli eventi di networking e ad altri ambienti connessi alle attività. Un'inadeguata sistemazione può limitare la loro capacità di partecipare pienamente alle attività imprenditoriali.

Pregiudizi e idee sbagliate sulle capacità dei disabili possono creare barriere significative. Questi pregiudizi possono influenzare la loro capacità di ottenere finanziamenti, clienti e stabilire partnership. Nonostante la crescente consapevolezza dell'inclusione della disabilità e della diversità sul posto di lavoro, gli imprenditori con disabilità continuano a incontrare ostacoli unici che possono ostacolare i loro sforzi per avviare o gestire un'attività di successo. Questi ostacoli comprendono barriere fisiche e sociali, discriminazione sistemica e mancanza di accesso a finanziamenti e risorse. Possono anche affrontare il pregiudizio e la discriminazione da parte di potenziali clienti, investitori o partner. Le persone disabili si impegnano principalmente per esigenze di sopravvivenza perché hanno meno reddito e maggiori spese derivanti dalla loro disabilità, così come le loro esigenze di auto-realizzazione (Martínez-León, Olmedo-Cifuentes, & Nicolás-Martínez, 2019)

Le sfide finanziarie rappresentano una barriera significativa per gli imprenditori disabili, rispecchiando le difficoltà più ampie che tutti gli individui devono affrontare nell'accesso alle risorse necessarie (Martínez-León, Olmedo-Cifuentes e Nicolás-Martínez, 2019). Gli imprenditori disabili incontrano ostacoli finanziari specifici dovuti a diversi fattori, tra cui l'accesso limitato alle fonti di finanziamento tradizionali, i costi più elevati associati agli alloggi e alle tecnologie assistive e le pratiche discriminatorie nel settore dei prestiti e degli investimenti.

La ricerca di risorse finanziarie adeguate è particolarmente difficile per gli imprenditori disabili. I prestatori e gli investitori tradizionali possono essere riluttanti a concedere credito o finanziamenti a causa dei rischi percepiti associati alle disabilità o della mancanza di familiarità con le tecnologie adattabili e i requisiti di accessibilità. Questa riluttanza deriva spesso da pregiudizi e idee sbagliate sulle capacità degli individui disabili in contesti aziendali.

Project partners



Inoltre, i costi aggiuntivi associati agli alloggi e alle tecnologie di assistenza necessari per gli imprenditori disabili possono mettere a dura prova le limitate risorse finanziarie. Queste spese comprendono le modifiche agli spazi di lavoro, alle attrezzature specializzate e alle strutture di trasporto, che contribuiscono a costi operativi e di avviamento più elevati.

Spesso mancano servizi e risorse di sostegno su misura per gli imprenditori disabili. Ciò include programmi di formazione accessibili, opportunità di finanziamento e tutoraggio che affrontino le loro specifiche esigenze e sfide.

- **Ostacoli legati all'esperienza**

Molti nuovi imprenditori non possiedono le conoscenze e l'esperienza necessarie per svolgere un'attività. Ciò può comprendere la comprensione delle dinamiche di mercato, dei requisiti normativi e delle pratiche di gestione efficaci. Senza questa conoscenza, possono avere difficoltà a navigare nelle complessità di gestione di un'impresa. La competenza in un settore specifico può essere determinante per il successo imprenditoriale. Coloro che non hanno esperienza nel settore possono trovare difficile capire le tendenze del mercato, le esigenze dei clienti e i paesaggi competitivi.

Il tutoraggio può fornire preziosi orientamenti e sostegno ai nuovi imprenditori. Tuttavia, l'accesso ad esperti non è sempre facilmente disponibile, in particolare per le persone che non sono ben introdotte all'interno delle comunità imprenditoriali.

La comprensione delle diverse barriere all'imprenditorialità è fondamentale per sviluppare sistemi di sostegno e politiche efficaci che promuovano una crescita economica inclusiva. Riconoscendo e affrontando questi ostacoli, possiamo creare un ambiente imprenditoriale più equo che consenta a individui di ogni provenienza di avere successo. Gli sforzi dovrebbero concentrarsi sul miglioramento dell'accesso alle risorse, sulla fornitura di un sostegno mirato e sul l'eliminazione delle tendenze sociali per garantire che l'imprenditorialità rimanga un percorso valido e gratificante per tutti.

Project partners





Bibliografia

Fasci, M.A. and Valdez, J. (1998) ‘A performance contrast of male- and female-owned small accounting practices’, *Journal of Small Business Management*, Vol. 36, No. 3, pp.1–7.

Parasuraman, S. and Simmers, C.A. (2001) ‘Type of employment, work-family conflict and well-being: a comparative study’, *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 22, No. 5, pp.551–568.

Prashar, S., Vijay, T.S. and Parsad, C. (2018) ‘Women entrepreneurship in India: a review of barriers and motivational factors’, *Int. J. Entrepreneurship and Innovation Management*, Vol. 22, No. 3, pp.206–219.

Sharma, Y. (2013) ‘Women entrepreneur In India’, *IOSR Journal of Business and Management*, Vol. 15, No. 3, pp.9–14.

Donovan, C.(2021) 5 Financial Challenges Faced by Entrepreneurs, FINANCIAL PLANNING

Labrianidis, L., Ferrao, J., Herdzina, K., Kalantaridis, C., Piasecki, B. and Smallbone, D. (2003) *The Future of Europe’s Rural Periphery*, Final Report to the European Commission, 5th Framework Pro-gramme for Research, Technology, and Development Activities. Available at <http://www.uom.gr/ferp/>. See also Labrianidis (2004).

Martínez-León, I., Olmedo-Cifuentes, I., & Nicolás-Martínez, C. (2019). Entrepreneurship of people with disabilities in Spain: Socioeconomic aspects. *Suma de negocios*, 10(SPE22), 42-50.

Project partners





4.2.2. Superare le barriere di genere e socio-culturali

Le tendenze politiche ed economiche non sembrano efficacemente orientate a rimuovere i diversi tipi di barriere materiali e immateriali; ciò che è peggio, e troppo spesso visibile è che si alzano nuovi muri e si rafforzano vecchi stereotipi ponendo il potere prima dei diritti umani e delle pari opportunità. Le evidenze possono anche portare le giovani generazioni a vedere grigio ciò che potrebbe essere verde, assistendo al fatto che l'uguaglianza e la sostenibilità globale forse oggi non sono altro che parole fiorite in discorsi retorici, che provengono da favole e utopie, ma sono evidentemente superate e non coerenti con le rigide leggi del cosiddetto futuro, ordine e profitto. Ma, come ha scritto l'architetto, sociologo e filosofo Yona Friedman nel suo saggio *Utopies réalisables* [1], le utopie fattibili sono possibili quando le persone sono legate da identici bisogni e condividono idee per risolvere un problema comune; per questo, le persone devono essere incoraggiate a resistere, soprattutto contro quello che si presenta come un modello di sviluppo senza prospettive. Le emergenze sociali e ambientali sono troppo grandi e importanti per essere messe da parte come merce in attesa di essere caricata in un container in tempi indefiniti.

Pensare positivo ed essere costruttivi, se abbiamo in mente di raggiungere l'obiettivo della sostenibilità economica, sociale e ambientale del nostro progetto, è il primo passo che non può essere ignorato, per realizzare con successo l'impresa che sogniamo in quel contesto locale specifico in cui viviamo: cioè, bisogna prestare attenzione agli ostacoli del mondo reale, promuovere la consapevolezza e la responsabilità etica se vogliamo raggiungere, al termine del processo di creazione delle imprese, l'equilibrio virtuoso tra le istanze economiche, ambientali e sociali che perseguiamo.

Potremmo articolare il nostro processo di apprendimento in cinque azioni chiave:

- proporre;
- essere consapevoli;
- immaginare;
- discutere;
- creare un modello.

Assumendo queste linee guida per costruire il progetto della nostra utopia fattibile, ogni azione chiave potrebbe essere sviluppata da esperienze di apprendimento teoriche e pratiche, formali o informali-

Project partners



per coinvolgere i nostri studenti in un approccio hands-on alle competenze e alla mentalità imprenditoriale verde e sociale.

Selezionare: una startup può crescere se il suo seme è stato piantato in terreno fertile. È prioritario scegliere un contesto specifico su cui gli studenti devono concentrarsi sotto la guida di un insegnante e il sostegno di partner esperti attivi in diverse associazioni senza scopo di lucro. Essi avranno l'opportunità di **esplorare** una limitata area del territorio, ad esempio dintorni della scuola, il quartiere in cui vivono, un distretto urbano), per entrare in contatto con la sua geografia urbana, per aprire gli occhi sulle sue radici storiche e culturali, per individuare legami o confini che lo collegano o lo separano da altre aree. Durante questa prima indagine, dovrebbe essere opportuno effettuare **un'analisi di base SWOT¹**, che potrebbe essere approfondita nelle prossime fasi dell'esperienza formativa.

Sensibilizzare: dopo aver messo a fuoco l'oggetto della startup, il gruppo di lavoro condurrà un'indagine sui bisogni sociali e ambientali che provengono dalle persone che vivono nella zona d'interesse: potrebbe emergere che l'idea, per quanto buona, potrebbe non essere la risposta attesa e adeguata ai problemi locali, oppure potrebbe non sarebbe percepita come inclusiva. Dovrebbe essere il momento di individuare fisicamente dove una risorsa sociale e verde potrebbe essere localizzata nella zona selezionata, ciò di cui la comunità ha bisogno e le potenziali opportunità a beneficio di tutti nel quartiere. E' opportuno avere il sostegno della gente del posto per incoraggiare il lavoro dei volontari, in modo che la startup possa diventare un centro sociale e un segno di identità del quartiere. In tal modo si possono includere nel progetto persone che vivono in condizioni di svantaggio sociale ed economico: migranti, disoccupati, NEET², persone con scarsi livelli di istruzione, donne che, a causa dei pregiudizi sessisti, continuano a portare sulle proprie spalle il peso della cura familiare, in generale tutti coloro che potrebbero trasformare le proprie speranze di cambiamento in qualcosa che attraverso lo sforzo e il lavoro diventa una strada per l'inclusione.

Immaginare/discutere: Non deve essere solo un sogno...^[2]

¹ L'analisi SWOT (conosciuta anche come matrice SWOT) è uno strumento di pianificazione strategica usato per valutare i punti di forza (Strengths), le debolezze (Weaknesses), le opportunità (Opportunities) e le minacce (Threats) di un progetto o in un'impresa o in ogni altra situazione in cui un'organizzazione o un individuo debba prendere una decisione per il raggiungimento di un obiettivo.

² Un NEET (dall'acronimo inglese di Not [engaged] in Education, Employment or Training) è una persona che in un dato momento non studia, né lavora né riceve una formazione.

Project partners



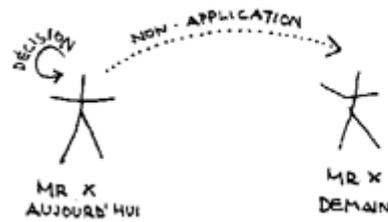


Fig. 2

... ma pensare a qualcosa di fattibile!



Fig. 1

Non da soli, ma in modo sociale:

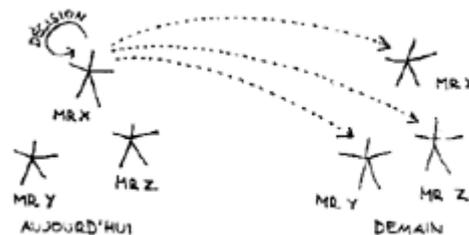
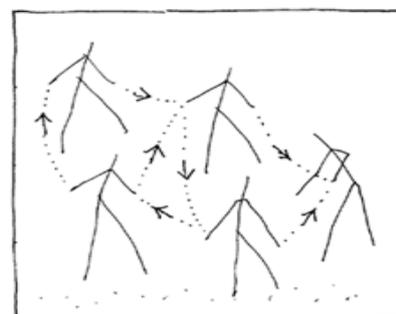


Fig. 3

Ciò darà vita a una comunità come un **gruppo critico**.



LE "GRUPE CRITIQUE"

Project partners



Il gruppo critico sopra menzionato, caratterizzato da una comunicazione circolare e orizzontale, dovrebbe essere l'aula, con una rappresentanza della comunità locale; esso farà un brainstorming di idee sui problemi locali in materia di **inclusione sociale** e di **ambiente**, per trovare insieme il modo giusto in cui la start-up soddisfi esigenze specifiche. Si porrà sotto una lente di ingrandimento il tema centrale del progetto, e dovrebbe anche avviare una discussione che, tenendo conto delle fasi precedenti e l'analisi SWOT, dovrebbe decidere la direzione da seguire per costruire un'impresa verde e sociale che si radicherà e crescerà nel contesto di lavoro scelto.

Creare un modello: la fase finale del processo di apprendimento sarà quella di mettere a punto tutte le esperienze e le idee precedentemente discusse, costruendo l'architettura di una startup che sarà indirizzata a specifiche esigenze, promuovendo l'inclusione sociale e focalizzando l'attenzione sulla comunità come un contesto complesso in cui le persone e l'ambiente in cui vivono sono veramente interconnessi. Se la solitudine costringe ognuno a pensare individualmente ai propri problemi l'azione della comunità, attraverso la discussione, potrebbe efficacemente affrontare gli stessi problemi e trovare una soluzione; quest'approccio non serve solo a risolvere un singolo problema, ma porta a una nuova struttura della comunità che costruirà **autocoscienza** e **responsabilità reciproca**. Quindi, in ogni situazione entreranno in gioco la consapevolezza e le relazioni; questo potrebbe costituire il più importante traguardo dell'intera esperienza di apprendimento.

^[1]Yona Friedman, *Utopie realizzabili*, it. ed. Quodlibet 2016 (original french edition 1974)

^[2] All drawings are taken from Friedman, *op. cit*; translation: fig. 2 Decision, Mr. X today, non application, Mr. X tomorrow; fig. 1 Project, application

4.2.3 Empowerment attraverso l'impresa

L'imprenditorialità, che occupa un posto importante tra le competenze nel XXI secolo, ha assunto solo recentemente importanza nell'ambiente educativo. Mentre si insegna imprenditorialità agli studenti, è inevitabile insegnare le competenze ricercate nelle persone che sono chiamate imprenditori. In seguito ai sondaggi che abbiamo svolto nel WP2, queste competenze sono state raggruppate in alcune categorie. Di seguito sono elencate le competenze più elementari:

Project partners



Assunzione di rischi/ coraggio	Problem Solving
Creatività e innovazione	Capacità di persuasione
Capacità di comunicare	Apertura alle innovazioni e all'apprendimento
Essere pazienti	Avere fiducia in se stessi

Le caratteristiche sopra menzionate mostrano anche che le caratteristica più importanti che determinano l'imprenditorialità di una persona sono le caratteristiche individuali. L'ambiente di classe comprende anche molti studenti con diverse caratteristiche individuali. Per questo motivo, è molto importante per l'inclusività che le attività da svolgere in un ambiente di classe siano di qualità, varie e che sostengano le diverse caratteristiche individuali.

Le caratteristiche con cui gli individui nascono o le caratteristiche che vengono loro trasferite dalla cultura e dal l'ambiente in cui crescono possono talvolta trasformarsi in ostacoli alle attività imprenditoriali. Per esempio, in Turchia è un fatto che gli uomini avviano più imprese delle donne. Le osservazioni mostrano che le imprese create dalle donne imprenditrici sono relativamente più piccole e hanno una tendenza a crescere bassa. A causa dei ruoli di genere, le donne sono spesso esposte alla discriminazione nella vita aziendale e sono particolarmente impediti di raggiungere posizioni dirigenziali (Güneş e Şekerdil,2021).

Güven (2022) ha riscontrato che il rapporto tra popolazione istruita e popolazione totale e la densità della popolazione influiscono sull'imprenditorialità. In altre parole, l'ambiente sociale che circonda gli individui può essere un'opportunità di sostegno per le attività imprenditoriali di un individuo, ma può anche essere una situazione svantaggiosa.

Quando si esaminano gli studi condotti con persone disabili, un altro gruppo svantaggiato, è stato rilevato che i problemi fisici derivanti dalla disabilità, atteggiamenti discriminatori nei confronti dei disabili, problemi legati all'accesso fisico e alla mancanza di sostegno statale influenzano le attività imprenditoriali (Durak, 2021).

Un altro fattore che incide sul l'imprenditorialità di una persona sono i fattori finanziari. Quando si menzionano elementi finanziari, può essere fuorviante pensare solo al capitale. Per l'imprenditore è

Project partners





anche importante avere una conoscenza e una cultura finanziaria che gli consentano di valutare i rischi che può correre. Non possedere una sufficiente preparazione in materia di conoscenze e competenze finanziarie pone l'individuo anche in una posizione di svantaggio in termini di qualità imprenditoriali. In altre parole, man mano che diminuiscono i livelli di alfabetizzazione finanziaria, conoscenza finanziaria e attitudini finanziarie, diminuisce anche la tendenza degli individui ad assumere rischi e la tolleranza nei confronti dell'incertezza (Kiran e Bozkurt, 2020).

Questa sezione comprende varie attività in classe che possono essere utilizzate per trasmettere l'imprenditorialità in situazioni svantaggiate. Insegnare l'imprenditorialità agli studenti svantaggiati è un'iniziativa importante che ha il potenziale di migliorare le loro condizioni economiche e sociali. Ecco alcuni passi e metodi che possono essere seguiti in questo processo:

1. **Analisi delle esigenze:** Determinare le esigenze e gli interessi degli studenti svantaggiati rende il programma di formazione più efficace. Con questa analisi si può determinare quali materie e competenze sono prioritarie.
2. **Utilizzo di materiali e metodi didattici appropriati:** l'educazione al l'imprenditorialità dovrebbe comprendere applicazioni pratiche nonché conoscenze teoriche. Gli studenti possono sperimentare l'apprendimento utilizzando lezioni interattive, workshop e simulazioni.
3. **Modelli di ruolo e programmi di mentoring:** Fornire l'opportunità di incontrare imprenditori di successo e ascoltare le loro storie può ispirare gli studenti. Inoltre, attraverso programmi di mentoring, gli studenti possono ricevere supporto da mentori.
4. **Collaborazioni e networking:** stabilendo collaborazioni con aziende locali, ONG e istituzioni educative, gli studenti possono avere accesso a una rete di supporto più ampia. Queste reti sono importanti per accedere alle risorse e alle opportunità.
5. **Fornire esperienza pratica:** opportunità come programmi di stage, lavoro di progetto e creazione di microimprese possono essere offerte per consentire agli studenti di acquisire un'esperienza lavorativa reale. Queste esperienze li aiutano a sviluppare le capacità imprenditoriali.
6. **Alfabetizzazione finanziaria:** Come parte dell'istruzione imprenditoriale, dovrebbero essere insegnate le competenze di base in materia di gestione finanziaria. Possono essere trattati argomenti quali la definizione del bilancio, il calcolo dei costi e la pianificazione finanziaria.

Project partners



7. Creare un ambiente di apprendimento favorevole: È importante creare un ambiente di apprendimento in cui gli studenti possano esprimersi, non avere paura di fare errori e condividere liberamente i loro pensieri creativi.

8. Capacità di lavoro di squadra e di leadership: La formazione dovrebbe essere anche incentrata sul lavoro di squadra e le competenze di leadership necessarie per avere successo in imprenditorialità. Ciò può essere incoraggiato attraverso progetti di gruppo e collaborazioni.

9. Uso della tecnologia e competenze digitali: oggi le competenze digitali sono molto importanti per l'imprenditorialità. Gli studenti dovrebbero essere formati su argomenti quali l'uso di base della tecnologia, il marketing digitale e l'e-commerce.

10. Aumentare la motivazione e l'autostima: l'organizzazione di attività che aumentino la motivazione e la fiducia in se stessi degli studenti svantaggiati consente loro di compiere passi più audaci verso l'imprenditorialità.

Questi metodi possono aiutare gli studenti svantaggiati a rivelare il loro potenziale di successo nel campo dell'imprenditorialità e a fornire loro un futuro sostenibile.

4.2.4 Attività in classe

Attività 1:

Materiali: Foglio di lavoro- Valutare me stesso

Il foglio di lavoro "Io valuto me stesso" viene distribuito agli studenti (lo troverete qui sotto).

"Cari studenti, oggi valuteremo le vostre caratteristiche in termini di esperienza imprenditoriale. Abbiamo tutti caratteristiche diverse che ci rendono speciali. Mentre queste caratteristiche che abbiamo rendono più facile per noi fare alcuni compiti, possono causare difficoltà in altri. Ora, nelle schede che vi ho dato, voglio che pensiate alle vostre caratteristiche e identifichiate i vostri punti di forza che vi aiuteranno a diventare imprenditori e le vostre debolezze che vi sfideranno a diventare imprenditori. Poi, voglio che compilate i vostri fogli di lavoro considerando le condizioni intorno a voi e identificando le minacce che possono impedirvi di diventare un imprenditore e le opportunità che vi sosterranno." Le istruzioni sono lette agli studenti.

Project partners



Gli studenti hanno 15 minuti per compilare i fogli di lavoro.

Dopo 15 minuti, gli studenti volontari condividono la loro analisi SWOT con la classe.

Dopo la condivisione, vengono poste le seguenti domande a tutti gli studenti:

1. Pensate di avere abbastanza punti di forza per diventare un imprenditore?
2. Esistono modi per cambiare le caratteristiche che si considerano deboli nel diventare imprenditori?
3. Se non è possibile cambiare le vostre debolezze, pensate che ci siano persone/istituzioni da cui potete ottenere sostegno per questi aspetti?

Al termine dell’attività, gli studenti sono informati che i giovani imprenditori possono incontrare alcuni problemi durante il loro percorso imprenditoriale, derivanti dalle loro caratteristiche individuali o dall’ambiente in cui vivono, ma che è possibile superare questi problemi.

Project partners



Suggerimenti per i giovani imprenditori per superare questi problemi:

- Uno dei maggiori problemi degli imprenditori è la ricerca di capitale. Il ricorso al credito per reperire capitali dovrebbe essere evitato e i programmi di incentivazione/sostegno del governo dovrebbero invece essere studiati.
- Quando si crea un'impresa, occorre effettuare un'analisi SWOT per l'impresa da creare, come avviene oggi. In questa analisi dovrebbero essere incluse anche le ricerche di mercato.
- Potreste non avere tutte le conoscenze e le competenze necessarie per il lavoro che intendete svolgere. Pertanto, collaborare/formare una squadra con persone che hanno questa conoscenza e abilità allevierà il vostro carico e vi condurrà al successo.
- Anche se si può gestire la vostra attività attraverso la collaborazione, è importante essere finanziariamente alfabetizzato al fine di padroneggiare le fasi finanziarie della vostra azienda. Puoi frequentare corsi di formazione che ti aiuteranno a migliorare la tua alfabetizzazione finanziaria.
- Nel mondo di oggi, è possibile creare un mercato globale per te stesso attraverso la tecnologia (e-commerce). In questo modo, si possono ottenere grandi profitti con meno capitale. Per questo, è sufficiente aumentare la vostra conoscenza tecnologica ed esperienza e diventare un cittadino con competenze digitali.

Project partners





Foglio di lavoro: valutare me stesso

I MIEI PUNTI DI FORZA	I MIEI PUNTI DI DEBOLEZZA
OPPORTUNITA'	OSTACOLI/MINACCE

Project partners



Attività 2: Simulazione di imprenditorialità

Scopo: insegnare agli studenti la gestione aziendale e i processi decisionali.

Materiali: carta, matita, computer (se è disponibile un software di simulazione).

- ✓ Gli studenti sono divisi in piccoli gruppi e ogni gruppo crea la propria impresa, che è sostenibile per l'ambiente o fornisce una soluzione a un problema sociale (ad esempio l'occupazione femminile).
- ✓ Scelgono il tipo di attività (ad es. caffè, negozio, prestatore di servizi).
- ✓ Essi determinano il capitale iniziale, i prezzi dei prodotti o servizi, i costi e altri dettagli del piano aziendale per l'attività.
- ✓ Ogni gruppo gestisce la propria attività e prende decisioni (ad es. bilancio pubblicitario, stipendi dei dipendenti, prezzi dei prodotti) per un certo periodo di tempo (ad es. 4 settimane).
- ✓ La situazione finanziaria dei gruppi viene valutata settimanalmente e i risultati delle loro decisioni sono analizzati.

Risultati di questa attività:

- Gli studenti sperimentano la gestione aziendale e i processi decisionali.
- Migliorare le capacità di pensiero strategico e la cultura finanziaria degli studenti.

Project partners



Attività 3: Progetto di ricerca di mercato

Scopo: insegnare agli studenti l'analisi del pubblico target e i processi di sviluppo di prodotti/servizi.

Materiali: moduli per sondaggi, accesso a Internet.

- ✓ Gli studenti si dividono in gruppi e scelgono un prodotto o servizio specifico (preferibilmente il prodotto o servizio deve essere ecologico e/o un prodotto/servizio che fornisce soluzioni ai problemi sociali).
- ✓ Effettuano ricerche di mercato per determinare chi è il pubblico target del prodotto o servizio.
- ✓ Essi preparano e conducono indagini per comprendere le esigenze e le aspettative del pubblico target.
- ✓ Analizzano i risultati delle indagini e apportano miglioramenti ai loro prodotti o servizi.
- ✓ Presentano i risultati in classe e ricevono un feedback.

Risultati di questa attività:

- Gli studenti sviluppano competenze nella conduzione di ricerche di mercato e nell'analisi dei dati.
- Aumento delle capacità di pensare in modo orientato al cliente e di innovazione.

Project partners



Attività 4: Avviare una mini impresa

Scopo: fornire agli studenti una vera esperienza di lavoro.

Materiali: capitale iniziale (può essere fornito dalla scuola o dagli sponsor), materiali necessari per il prodotto o servizio.

- ✓ Gli studenti si dividono in piccoli gruppi e ogni gruppo avvia una piccola impresa (ad es. stand di limonata, vendita di oggetti fatti a mano).
- ✓ Preparano un piano aziendale per l'impresa (costi, prezzi, pubblico di riferimento, strategia di marketing).
- ✓ Vendono i loro prodotti o servizi per un periodo di tempo specifico (ad es. 1 settimana).
- ✓ Analizzano i risultati delle vendite e ne valutano la redditività.
- ✓ Condividono e discutono le loro esperienze in classe.

Risultati di questa attività:

- Gli studenti acquisiscono esperienza nel mondo reale.
- Miglioramento delle capacità di relazione con i clienti, di vendita e di marketing.
- Gli studenti (soprattutto quelli economicamente svantaggiati) valutano i modi per accedere al capitale.

Project partners



Attività 5: Fiera commerciale

Obiettivo: consentire agli studenti di comunicare con i proprietari delle imprese, le associazioni e le organizzazioni non governative.

Nel mondo di oggi, in cui l'individualizzazione si sta sviluppando rapidamente, la fiducia è diventata uno dei bisogni più grandi. Avere un ambiente in cui possono ottenere sostegno, soprattutto all'inizio del percorso e quando si trovano di fronte a situazioni difficili, darà forza agli imprenditori. Per questo motivo, è essenziale che gli imprenditori creino un ambiente in cui possano avere fiducia prima che la loro attività fallisca. Per l'imprenditore che cerca capitale per la sua idea di impresa, le relazioni efficaci hanno ora la precedenza sul denaro. Il motivo per cui molte persone nel mondo degli affari aderiscono ad associazioni professionali e organizzazioni non governative è: incontrare, cooperare e produrre progetti che sono utili alla società (Belen, 173).

- ✓ Rappresentanti di imprenditori, associazioni e organizzazioni non governative sono invitati alla scuola e una fiera commerciale è organizzata all'interno della scuola.
- ✓ Gli studenti incontrano i datori di lavoro e i rappresentanti dei partecipanti e ascoltano le loro storie imprenditoriali.
- ✓ Raccolgono i biglietti da visita dai partecipanti in funzione dei loro interessi e delle loro capacità.

Risultati di questa attività:

- Gli insegnanti possono creare un ambiente di collaborazione orientato al successo.

Project partners



2.5 Peer Learning: Condividere esperienze e strategie

Attività 1:

- ✓ Gli studenti sono divisi in gruppi di due o tre a seconda della dimensione della classe.
- ✓ Incontrando le donne imprenditrici che li circondano, raccolgono informazioni sulle caratteristiche generali di queste istituzioni e sui problemi che esse affrontano nella vita aziendale.
- ✓ Nella lezione successiva, un leader di ciascun gruppo condivide le informazioni raccolte nell'ambiente della classe.

Poi agli studenti vengono poste le seguenti domande:

1. A cosa hanno prestato attenzione quando hanno condiviso il lavoro che doveva essere fatto all'interno del gruppo?
2. Come hanno raggiunto le donne imprenditrici che li circondavano?
3. Quali sono stati i problemi più difficili per loro durante l'esecuzione di questa attività? Come hanno superato le difficoltà che hanno incontrato?

Risultati di questa attività:

- Gli studenti lavorano in team e cooperano.
- Raccogliere informazioni sui problemi che le donne affrontano nel mondo degli affari.
- Valutare i metodi che usano per risolvere i problemi che incontrano.

Project partners



Attività 2:

- ✓ Gli studenti sono divisi in gruppi di tre o quattro a seconda della dimensione della classe. Se ci sono studenti con diverse aree di disabilità, si fa attenzione a garantire che non siano nello stesso gruppo.
- ✓ Gli studenti sono invitati a creare un sondaggio tramite moduli Google da applicare agli imprenditori che stabiliscono e gestiscono le proprie attività nel loro ambiente immediato.
- ✓ Durante la creazione e l'attuazione di questa indagine, viene sottolineata l'importanza della distribuzione dei compiti in base alle caratteristiche individuali degli studenti nel gruppo.
- ✓ Possono trarre vantaggio dai diversi tipi di indagini che partecipano allo studio.

In questa indagine verranno analizzati:

- le caratteristiche che un imprenditore dovrebbe avere,
- i vantaggi di avviare la propria attività per una persona,
- le difficoltà incontrate da una persona quando avvia la propria attività,
- i modi per ottenere il capitale necessario per avviare la propria attività;

Gli studenti possono rispondere a domande sulle conoscenze precedenti dell'imprenditore sul suo lavoro.

Dopo che i sondaggi sono stati condotti, agli studenti vengono poste le seguenti domande:

1. Come hanno proceduto durante l'esecuzione di questa attività?
2. Quali sfide hanno dovuto affrontare? Come hanno superato queste sfide?
3. Se dovessimo raggruppare i fattori che incidono sull'imprenditorialità in determinate categorie, quali sarebbero queste categorie?
4. Considerando i risultati delle indagini, quali sono i fattori che influenzano l'imprenditorialità?
5. Esistono istituzioni e organizzazioni che possono fornire sostegno a un imprenditore per superare le difficoltà economiche?

Risultati di questa attività:

- Cooperazione degli studenti in un team.
- Raccogliere informazioni sulle caratteristiche delle persone imprenditoriali.
- Raccogliere dati su un argomento specifico e analizzare i dati.
- Comprendere la relazione tra le caratteristiche imprenditoriali del singolo e altri concetti.

Project partners





5. Attività di simulazione di imprenditoria sostenibile e sociale

Dopo tutti i materiali precedentemente condivisi sullo sviluppo di una mentalità imprenditoriale, l'imprenditorialità verde, l'imprenditoria sociale, le modalità di inclusione all'inizio e durante il percorso imprenditoriale, ecco una guida utile e dettagliata con istruzioni dettagliate su come l'insegnante, in stretta collaborazione con gli studenti, può aiutarli a sviluppare le proprie attività in una simulazione di un quadro reale.

In sostanza, l'insegnante sarà in grado di utilizzare tutto il materiale contenuto nel presente documento. Tuttavia, si suggerisce di iniziare con i moduli 1-4, che trattano della formazione alla mentalità imprenditoriale, all'imprenditorialità verde, all'imprenditoria sociale e al superamento dei possibili ostacoli nel percorso imprenditoriale. La prima parte di questo documento può fornire agli studenti l'opportunità di esplorare e chiarire tutti i concetti rilevanti, sia in un contesto teorico che in un contesto pratico attraverso le attività coinvolgenti incluse. Una volta che tutti i concetti pertinenti sono stati esplorati e tutte le domande degli studenti sono state risolte, l'insegnante può passare all'uso del materiale contenuto in questa sezione, che tratta di attività di simulazione in un contesto educativo incentrato sul l'imprenditoria verde e sociale. Anche in questo caso si raccomanda al docente di seguire l'ordine suggerito delle sotto sezioni, poiché ciò può dare agli studenti un modo strutturato di pensare alle fasi che devono attraversare quando iniziano la loro avventura imprenditoriale.

Vale la pena notare che il quadro di simulazione non riguarda l'apertura di un vero e proprio business. Ovviamente, gli studenti non possono creare le proprie imprese. Tuttavia, l'applicazione delle seguenti procedure, con l'insegnamento parallelo di tutti i moduli sopra citati, è in grado di simulare le condizioni reali del mondo degli affari e il modo in cui una persona che vuole aprire la sua impresa pensa e agisce, in una versione semplificata e in un contesto protetto, affinché tutto possa essere compreso dagli studenti delle scuole elementari e secondarie, ma anche dagli insegnanti delle scuole elementari e secondarie che non hanno un background di conoscenze rilevante.

Partendo quindi dal chiarimento dei termini relativi alla mentalità imprenditoriale, all'imprenditorialità verde e sociale, attraverso attività di brainstorming per sviluppare idee per imprese verdi e sociali, e terminare con suggerimenti su come superare gli eventuali ostacoli durante il percorso imprenditoriale, seguono le attività di formazione pratica per lo sviluppo di imprese virtuali da parte degli studenti nel l'ambiente scolastico protetto. Seguendo la sequenza di attività qui sotto, insegnanti

Project partners





WP3: “Virtual entrepreneurship for a sustainable world” Curriculum



Co-funded by
the European Union

e studenti saranno in grado di acquisire una comprensione approfondita della mentalità e dei processi iniziali necessari che un nuovo imprenditore dovrebbe adottare. Le attività seguenti comprendono sia istruzioni dettagliate che utili modelli pronti all'uso.

Project partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for

5.1 Generazione e sviluppo di idee imprenditoriali

5.1.1. Attività di Brainstorming per idee creative

Hai mai voluto sapere come le imprese di maggior successo iniziano? Con il pensiero creativo! Il brainstorming di idee è un metodo brillante, pratico che le aziende utilizzano per generare idee intelligenti per avere successo. È un laboratorio di creatività dove le nuove idee possono davvero brillare! È l'ingrediente segreto che aggiunge quel sapore speciale extra al successo aziendale!

Immagina questo: sei un imprenditore che cerca di avviare un'attività. Potresti avere alcune idee vaghe, ma nessun piano d'azione solido. Ecco dove entra in gioco il brainstorming imprenditoriale. È un modo per stimolare la tua creatività e generare un sacco di idee in pochi minuti.

Per capire di cosa si tratta, è utile avere una comprensione di base di ciò che comporta. È un processo creativo in cui una persona o un team trova soluzioni a un progetto o a un problema. Il brainstorming spesso comporta la compilazione di un elenco di idee, solitamente all'inizio di un progetto.

In questo caso, l'obiettivo è esplorare le opportunità di avviare un'impresa - o migliorare un'idea commerciale esistente. Ciò significa trovare molte idee che possano portare a risultati. Il brainstorming è un modo di pensare che ti permette di venire con un sacco di idee senza preoccuparsi se sono buone o no. Lo scopo è quello di trovare il maggior numero possibile di idee e scegliere quelle migliori in seguito.

Perché bisogna utilizzare il brainstorming di idee imprenditoriali

Il mondo degli affari è sempre in evoluzione, quindi è davvero importante per le aziende rimanere aggiornate. Un modo per farlo è attraverso il brainstorming. Aiuta le imprese e gli imprenditori a tenere traccia di ciò che accade sul mercato e a pensare a nuovi prodotti e servizi. Saranno in grado di individuare le opportunità di crescita e di sfruttarle al massimo, prima che i concorrenti vi arrivino.

Inoltre, il brainstorming ti permette di pensare in modi nuovi e di essere creativo con idee che normalmente non considereresti. Crea uno spazio in cui le idee fluiscono liberamente, incoraggiando l'innovazione. In un contesto di gruppo, esso riunisce prospettive diverse, con risultati piuttosto impressionanti.

Le idee uniche che si presentano durante il brainstorming possono mettere voi davanti alla concorrenza. Se continuerete a innovarvi, vi distinguerete nei mercati dinamici. Bisogna anche essere pronti ad abbracciare le nuove tendenze e affrontare gli ostacoli che si presentano lungo il cammino.

Project partners





Con un approccio proattivo, puoi individuare le nuove tendenze prima di chiunque altro e adattarti rapidamente.

La vostra ideologia di business è la chiave per individuare quelle opportunità inutilizzate nel mercato. Potrete esplorare nuove aree e gruppi di clienti, nonché potenziali partenariati che potrebbero altrimenti passare inosservati. Scoprire queste opportunità vi aiuterà a individuare nuovi modi di fare le cose.

Vale anche la pena di dire che il brainstorming è spesso un processo continuo, non costituito da eventi singoli. Esso incoraggia una cultura di crescita e miglioramento continuo. Quando si fa il brainstorming di idee di business regolarmente, ciò ti rende più adattabile e impegnato a trovare nuovi modi di fare le cose.

Fasi del brainstorming di idee

Prima di iniziare, ricorda che non si tratta solo di seguire una serie di passi. È un processo creativo che evolve nel tempo.

Ora, andiamo a vedere in dettaglio come puoi guidare l'innovazione e ottenere grandi risultati per la tua attività:

- 1. Imposta il tuo obiettivo:** In primo luogo, decidere esattamente ciò che si desidera ottenere. Se si sta cercando di risolvere un problema, fare qualcosa di meglio, o creare qualcosa di totalmente nuovo, conoscere il vostro obiettivo aiuta a guidare tutte le vostre idee.
- 2. Costruisci una squadra:** Raduna un gruppo di amici che portano diverse abilità e punti di vista al tavolo. Avere un mix di persone può portare a idee e modi di fare le cose più interessanti, che rende più facile trovare soluzioni “cool”.
- 3. Crea una zona di brainstorming:** crea un luogo speciale dove tutti si sentano a proprio agio nel gridare le loro idee. Questo potrebbe essere un angolo della classe o anche una chat sul computer dove tutti possono digitare liberamente pensieri.
- 4. Pensa a un sacco di idee:** quando si brainstorming, ricordate che nessuna idea è troppo sciocco. Cercare di pensare a quante più idee possibile. Al momento, tutto si basa sulla quantità - più idee, meglio è!

Project partners





5. **Lavorare insieme:** Buone idee possono diventare grandi quando li combinate con suggerimenti da amici. Lavorare insieme ti permette di mescolare idee diverse per arrivare a qualcosa di davvero impressionante.
6. **Scegli le migliori idee:** Dopo aver pensato a un sacco di possibilità, prendere un po' di tempo per capire quali sono i migliori. Pensa a quali idee sono fattibili, quali sono veramente geniali e ti possono davvero aiutare a raggiungere il vostro obiettivo.
7. **Migliora le tue idee:** una volta che hai scelto le tue migliori idee, è il momento di renderle ancora migliori. Pianificare i dettagli, pensare a ciò che potrebbe andare storto e come la vostra idea si adatta con quello che si sta cercando di realizzare.
8. **Testa le tue idee:** Prima di mostrare la vostra idea a tutti, provale su piccola scala. Chiedi a poche persone cosa pensano in modo da poter apportare modifiche se necessario. Questo aiuta a garantire che la tua idea funzioni, e che anche gli altri pensino che sia geniale.
9. **Procedi:** Ora, siete pronti a far sì che la vostra idea diventi realtà. Tenere sempre d’occhio come sta andando ed essere pronto a modificare le cose se è necessario. Questo ti aiuta ad imparare e migliorare.
10. **Celebrate e imparate:** quando avete fatto la vostra idea una realtà, prendere un po' di tempo per festeggiare con il vostro team! Inoltre, pensa a ciò che è andato bene e cosa potresti fare meglio la prossima volta. Imparare da quello che hai fatto ti aiuta a fare ancora meglio in futuro.

Project partners





5.1.2 Costruire un modello di business

Per organizzare le proprie idee e strutturare il proprio approccio, gli studenti possono utilizzare il seguente modello generale per un piano d'azione. Questo modello li guiderà attraverso la definizione del problema che vogliono risolvere creando un business e sviluppando strategie per affrontarlo in modo efficace. Utilizzando una o più delle seguenti tecniche, gli studenti possono garantire che il loro piano d'azione sia completo, ben pensato e fattibile. Questo approccio strutturato aiuterà gli studenti a delineare chiaramente i loro obiettivi aziendali, il pubblico di riferimento, le risorse richieste e le tappe programmate, fornendo una solida base per le loro iniziative imprenditoriali.

Project partners





About

Your Team's Name:

Project/Company Name:

Goal

Why

Motivation

Obstacles to overcome

Resources

Big Steps

Small Steps

Notes



Project partners



5.1.3. Metodi per il Brainstorming di idee imprenditoriali

1. Carte di brainstorming

Inizia impostando un limite di tempo per la sessione di brainstorming. Di solito, 15-60 minuti funzionano bene, a seconda della complessità del problema in questione. Questo aiuta a mantenere tutti motivati.

Definire chiaramente l'obiettivo. È importante che tutti sappiano esattamente cosa stiamo cercando di ottenere e si attengano a discutere attentamente i modi per risolvere questo particolare problema. È importante rimanere sull'argomento per sfruttare al meglio il tempo che trascorrono insieme.

Mentre si sta facendo brainstorming, è importante assicurarsi che tutti siano d'accordo nel non giudicare o criticare gli altri. Questo include commenti negativi e persino un linguaggio del corpo negativo. Siamo aperti a tutte le idee, non importa quanto insolite o fuori di là possano sembrare. Infatti, ottenere tutti a condividere i loro pensieri più creativi o strambi - a volte le migliori idee iniziano a suonare un po' pazzo!

L'obiettivo qui è quello di venire con il maggior numero possibile di idee. Come si suol dire, più idee hai, meglio è. Si sarà guardando tutti i suggerimenti in seguito per scegliere quelli migliori, così più idee si può venire con, meglio.

Far sì che tutti costruiscano sulle idee degli altri. Si tratta di creare connessioni e ampliare le idee, che possono portare a soluzioni inaspettate e innovative. Invece di dire "ma", che potrebbe fermare il pensiero di qualcuno nella sua pista, utilizzare "e" per costruire su idea di qualcun altro. Questo modo di fare aiuta tutti a lavorare insieme e fa in modo che molti pensieri e punti di vista diversi aiutino a migliorare le idee.



È una buona idea usare immagini o schemi visuali. Usando diagrammi, post-it o altri aiuti visivi può davvero aiutare a far emergere buone idee. Inoltre, facilitano a tutti la visione dei concetti in modi diversi, che possono far nascere ancora più idee.

Infine, assicuratevi che una sola persona parli alla volta. Questo mantiene la sessione sulla strada giusta e mostra rispetto per le idee del relatore. È molto importante per assicurarsi di ottenere dei risultati solidi dalla sessione di brainstorming.

Project partners



2. Blue Sky Thinking

In questo metodo, i partecipanti sono invitati a liberare la loro immaginazione e pensare senza confini. Sono invitati a visualizzare scenari perfetti in cui tutto è possibile, sottolineando la creatività e l'innovazione. Questa strategia evidenzia l'importanza di generare una pletera di idee, incoraggiando gli studenti a pensare in modo diverso e ad abbracciare concetti non convenzionali. Il punto centrale non è la fattibilità delle idee in un primo momento, ma il volume stesso di possibilità, che favorisce un ambiente in cui l'innovazione prospera spingendo oltre i limiti abituali. Gli studenti sono motivati ad esplorare nuovi territori e pensare in modo creativo alle sfide, rendendo questo un ottimo esercizio per sviluppare le capacità di problem solving e incoraggiare una mentalità di crescita tra i giovani studenti.

3. First principles

Questo metodo di generazione di idee si concentra sulla dissezione di un problema nelle sue parti fondamentali, esaminando criticamente le ipotesi e elaborando soluzioni partendo dalle basi. Le tappe essenziali comprendono:

Decostruzione: individuazione e scomposizione dei componenti chiave di un problema o di uno scenario.

Critica l'esistente: domande critiche sulle idee preesistenti relative al problema possono incoraggiare nuovi punti di vista.

Ricostruzione: sviluppare soluzioni utilizzando le intuizioni acquisite dalla rivalutazione degli aspetti fondamentali, spesso con risultati creativi e innovativi.

Questo approccio migliora la comprensione approfondita delle sfide e stimola la risoluzione dei problemi in modo creativo, sviluppando soluzioni fondate su idee fondamentali. Particolarmente efficace per promuovere le capacità di pensiero analitico e creativo, in quanto spinge i partecipanti a guardare oltre la comprensione superficiale e ricostruire soluzioni dai principi fondamentali.

4. Gioco di ruolo

Questa strategia di generazione di idee utilizza il gioco di ruolo per aiutare i membri del team ad adottare prospettive uniche e stimolare la creatività. Ecco come funziona:

Project partners





Assegnazione del ruolo: ogni membro del team assume un ruolo specifico che si riferisce al problema o allo scenario in questione. Questi ruoli sono definiti in modo da comprendere punti di vista diversi nel contesto della sfida.

Difesa del proprio punto di vista: I partecipanti si impegnano pienamente nei loro ruoli, abbracciando i pensieri, i punti di vista e le emozioni che vengono con loro. Questa profonda immersione aiuta a vedere il problema da nuove angolazioni.

Dialogo interattivo: Mentre i membri del team interagiscono e discutono nei loro ruoli, iniziano naturalmente a scoprire nuove idee e intuizioni. Questo processo spesso porta a soluzioni creative e non convenzionali che potrebbero non emergere in una sessione di brainstorming tradizionale.

Riflessione e individuazione delle idee innovative: dopo il gioco di ruolo, tutti si riuniscono per riflettere sull'esperienza e identificare le idee innovative che sono emerse. Questo passo è cruciale per tradurre i giochi di ruolo immaginativi in soluzioni attuabili.

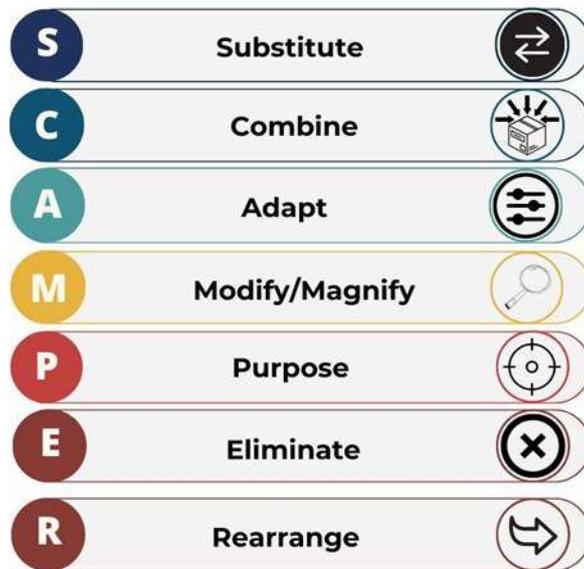
Il gioco di ruolo incoraggia i partecipanti a trascendere i loro modi abituali di pensare, promuovendo un approccio vivace ed esperienziale alla risoluzione dei problemi. Esplorando diverse identità e punti di vista, i membri del team possono scoprire soluzioni inaspettate, rendendo questa tecnica particolarmente efficace per stimolare la creatività e il pensiero dinamico in contesti di gruppo.

5. Tecnica SCAMPER

Questo è un ottimo modo per cambiare idee, concetti o processi esistenti. L'idea alla base di SCAMPER è quella di apportare modifiche specifiche all'idea o al processo attuale per ottenere il miglior risultato. SCAMPER è un acronimo che significa: Substitute, Combine, Adapt, Modify/Magnify, Purpose, Eliminate/Minimise, and Rearrange/Reverse (Sostituisci, Combina, Adatta, Modifica/Ingrandisci, Scopo, Elimina/Minimizza e Riorganizza/ Inverti)

Project partners





Ogni fase comporta:

Sostituzione: Pensate a scambiare parti di un'idea esistente con alternative per accendere possibilità diverse. Ciò potrebbe comportare cambiamenti nei materiali, nei metodi o persino nei risultati per vedere come queste alterazioni possano offrire nuove soluzioni. Potete chiedere "Cosa succede se sostituisco X con Y?".

Combinare: prendere elementi da idee diverse e mescolarli insieme per formare una soluzione composita. Questo approccio ibrido può integrare i punti di forza da vari concetti, portando a risultati innovativi. Si può chiedere "Cosa succede se combino X e Y?".

Adattare: apportare modifiche alle idee attuali per affrontare meglio problemi specifici. Perfezionare le caratteristiche o i processi può adattare più strettamente le soluzioni alle esigenze del problema. Potete chiedere "Cosa dovrei cambiare per adattare il piano a un contesto diverso?".

Modificare: sperimenta con il cambiamento delle caratteristiche fisiche di un'idea, come la sua dimensione, forma o colore - per esplorare varie versioni e miglioramenti. Questo può aiutare a visualizzare nuove possibilità e applicazioni. Si può chiedere "Cosa posso modificare per creare più valore su questo piano?".

Considerare un altro scopo/uso: considerare diverse applicazioni o usi per un'idea esistente. Riutilizzare un concetto può portare a innovazioni inaspettate e ad estenderne l'utilità. Si può chiedere "Quali altri usi può avere il progetto?".

Project partners



Eliminare: Snellire un'idea rimuovendo elementi ridondanti o non essenziali. Questa semplificazione porta spesso a una soluzione più efficiente e mirata. Puoi chiedere "Cosa posso rimuovere dal progetto per renderlo più semplice?".

Invertire/riarrangiare: Guarda l'idea da un'angolazione diversa, invertendo i suoi componenti o riorganizzando i suoi passaggi. Ciò può rivelare difetti o opportunità nascoste, fornendo nuove informazioni su potenziali miglioramenti. Puoi chiedere "Come posso reimmaginare il piano per renderlo più efficace?".

Ognuno di questi passi incoraggia un ripensamento dinamico delle idee attuali, facilitando la risoluzione creativa dei problemi attraverso la riconfigurazione, il perfezionamento e la ri-immaginazione dei concetti in vari modi. Questa tecnica ti aiuta a pensare in modo nuovo il tuo progetto. Ogni domanda ti fa pensare più profondamente al problema e considerare nuove possibilità. Per esempio, se vuoi fare una bussola da escursionismo, potresti chiederti "Cosa succederebbe se usassi materiali ecologici?".

6. Storyboard

Un ottimo modo per ottenere idee è quello di creare una storia visiva. In questo approccio, il team lavora insieme per creare una storia visiva che mostra come l'idea si svilupperà passo dopo passo. Questa mappatura visiva permette di esplorare come un'idea si sviluppa e cambia nel tempo. Quando si disegna un concetto visivamente, è più facile per il team collaborare, perfezionare e migliorare la chiarezza e l'impatto delle idee presentate. Questa tecnica trasforma i pensieri astratti in rappresentazioni visive tangibili, facilitando l'elaborazione di idee creative che evolvono e diventano più concrete attraverso lo sforzo collettivo di costruire una narrazione visiva condivisa.

7. Mettere in discussione le ipotesi

Questa tecnica consiste nel ripensare e mettere in discussione ciò che si conosce per trovare nuovi modi di guardare alle cose. Invece di accettare semplicemente le idee usuali su un problema o una situazione, questo approccio ti incoraggia a dubitare e ad esaminare attentamente quelle idee. Quando metti in discussione queste convinzioni, puoi trovare nuovi modi per vedere le sfide o i problemi e trovare soluzioni creative. Questo cambiamento di prospettiva spesso ti aiuta a vedere cose che potresti aver perso. Il processo non solo ti aiuta a capire di più, ma ti fa anche pensare in modi nuovi.

Project partners

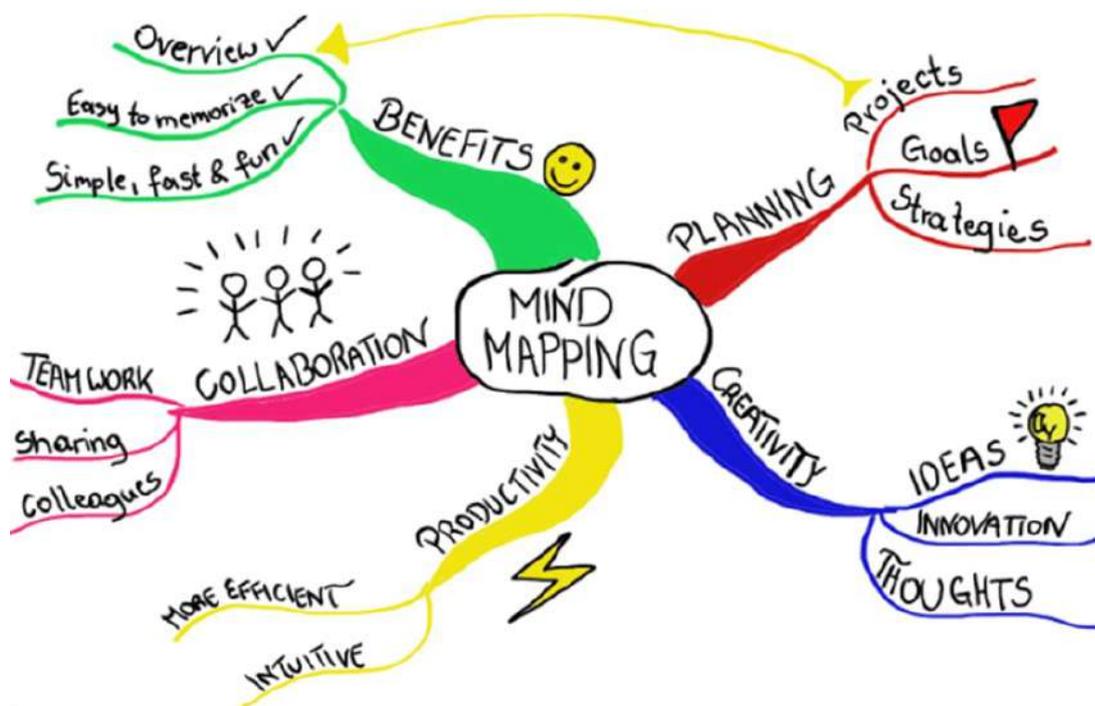


8. Competizione di idee

Questo metodo utilizza una competizione strutturata per far pensare in modo nuovo gruppi o individui. In questo ambiente competitivo, i partecipanti sono incoraggiati a proporre soluzioni o idee per affrontare una sfida o un obiettivo specifici. Viene dato loro un certo tempo per elaborare e presentare le proprie idee, il che li fa pensare velocemente e lavorare sodo. La concorrenza li spinge a spingersi e a pensare in modi nuovi, portando a molte idee diverse su come affrontare la sfida. La tecnica "Idea Challenge" utilizza l'eccitazione della competizione per far sì che le persone siano creative, incoraggiandole a pensare fuori dagli schemi e a trovare soluzioni originali entro il tempo stabilito.

9. Mappatura mentale

Questa tecnica utilizza un approccio visivo per raggruppare le idee attorno a un tema centrale. Inizia con un'idea principale, che porta poi ad altri concetti. Questi concetti si dividono in sotto-idee, che sono riempite con parole chiave. Utilizzando diversi elementi visivi, questo metodo crea un layout non lineare che incoraggia il pensiero creativo e collega idee diverse. Come strumento visivo, aiuta le persone a pensare in modo più dinamico, il che rende più facile trovare nuove idee e risolvere problemi.



Project partners





Per creare una mappa mentale, iniziare scrivendo la soluzione che si intende sviluppare o il problema che si sta cercando di risolvere al centro della lavagna bianca o pezzo di carta. Per esempio, diciamo che il vostro obiettivo è quello di lanciare una linea di prodotti eco-friendly. Scrivi "Eco-friendly Products" al centro.

Intorno a questa idea centrale, aggiungere termini o elementi correlati che descrivono ciò che è necessario considerare. Gli esempi potrebbero includere "materiali sostenibili", "fornitori locali" e "imballaggi biodegradabili".

Una volta che hai impostato il livello iniziale della tua mappa mentale, espandi ulteriormente aggiungendo un secondo livello che approfondisca come puoi affrontare ciascuno di questi aspetti. Per "materiali sostenibili", si potrebbero aggiungere rami come "bambù" o "plastica riciclata". Vicino ai "fornitori locali", si potrebbe elencare potenziali imprese locali o criteri per la loro scelta.

Continua a costruire sulla tua mappa mentale aggiungendo più livelli che descrivono ulteriori azioni, potenziali sfide e soluzioni. Questo metodo analizza sistematicamente le complessità del progetto, consentendo di pianificare in modo creativo ed efficace il vostro approccio al lancio di una linea di prodotti rispettosa dell'ambiente. La mappatura mentale è un ottimo strumento per decostruire e organizzare un progetto, specialmente uno che potrebbe inizialmente sembrare soradimensionato o banale.

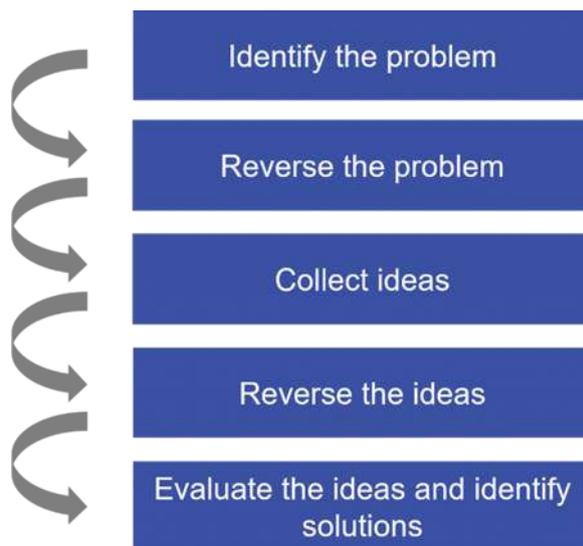
10. Pensiero contrario/inverso

Questo modo di trovare idee comporta il pensare consapevolmente al contrario di quello che normalmente pensi o fai per stimolare la creatività. Essa sfida le persone a superare i soliti modi di pensare. Quando le persone lo provano, spesso trovano soluzioni insolite e innovative che potrebbero essere perdute se si pensa nel modo solito. Questo approccio incoraggia un cambiamento completo di prospettiva, che spesso porta a grandi idee e nuove strategie per risolvere i problemi.

Diciamo che si desidera promuovere un nuovo prodotto o servizio. Come marketer, avete un sacco di canali diversi che è possibile utilizzare per diffondere la parola. Ma potresti non sapere da dove cominciare. Nel brainstorming inverso, si potrebbe decidere di evitare l'aggiunta di link alla pagina di destinazione, astenersi dal pubblicare su di esso sui social media, e criticare le sue caratteristiche.

Project partners





Successivamente, esplorerete il rovescio di queste strategie per trovare alcuni punti di lancio eccellenti per la vostra campagna promozionale. Ciò comporta l'integrazione del prodotto o servizio in diversi post sul blog, l'avvio di una campagna Instagram intorno ad esso, e sottolineare le sue caratteristiche più accattivanti. Questo approccio fornisce una nuova prospettiva, invertendo le tattiche promozionali convenzionali, assicurando che la tua campagna si distingue e cattura efficacemente l'interesse del pubblico.

11. Ascolto sociale

L'idea è quella di prestare molta attenzione alle piattaforme online per capire cosa la gente sta dicendo su un marchio, prodotto o settore. È davvero importante per le aziende tenere d'occhio ciò che la gente sta dicendo sul loro marchio, prodotto o settore attraverso diverse piattaforme online. Questo include i social media, forum, blog e altre comunità online. Poi guardano l'umore generale di queste conversazioni attraverso qualcosa chiamato analisi dei sentimenti. Questo li aiuta a capire cosa pensano i clienti di loro, dei loro prodotti o del loro settore in generale. Inoltre, consente di identificare le esigenze e i desideri dei clienti e il loro atteggiamento nei confronti dei prodotti o servizi offerti. Con questa conoscenza, le aziende possono apportare modifiche alle loro strategie per meglio allinearsi a ciò che i loro clienti si aspettano da loro.

12. Analogy Thinking

Questa tecnica aiuta le persone a trovare idee facendo collegamenti tra cose che normalmente non sembrano essere correlate. I team iniziano esaminando la sfida o l'idea su cui stanno lavorando e pensando a cose completamente diverse. Poi, portano intuizioni e soluzioni da queste altre aree nel problema originale. Il collegamento tra diverse aree del pensiero aiuta le persone a trovare nuovi modi di vedere le cose e le idee, collegando ciò che è familiare con ciò che non lo è, ampliando così la gamma delle potenziali soluzioni.

Project partners



13. Sei cappelli pensanti (Six thinking hats)

Il metodo dei sei cappelli pensanti è stato sviluppato da Edward de Bono. Offre un approccio strutturato al brainstorming e al processo decisionale attraverso un sistema unico di giochi di ruolo.

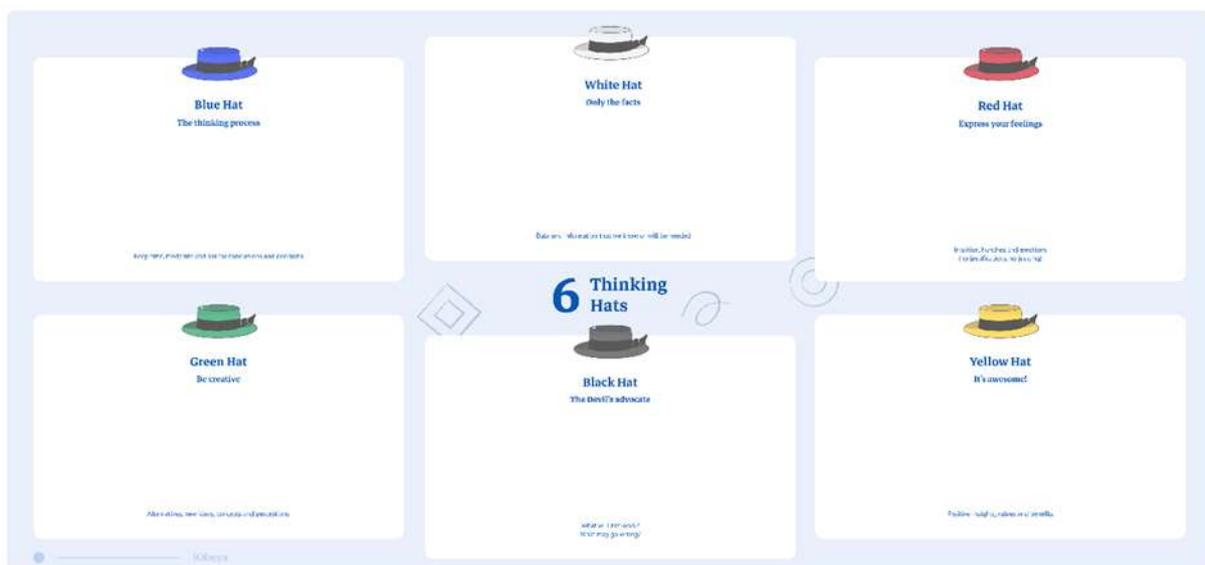
Sei prospettive: questa tecnica prevede l'assegnazione di "cappelli" distinti ai partecipanti, con ogni cappello simboleggia un modo diverso di pensare: bianco si concentra sui fatti oggettivi, rosso esplora emozioni e sentimenti, nero scruta potenziali insidie, il giallo sottolinea gli aspetti positivi e i benefici, il verde è usato per il pensiero creativo e il blu sovrintende e organizza il processo di pensiero generale.

Messa a fuoco sequenziale: Indossando un cappello alla volta, i partecipanti possono concentrarsi su un aspetto del problema o della decisione. Questo approccio sequenziale potrebbe iniziare con la raccolta di dati concreti sotto il cappello bianco, prima di passare ad esplorare gli impatti emotivi con il cappello rosso.

Pensiero basato sul ruolo: ogni cappello dirige il processo di pensiero dell'utente in una direzione specifica, che garantisce un esame approfondito del tema o della decisione da più prospettive.

Questo approccio basato sui ruoli aiuta a scoprire diversi aspetti di un problema o di un'opportunità.

Riduzione dei conflitti: il metodo Six Thinking Hats aiuta a ridurre i conflitti personali strutturando la comunicazione intorno a ruoli di pensiero specifici piuttosto che posizioni personali. Ciò favorisce discussioni più costruttive e porta a risultati decisionali più equilibrati e completi.



Project partners



14. Approccio delle tendenze di mercato

Tenere d'occhio le tendenze del mercato è un ottimo modo per ottenere nuove idee e far partire il processo di innovazione. L'approccio di tendenza del prodotto consiste nel garantire che le strategie di sviluppo del prodotto corrispondano a ciò che i consumatori desiderano ora e in futuro. Se le imprese tengono il polso e si concentrano sui clienti, saranno più capaci di trovare nuove idee e di adattarsi al mercato in continua evoluzione. Questo metodo aiuta le aziende a rimanere rilevanti e competitive, assicurandosi che migliorino sempre i loro prodotti in base a ciò che i consumatori vogliono e al loro comportamento.

15. Sì, e...

Questa tecnica è davvero efficace in situazioni in cui si sta lavorando con gli altri, creando un'atmosfera positiva e incoraggiante che aiuta le persone a pensare in modi nuovi.

I partecipanti iniziano dicendo "Sì" a idee o dichiarazioni, mostrando di essere d'accordo. Poi, si costruisce sulla conversazione aggiungendo nuove idee o informazioni ("e").

Questo approccio fa sì che tutti si sentano sostenuti, in modo da far sentire le proprie idee. Incoraggia un flusso regolare di pensieri creativi, liberi da giudizio, in modo che le persone possano liberamente scambiare idee e trovare soluzioni.

16. I 5W e gli H

La tecnica 5W e H è una strategia di interrogatorio chiave utilizzata per raccogliere informazioni dettagliate e acquisire una profonda comprensione di qualsiasi situazione o problema. Si tratta di esaminare sei questioni essenziali:

Chi: Questo significa capire chi è coinvolto, se si tratta di individui o gruppi, e assicurarci che sappiamo chi sono gli stakeholder o i partecipanti nello scenario.

Cosa: Questa domanda è tutta sul l'arrivare al nocciolo della questione. Ci aiuta a definire chiaramente il soggetto o l'azione al centro della discussione, fornendo una descrizione diretta di ciò che sta accadendo.

Dove: Questo ci aiuta a identificare esattamente dove gli eventi si svolgono, e quali sono le condizioni fisiche o ambientali.

Project partners



Quando: Chiedere informazioni sul periodo di tempo o quando gli eventi si sono verificati ci aiuta a capire la sequenza e la causalità.

Perché: Chiedere il perché ci aiuta a capire le ragioni dietro le azioni.

Come: Chiedere in che modo ci aiuta a capire il meccanismo o le tecniche utilizzate.

5.1.4. Costruire un quadro di modello di business

Una volta deciso quale problema ambientale e/o sociale si cercherà di risolvere, scelto il tipo e il contenuto delle attività dell'impresa che si vuole avviare e definito chiaramente le sue attività, è fondamentale valutare la sostenibilità del proprio modello aziendale. Qui è dove il quadro di modello di business si rivela preziosa.

Il quadro di modello di business rende i piani aziendali tradizionali più facili da capire. Aiuta a identificare le parti più importanti dell'attività e a mostrarle in un'unica pagina. Questo rende più facile vedere come tutto nel vostro business è collegato, dal vostro valore ai vostri clienti e come si fanno soldi.

Più specificamente, il quadro di modello di business è un modello strutturato che ti aiuta a ottenere tutte le informazioni importanti su un modello di business in un unico foglio. La proposta di valore è il cuore del modello di business. Spiega cosa fa il tuo prodotto per i clienti. Questo è il mattone del vostro modello di business. Da qui, potrete aggiungere ulteriori dettagli sulle vostre operazioni aziendali e sui vostri clienti target. Le voci sul quadro sono come ipotesi: dato il mercato e i vostri clienti, può il vostro modello di business funzionare? Utilizzare il quadro di modello di business consente di valutare rapidamente se la vostra idea di business è fattibile.

Si compone di nove elementi standard:

- Proposta di valore
- Partner chiave
- Attività principali
- Risorse chiave
- Segmento di mercato
- Relazioni con i clienti
- Canali

Project partners





- Costi strutturali
- Flussi di reddito

La pagina è divisa in caselle, e sono sempre disposte allo stesso modo. Sulla sinistra ci sono cose come l'infrastruttura aziendale - cioè, partner, attività, risorse. Sulla destra sono cose come elementi relativi al cliente, che include segmenti, relazioni e canali. In fondo ci sono elementi finanziari, come le proiezioni finanziarie. Al centro c'è la proposta di valore - che collega tutto il resto.

Quindi, è ora di analizzare ogni parte del quadro di modello di business.

Proposta di valore

Che cosa stai offrendo ai tuoi clienti? Quale problema li aiuta a risolvere? Cerca di spiegarlo nel modo più chiaro e breve possibile (punta a una sola frase!). È la tua proposta di valore. Dovrebbe guidare ogni parte del vostro piano aziendale. Pensate alla vostra proposta di valore come la vostra stella polare.

Partner chiave

È raro che sarete in grado di gestire ogni parte della vostra attività da soli. Probabilmente avrete bisogno di aiuto da parte di altri, che si tratti di fornitori, distributori o altri tipi di partner. Per esempio, considera un chiosco di limonata del quartiere. I bambini che lo gestiscono non coltivano i propri limoni; li comprano da un negozio di alimentari. Potrebbero anche usare un tavolo e brocche dei loro genitori. In questo scenario, sia il negozio di alimentari che i genitori sono partner chiave.

Per capire se qualcuno è un partner chiave, basta chiedere: l'azienda potrebbe ancora funzionare senza di loro? Se la risposta è no e le cose andrebbero male senza il loro contributo, allora sono sicuramente un partner chiave.

Attività principali

Le attività chiave sono le cose che dovete fare per rendere la vostra proposta di valore una realtà.

Torniamo all'esempio dello stand di limonata. Cosa deve accadere affinché lo stand di limonata funzioni? Qualcuno deve fare la limonata, servirla ai clienti e gestire i soldi. Questi compiti sono tutti attività chiave, perché sono essenziali per la gestione dello stand.

Per capire se un'attività è "chiave", pensa se l'azienda potrebbe continuare a funzionare se quell'attività non fosse stata eseguita. Se la risposta è no, allora si tratta di un'attività chiave.

Project partners



Risorse chiave

Quando elenchi le risorse necessarie per la tua attività, pensa oltre alle sole cose fisiche. Avrete anche bisogno di persone (risorse umane) per aiutare, conoscenza o competenza (risorse intellettuali), e denaro (risorse finanziarie) per finanziare tutto. Assicuratevi di considerare tutti questi tipi di risorse, in quanto sono tutte importanti per aiutare il vostro business a riuscire.

Segmento di mercato

Per chi crei il tuo prodotto o servizio? Per esempio, qualcuno che lavora in uno stand di limonate probabilmente non sta cercando un prodotto progettato per ingegneri del software.

I segmenti di clienti includono tutte le persone e le aziende che trarrebbero beneficio da ciò che stai offrendo. Per capire meglio chi sono queste persone, potrebbe essere utile creare descrizioni dettagliate dei tuoi clienti ideali.

Relazioni con i clienti

Una volta che sai chi sono i tuoi clienti, il passo successivo è capire come interagire con loro. Come comunicherai con i tuoi clienti? Hanno bisogno di supporto dopo aver acquistato qualcosa da voi? Per gestire questo in modo efficace, è possibile creare una mappa del percorso del cliente. Questo strumento consente di visualizzare l'esperienza del cliente dall'inizio alla fine, consentendo di identificare le interazioni chiave e vedere come queste relazioni si evolvono nel tempo.

Canali

Pensa a come entrare in contatto con i potenziali clienti. Stai raggiungendo loro attraverso i social media, ottimizzazione dei motori di ricerca (SEO), o forse a conferenze? Questi metodi che usi per connetterti sono chiamati canali. In genere, mentre i team di vendita lavorano per costruire e mantenere le relazioni con i clienti, i team di marketing gestiscono solitamente i canali.

Costi strutturali

Gestire la vostra attività costerà sicuramente denaro, spesso più di quanto ci si aspetterebbe. Dovrai spendere denaro per mantenere le tue attività chiave, le risorse e i partenariati. Questo include pagare i dipendenti, l'acquisto di materiali e altre spese. Tutti questi costi insieme sono definiti costi strutturali.

Project partners





Flussi di reddito

Naturalmente, l'obiettivo non è solo quello di spendere soldi ma anche di farlo. Per il vostro business per avere successo, è necessario guadagnare denaro. I tuoi flussi di reddito sono i diversi modi in cui fai soldi. Per esempio, forse hai un servizio di abbonamento dove i clienti pagano regolarmente, o forse si carica una tassa una tantum per il vostro prodotto o servizio. È importante identificare e elencare tutti i modi in cui si porta in denaro perché essere chiaro e completo con la pianificazione finanziaria è fondamentale.

Project partners



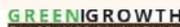
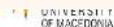


Business Model Canvas

KEY PARTNERS		KEY ACTIVITIES		VALUE PROPOSITIONS	
		KEY RESOURCES		CUSTOMER RELATIONSHIPS	CUSTOMER SEGMENTS
ABOUT Company Name: _____ Your slogan: _____		REVENUE STREAMS			
COST STRUCTURE					



Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194)



Business Model Canvas

<p>KEY PARTNERS</p> <p>Who are our key partners?</p>	<p>KEY ACTIVITIES</p> <p>What activities are needed for our value propositions?</p>	<p>VALUE PROPOSITIONS</p> <p>What value do we deliver to the customer?</p>	<p>CUSTOMER SEGMENTS</p> <p>For whom are we creating value?</p>
<p>KEY RESOURCES</p> <p>What resources do our value propositions need?</p>	<p>CUSTOMER RELATIONSHIPS</p> <p>What kind of relationship do our customers want us to have with them?</p>	<p>CHANNELS</p> <p>How should we communicate with our customers?</p>	<p>REVENUE STREAMS</p> <p>What price are customers willing to pay?</p>
<p>ABOUT</p> <p>Company Name: _____</p> <p>Your slogan: _____</p>		<p>COST STRUCTURE</p> <p>What are the main costs in our business?</p>	

Co-funded by the European Union

Green & Social Startups Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194)

5.2. Ricerche di mercato e pianificazione

5.2.1. Strumenti e tecniche per le ricerche di mercato

Dopo aver analizzato a fondo la vostra idea di business, anche attraverso il Quadro per il modello di business, dovete studiare in dettaglio il mercato nel quale intendete operare. Uno dei modi migliori per conoscere meglio un mercato è quello di fare un'analisi di mercato.

Un'analisi di mercato è quando si entra veramente in un mercato specifico e lo studia in profondità. È abbastanza comune per le aziende fare un'analisi di mercato prima di lanciare un nuovo prodotto. Vogliono capire se farà bene in quel mercato o se ha bisogno di qualche modifica prima di iniziare a vendere alla gente. Questo tipo di analisi può anche aiutare un'azienda a decidere se sia una buona idea iniziare a fare affari in un nuovo mercato. Fornisce loro informazioni su come funzionano le cose e quali aziende stanno facendo bene.

Per effettuare un'analisi di mercato, si potrebbe esaminare vari aspetti del mercato. Ciò include il controllo di chi vive lì (dati demografici), quali altre aziende sono presenti nello spazio (informazioni sui concorrenti) e come queste aziende stanno finanziariamente confrontando i loro numeri con quelli degli altri nel medesimo mercato.

L'analisi di mercato è davvero utile per le aziende perché aiuta a fare scelte intelligenti su dove focalizzare i loro sforzi futuri di business e strategie di marketing. Per esempio, se un'azienda vuole lanciare un nuovo prodotto nel suo mercato attuale, l'analisi di mercato può aiutarli a capire il modo migliore per assicurarsi che il prodotto funzioni bene e si connetta davvero con i clienti. L'analisi di mercato è anche molto importante per le aziende che stanno pensando di entrare in un nuovo mercato. Può dare ai dirigenti delle imprese un quadro chiaro di come potrebbe andare la loro attività, esaminando le prestazioni dei concorrenti in quel mercato. In questo modo, possono prendere decisioni informate e supportate da dati solidi.

Esistono molti modi diversi per farlo, in modo che le aziende possano scegliere quello che fa al caso loro. Quindi, potete scegliere il metodo che preferite per analizzare il mercato della vostra idea di business. Puoi anche usare più di un metodo per raccogliere quante più informazioni possibili!

1. Indagini di ricerca di mercato

Un modo comune per effettuare un'analisi di mercato consiste nell'utilizzare sondaggi per raccogliere informazioni. Le indagini sono uno strumento fantastico per imparare direttamente dai clienti circa i

Project partners



loro pensieri ed esperienze con un'azienda o prodotto. Per esempio, un'indagine di mercato potrebbe chiedere alle persone di descrivere la loro esperienza di acquisto, quanto sia facile utilizzare un prodotto o quanto siano felici del loro acquisto. Ci sono molti tipi diversi di indagini che una società può condurre, e ogni tipo fornisce un sacco di dati che possono essere davvero utili. Ecco alcuni esempi di sondaggi che potreste utilizzare per analizzare il mercato:

- Sondaggi in presenza
- Indagini telefoniche
- Indagini per posta
- Sondaggi online
- Questionari via e-mail

2. Interviste

Le interviste personali sono un altro modo popolare per effettuare analisi di mercato, particolarmente utile se si sta cercando di avviare la propria azienda in un ambiente simulato come stiamo facendo. In un'intervista personale, un'azienda parla direttamente con i consumatori per saperne di più sui loro pensieri e le loro esperienze. Queste interviste durano di solito circa un'ora e sono spesso registrati in modo da poter tornare indietro e ascoltarli più tardi. Possono avvenire di persona, per telefono o online tramite videochiamate.

Durante queste interviste, si inizia in genere con una serie di domande specifiche che avete preparato in anticipo. Insieme a questi, potresti anche fare alcune domande aperte che non hanno una risposta fissa, permettendo alle persone di condividere liberamente i loro pensieri ed esperienze.

Le aziende utilizzano interviste personali per porre a diversi consumatori le stesse domande. In seguito, si guardano le risposte di tutti per individuare eventuali tendenze o modelli comuni in ciò che i consumatori stanno dicendo. Questo aiuta a capire cosa funziona bene e cosa potrebbe essere necessario cambiare nel loro approccio o prodotto.

3. Gruppi di discussione

Un gruppo di discussione è un altro strumento efficace per raccogliere informazioni di analisi di mercato da più consumatori contemporaneamente. In un gruppo di discussione, si riunisce un gruppo

Project partners





di consumatori in un luogo neutro e condurre una discussione su un prodotto o servizio specifico. Questa impostazione incoraggia i clienti a condividere apertamente le loro opinioni e imparare da altri che potrebbero avere esperienze o punti di vista simili.

4. Osservazioni dei clienti

Le osservazioni dei consumatori aiutano a comprendere il comportamento dei clienti. Questo metodo consiste nel l'osservare i consumatori quando acquistano o utilizzano un prodotto. Puoi raccogliere informazioni imparziali facendo osservazioni perché non stai interagendo con i clienti. Questo mostra cosa fanno veramente le persone, non quello che dicono di fare. Spesso è influenzato dalle loro emozioni o da ciò che gli altri dicono.

Le aziende spesso usano il video per osservare i clienti in un negozio. Guardano come i clienti si muovono, cosa comprano e anche quanto spesso restituiscono gli articoli. Poi, esaminano i video per individuare modelli e comportamenti che li aiutino a capire i loro clienti e prendere decisioni aziendali più intelligenti.

5. Prove sul campo

Le prove sul campo aiutano a capire come un nuovo prodotto si venderà sul mercato, soprattutto quando si sta avviando un'impresa. Questo metodo prevede di collocare il nuovo prodotto in alcuni negozi per vedere cosa ne pensano i clienti. Puoi raccogliere informazioni utili osservando come il prodotto viene venduto in una situazione reale. Per esempio, puoi scoprire quante persone acquistano il prodotto, quali tipi di clienti sono interessati, se i prezzi sono corretti e se ci sono parti del prodotto che necessitano di miglioramenti.

6. Coinvolgimento sui social media

Il monitoraggio dei social media è un modo moderno per analizzare il mercato. I social media sono grandi in tutto il mondo, con molti utenti che parlano di prodotti e marchi su piattaforme diverse. Monitorare come le persone interagiscono con i tuoi post ti aiuta a vedere quali sforzi di marketing stanno funzionando e quali prodotti piacciono alle persone. Questo feedback ti aiuta a pianificare il marketing futuro e vedere cosa sta facendo bene la tua azienda online.

Per tenere traccia del coinvolgimento dei social media, puoi controllare la sezione di analisi dei tuoi account sui social media. Questo ti mostra quante persone stanno interagendo con i tuoi post, quali

Project partners



tipi di utenti sono più coinvolti e quali piattaforme di social media stanno guidando il maggior traffico alla tua azienda. Queste informazioni possono aiutarti a connetterti con il tuo pubblico e aumentare la presenza online della tua azienda.

7. Analisi della concorrenza

L'analisi della concorrenza riguarda ciò che fanno le altre aziende, non ciò che dicono i clienti. Questo processo può essere tecnico e complesso, quindi molte aziende assumono esperti per gestirlo, soprattutto quando si crea una società simulata. Un'analisi competitiva consiste nell'esaminare prodotti o servizi simili e il livello di successo delle aziende che li vendono. Si guarda come stanno vendendo, quali sono i loro punti di forza e di debolezza, e quali strategie stanno usando da cui si potrebbe imparare. Questo ti aiuta a capire come puoi distinguerti e fare meglio di loro.

8. Analisi SWOT

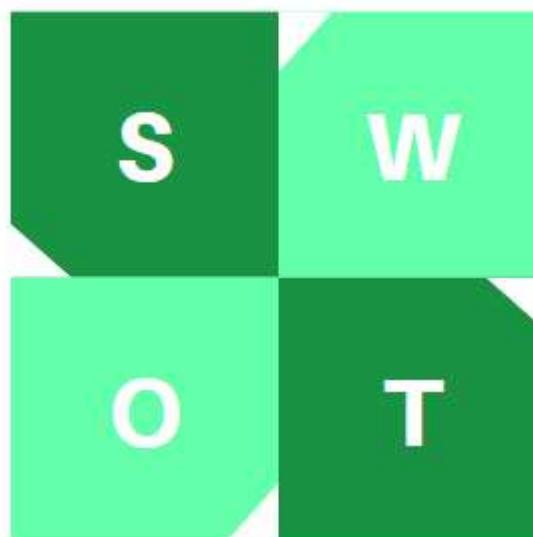
Un'analisi SWOT vi aiuta a comprendere il vostro business, prodotto o servizio. Potete utilizzarlo per identificare i punti di forza, le debolezze, le opportunità e le minacce relative al vostro prodotto o servizio. In altre parole, un'analisi SWOT può aiutarvi a vedere dove vi trovate rispetto alla concorrenza. Per fare un'analisi SWOT, si imposta una tabella con quattro sezioni: punti di forza, debolezze, opportunità e minacce. In ogni sezione vengono inseriti i dati relativi alla vostra attività e ai concorrenti. Ciò consente di definire le priorità degli elementi e delle strategie.

Strengths (Punti di forza)

Cosa rende il tuo prodotto/servizio speciale ?

Opportunità

Quali sono I tuoi obiettivi ? Come possono essere raggiunti?



Weaknesses (Debolezze)

Cosa potrebbe andare meglio? Come potreste essere aiutato ?

Threats (Ostacoli)

Quali sono gli ostacoli ? Quali sono i fattori che non sono sotto il tuo controllo?

Project partners



5.2.2. Elaborazione di un piano aziendale attuabile nella realtà

Ora che avete attentamente considerato le vostre attività commerciali e alcune delle questioni chiave, è il momento di andare avanti con lo sviluppo di un progetto imprenditoriale che affronti chiaramente tutte le dimensioni della vostra impresa.

In altre parole, un business plan è un documento scritto che descrive tutti gli aspetti del progetto imprenditoriale, come si prevede di fare soldi, chi sono i vostri clienti. Quando si sta creando la propria azienda simulata, creare un business plan può davvero aiutare a chiarire i propri obiettivi e organizzare i passi per raggiungerli. Potete anche mostrare il vostro piano aziendale a potenziali investitori per dimostrare che avete un solido piano in atto.

Ma ricordate, i piani aziendali non sono scolpiti nella pietra; sono destinati a evolversi. Specialmente per le startup, è comune aggiornare il business plan spesso mentre si impara di più sui propri clienti e quali prodotti o servizi hanno realmente bisogno. Questa flessibilità può aiutarvi ad adattare le vostre strategie man mano che la vostra azienda cresce e cambia.

Sappiamo che mettere insieme un business plan può sembrare un compito enorme, ma è un ottimo modo per mettere le tue idee su carta e iniziare a trasformarle in realtà, soprattutto se sei uno studente che sta cercando di lanciare un'attività simulata. Ecco come sviluppare il proprio piano aziendale passo-passo:

1. Sintesi esecutiva:

Inizia con un riassunto. Pensa a questo come una sorta di istantanea dell'intera azienda. Fornisci una rapida panoramica di ciò che fa la tua azienda e di ciò che spera di ottenere. Anche se viene prima, di solito è più facile scrivere questa parte per ultima, una volta che hai capito tutti i dettagli.

2. Descrizione dell'attività:

Fornisci poi una descrizione dettagliata della tua attività. Spiega il tipo di attività che si sta avviando, quali prodotti o servizi si offrono, e ciò che rende la vostra azienda unica. Pensate a ciò per cui la vostra azienda sia conosciuta e quali valori si vuole sostenere.

3. Analisi di mercato:

In questo modo si conoscono i potenziali clienti, i concorrenti e il mercato nel suo complesso. È importante dimostrare di aver fatto i compiti e capire in che modo la vostra impresa si inserisce nel mercato. Puoi includere dati sulla demografia dei clienti, sulle tendenze del mercato e sull'analisi della concorrenza.

Project partners





4. Organizzazione e gestione:

Dobbiamo sapere come sarà strutturata la vostra impresa e chi la gestirà. Questa parte dovrebbe includere informazioni sulla struttura legale della vostra azienda (come se si tratta di un'impresa individuale, società di persone o una società). Inoltre, creare un organigramma che mostra chi è responsabile di cosa. Se siete solo voi, spiegare come si prevede di gestire i vari compiti.

5. Prodotti o servizi:

Cosa vendete o offrite? Fornite dettagli sui vostri prodotti o servizi. Spiegare i vantaggi di ciò che si sta offrendo, dettagliare il ciclo di vita del prodotto e discutere le attività di ricerca e sviluppo che potrebbero essere rilevanti.

6. Strategia di marketing e vendita:

Come attrarre e fidelizzare i clienti? Questa sezione dovrebbe descrivere le strategie per entrare nel mercato, fissare i prezzi dei prodotti o servizi, promuovere la vostra attività e realizzare vendite. Sii specifico sui tipi di strumenti di marketing che utilizzerai, come social media, volantini o campagne e-mail.

7. Richiesta di finanziamento:

Se si desidera ottenere finanziamenti, specificare quanti fondi saranno necessari nei prossimi cinque anni e per quali scopi. Indicare se avete bisogno di capitale o di debito, le condizioni che si desidera applicare e la durata della vostra richiesta di finanziamento.

8. Proiezioni finanziarie:

Convincere i vostri lettori che la vostra azienda sarà finanziariamente un successo. Fornire proiezioni finanziarie che includono i conti economici, i bilanci, i rendiconti finanziari e i bilanci di spese d'investimento. Se avete qualche dato di alcuni mesi di gestione del business o di imprese passate, includerlo qui per sostenere le vostre proiezioni.

9. Appendice:

Un'appendice è facoltativa, ma è un posto utile per attaccare qualsiasi documento di supporto pertinente. Potresti includere curriculum, permessi, contratti di locazione o altri documenti legali, a seconda di ciò che è rilevante per il tuo piano.

Project partners





Un business plan aiuta a gestire la vostra attività e mostrare potenziali investitori o finanziatori perché avrà successo. Assicuratevi di essere chiaro su ciò che dici e che i tuoi obiettivi siano realistici. Questo piano può cambiare man mano che il business cresce, quindi assicuratevi di potervi tornare e adattarlo facilmente. In questo modo puoi adattarti ai cambiamenti e continuare ad andare avanti.

Potete utilizzare il seguente modello di business plan creando un file con le sezioni suggerite e cercando di rispondere alle domande in ciascuna sezione.

Modello di progetto finanziario

1. Sintesi esecutiva

- Qual è il nome della vostra attività?
- Quali prodotti o servizi offrite?
- Qual è la tua missione?
- Quali sono i vostri obiettivi aziendali?
- Chi sono i fondatori e qual è il loro background professionale?

2. Descrizione della società

- Quale tipo di struttura aziendale avete scelto (impresa individuale, società in nome collettivo)?
- Quali esigenze soddisfa la vostra azienda?
- Perché il vostro business avrà successo?
- Chi sono i tuoi potenziali clienti?
- Qual è il tuo modello di business (come farai soldi)?

3. Analisi di mercato

- Chi è il vostro target di riferimento (età, luogo, sesso, livello di reddito)?
- Quali sono le tendenze attuali nel vostro settore?
- Chi sono i vostri concorrenti? Quali sono i loro punti di forza e di debolezza?
- Qual è la vostra potenziale quota di mercato?
- Come si differenzierà dai concorrenti?

Project partners





4. Organizzazione e gestione

- Qual è la struttura organizzativa della vostra azienda?
- Chi sono i membri chiave del team e quali sono i loro ruoli?
- Quale esperienza rilevante porta ogni membro del team al business?
- Ci sono consulenti o consulenti coinvolti?

5. Linea di prodotti o servizi

- Quali sono i dettagli dei prodotti o servizi che intendete vendere?
- Quali sono i vantaggi dei vostri prodotti o servizi per il cliente?
- Qual è il ciclo di vita del prodotto?
- Avete brevetti o diritti d'autore?
- Sono previsti prodotti o servizi futuri?

6. Strategia di marketing e vendita

- Come attrarre e fidelizzare i clienti?
- Quali sono le vostre strategie di marketing e promozionali?
- Quali tattiche di vendita si impiegano?
- Come posizionerete il vostro prodotto o servizio sul mercato?
- Quali canali utilizzerete per raggiungere i vostri clienti (online, front-end, vendita per corrispondenza)?

7. Richiesta di finanziamento

- Di quanti fondi hai bisogno per avviare o espandere la tua attività?
- A cosa servirà il finanziamento?
- Per quanto tempo saranno utilizzati i fondi?
- Siete alla ricerca di finanziamenti in titoli di debito o di capitale?
- Quali sono le vostre condizioni di rimborso?

8. Proiezioni finanziarie

- Quali sono le entrate previste per i prossimi 1-5 anni?

Project partners





- Quali sono le spese previste per i prossimi 1-5 anni?
- Includere previsioni di reddito, bilanci, rendiconti finanziari e bilanci di spese in conto capitale.
- Come gestirai il flusso di cassa per garantire operazioni aziendali sostenibili?

9. Appendice

- Includere qualsiasi informazione aggiuntiva che aiuti a supportare il piano aziendale.
- Possibili aggiunte: curriculum dei principali membri del team, accordi legali, disegni tecnici, materiali di marketing, tabelle finanziarie dettagliate.

Project partners



5.3. Attuazione e gestione

Ora che l’impresa virtuale è stata costituita, è arrivato il tempo di gestirla. Insegnanti e studenti possono implementare le tecniche e le attività indicate più avanti.

5.3.1. Gioco di ruolo: simulare un’impresa virtuale

Il gioco di ruolo è un metodo di apprendimento efficace che permette agli studenti di mettere alla prova le loro conoscenze, abilità e capacità risolvendo problemi in situazioni specifiche. Si tratta di uno strumento prezioso per migliorare la comunicazione, comprendere concetti complessi e prendere decisioni. Il gioco di ruolo permette agli studenti di mettere alla prova le loro conoscenze, abilità e capacità risolvendo problemi in situazioni concrete. Consente inoltre agli studenti di acquisire esperienza pratica in un ambiente sicuro, preparandoli a scenari reali. Che si tratti di servizio clienti, vendite, risoluzione dei conflitti o formazione alla leadership, il gioco di ruolo è un modo coinvolgente per gli studenti di acquisire esperienza pratica in un ambiente sicuro, preparandoli a scenari reali (Gadson, 2024).

Tecniche e approcci

Il gioco di ruolo può essere applicato in vari modi e le tecniche e gli approcci utilizzati possono essere adattati a diversi contesti educativi o formativi. In dettaglio:

1. Gioco di ruolo strutturato

Questo approccio comporta ruoli e scenari specifici che sono predefiniti dal l'insegnante, che funge da facilitatore. A ciascun partecipante viene assegnato un ruolo che comporta una serie di obiettivi, informazioni di base e potenziali sfide che potrebbero affrontare. Gli scenari sono progettati per replicare situazioni reali che potrebbero verificarsi sul posto di lavoro o nelle interazioni sociali. Questo metodo è un modo efficace per gli studenti di praticare particolari abilità come la negoziazione, le vendite o le interazioni con il servizio clienti.

2. Gioco di ruolo spontaneo

Il gioco di ruolo spontaneo è un potente strumento per valutare e sviluppare capacità di rapido pensiero e adattabilità. Diversamente dai giochi di ruolo strutturati, non comporta scenari o ruoli predeterminati. Invece, i partecipanti ricevono una situazione sul posto e devono reagire senza

Project partners





preparazione preliminare. Questo tipo di gioco di ruolo è prezioso per coloro che devono gestire situazioni impreviste, come i servizi di emergenza o i reclami dei clienti.

3. Gioco di ruolo inverso

Il gioco di ruolo inverso è una tecnica che permette ai partecipanti di uscire dalla loro zona di comfort ed esplorare prospettive diverse. È un modo efficace per ottenere empatia, che è essenziale per i ruoli che coinvolgono l'interazione con gli altri e fornire un eccellente servizio clienti. Immaginate un manager che assume il ruolo di un dipendente o di un rappresentante del servizio clienti che interpreta un cliente insoddisfatto. In questo modo, i partecipanti possono comprendere punti di vista diversi e sviluppare le competenze necessarie per costruire forti relazioni e un servizio clienti.

4. Gioco di ruolo della scoperta guidata

Questo metodo mescola il gioco di ruolo con l'apprendimento riflessivo guidato. I partecipanti esplorano ruoli e scenari con una guida minima da parte del facilitatore, che conduce la discussione e l'esplorazione senza dare istruzioni dirette. Questo approccio incoraggia gli studenti a scoprire comportamenti e soluzioni attraverso le loro interazioni ed esperienze all'interno del gioco di ruolo, che li aiuta a capire e ricordare meglio le lezioni insegnate.

5. Gioco di ruolo multilivello

Il gioco di ruolo a più stadi è una tecnica in cui gli scenari si sviluppano nel tempo, spesso su diverse sessioni. Ciò consente ai partecipanti di sviluppare un ruolo e di adattarsi alle circostanze mutevoli all'interno della stessa storia. Particolarmente efficace per la formazione complessa che richiede di comprendere le conseguenze a lungo termine e sviluppare strategie nel tempo.

6. Gioco di ruolo online

Con la crescente popolarità delle piattaforme educative digitali, i giochi di ruolo online sono diventati un ottimo modo per imparare. I partecipanti possono partecipare a giochi di ruolo attraverso forum, videoconferenze o software specializzato che simulano ambienti virtuali. Il gioco di ruolo online permette agli studenti di interagire in modi nuovi e può includere studenti provenienti da scuole e luoghi diversi, rendendo l'esperienza ancora più ricca.

7. Gioco di ruolo della valutazione

Questo approccio utilizza il gioco di ruolo come un modo per valutare le abilità degli studenti, le capacità decisionali e quanto bene applicano le loro conoscenze in una situazione pratica. Gli insegnanti osservano il gioco di ruolo e danno un feedback basato su criteri stabiliti.

Project partners





5.4. Analisi dell’impatto sociale e ambientale

La valutazione e la rendicontazione del l'impatto sociale e ambientale di un'impresa sono fondamentali per comprendere in che modo le operazioni di un'azienda influenzano il mondo circostante e per adeguarsi alla crescente domanda di responsabilità aziendale. Questo processo comporta un'analisi dettagliata dei risultati positivi e negativi delle attività di un'impresa sulle comunità sociali e sull'ambiente. Gli insegnanti possono guidare gli studenti attraverso questa esplorazione aiutandoli a creare sistemi per monitorare vari aspetti delle loro attività simulate. Ciò potrebbe includere il monitoraggio del l'uso delle risorse, come acqua ed energia, la valutazione della produzione di rifiuti e le implicazioni sociali delle loro pratiche commerciali, quali il coinvolgimento della comunità e le opportunità di lavoro.

Per rendere più tangibile questa analisi agli studenti, si può incoraggiare la creazione di relazioni sulla sostenibilità o di dichiarazioni sull'impatto sociale come parte dei risultati del progetto. Tali relazioni dovrebbero mettere in evidenza le metodologie utilizzate per la raccolta dei dati, presentare i dati in un formato comprensibile e interpretare il significato dei dati in termini di impatto del l'attività. Gli studenti dovrebbero anche considerare le implicazioni a lungo termine delle loro decisioni aziendali e proporre strategie per mitigare gli impatti negativi, migliorando al contempo i risultati positivi.

Per esempio, se l'attività virtuale di uno studente comporta la produzione di abbigliamento, potrebbe indagare sulla fonte dei suoi materiali, le pratiche di lavoro presso gli impianti di produzione e l'efficienza dei metodi di trasporto in termini di impronta di carbonio. Raccolgerebbero dati su questi elementi, magari utilizzando sondaggi, ricerche o ipotetici set di dati, e poi compilerebbero i loro risultati in una relazione. La relazione non solo valuterebbe le pratiche attuali, ma raccomanderebbe anche miglioramenti, come il passaggio a tessuti sostenibili o l'attuazione di pratiche di lavoro nel commercio equo.

Integrare le tecniche e le pratiche nell'apprendimento degli studenti sulla valutazione e la segnalazione degli impatti sociali e ambientali delle imprese può fornire loro competenze e intuizioni tangibili. Ecco alcune tecniche e pratiche rilevanti che gli studenti possono implementare:

Project partners





1. Calcolo dell'impronta di carbonio: insegnare agli studenti come calcolare l'impronta di carbonio di un'attività aziendale, che comporta la quantificazione delle emissioni totali di gas serra causate direttamente e indirettamente da un'azienda. Gli studenti possono utilizzare calcolatori o formule online che tengono conto del consumo di energia, dei metodi di trasporto e dei processi di produzione dei materiali associati al loro business virtuale. Questa abilità pratica li aiuta a comprendere il carico ambientale delle diverse attività commerciali e ad esplorare i modi per ridurre le emissioni.

Domande alle quali gli studenti dovrebbero rispondere:

- Quanta elettricità utilizza la vostra impresa al mese (in kWh)?
- Che tipo di fonti energetiche utilizzate nelle vostre attività (rinnovabili o non rinnovabili)?
- Quanti chilometri percorri ogni mese per le tue attività commerciali in auto?
- Quali tipi di veicoli vengono utilizzati per le operazioni aziendali (ad esempio, benzina, diesel, elettrico)?
- Stimare la quantità di rifiuti prodotti dalla vostra azienda ogni mese.

Project partners





2. Valutazione del ciclo di vita (LCA): introdurre gli studenti alla valutazione del ciclo di vita, una tecnica utilizzata per valutare gli impatti ambientali associati a tutte le fasi della vita di un prodotto, dall'estrazione delle materie prime al trattamento dei materiali, dalla fabbricazione alla distribuzione, uso, riparazione e manutenzione, smaltimento o riciclaggio. Gli studenti possono condurre un LCA semplificato per un prodotto o servizio nella loro attività simulata per identificare punti critici di impatto ambientale e opportunità di miglioramento.

Domande alle quali gli studenti dovrebbero rispondere:

- Quali materie prime sono utilizzate nel vostro prodotto/servizio?
- Da dove provengono questi materiali?
- Qual è il processo di fabbricazione del prodotto o di fornitura del servizio?
- Come viene confezionato e distribuito il prodotto?
- Qual è la durata prevista del vostro prodotto o servizio?
- Come viene smaltito il prodotto o terminato il servizio?
- Qual è la durata prevista del vostro prodotto o servizio?
- Come viene smaltito il prodotto o terminato il servizio?

Project partners



5.4. Organizzazione di un evento di presentazione dell'impresa

Organizzare un evento di pitching è un modo eccellente per gli studenti di sperimentare il processo reale della ricerca di finanziamenti e sostegno per le loro iniziative imprenditoriali. Presentando le proprie idee imprenditoriali a genitori, membri della comunità locale e parti interessate, gli studenti non solo acquisiscono una preziosa esperienza di pubblico intervento, ma ricevono anche un feedback diretto e potenzialmente assicurano contributi finanziari simbolici per far progredire i loro progetti.

Di seguito troverete chiare istruzioni su come organizzare un Pitching Event, seguiti da un utile modello.

1. Configurazione dell'evento:

- **Scegli una location:** Ospita l'evento in un ambiente scolastico familiare come l'auditorium - sala eventi, biblioteca o una grande classe che può ospitare comodamente il tuo pubblico. Assicurarsi che lo spazio abbia una buona acustica e abbastanza posti a sedere.
- **Programma l'evento:** scegli una data che non sia in conflitto con altri eventi scolastici o esami. Considerare un momento che consenta la massima partecipazione della comunità, magari nel tardo pomeriggio o nelle prime ore della sera.

2. Preparazione per gli studenti:

- **Sviluppo del business:** Poiché gli studenti hanno già sviluppato le loro idee di business e ricercato elementi critici come l'analisi del mercato, il target e i piani finanziari, assicuratevi che integrino queste informazioni in modo efficace nelle loro pitches.
- **Modello di presentazione:** fornire agli studenti un modello di presentazione strutturato. Si consiglia di utilizzare il modello suggerito di seguito. Questo modello può essere utilizzato per orientare i partecipanti su come organizzare la presentazione in modo logico e persuasivo, includendo sezioni per presentare il proprio business, spiegare il problema e la soluzione, mostrare il potenziale di mercato e dettagliare il proprio modello aziendale.
- **Prova:** incoraggiare gli studenti a provare di fronte ai colleghi o agli insegnanti per acquisire fiducia e ricevere un feedback iniziale. Questa pratica li aiuterà a perfezionare la loro consegna e ad anticipare le domande.

3. Durante l'evento:

Project partners



- **Presentazioni:** Allocare una quantità specifica di tempo per ogni presentazione, in genere 5-7 minuti, seguito da una sessione di domande e risposte di 2-3 minuti con il pubblico. Questa struttura mantiene l'evento in movimento e consente a ogni studente o team di avere abbastanza tempo per mostrare le proprie idee senza fretta.
- **Configurazione tecnologica:** assicurarsi che tutte le attrezzature tecnologiche necessarie, quali proiettori, microfoni e altoparlanti, funzionino correttamente prima del l'inizio del l'evento. Avere un piano di riserva in caso di problemi tecnici.

4. Incoraggiare il sostegno della comunità:

- **Contributi finanziari simbolici:** durante l'evento, si sottolinea la possibilità per i membri del pubblico di fare contributi finanziari simbolici a sostegno dei progetti aziendali degli studenti. Questi contributi, sebbene modesti, possono fornire assistenza pratica e una spinta motivazionale agli studenti, dimostrando una fede tangibile nelle loro idee e nei loro sforzi.
- **Meccanismo di contribuzione:** istituire un sistema semplice e trasparente per la riscossione dei contributi. Potrebbe essere un'area designata presso la sede con una scatola di raccolta sicura dove i membri del pubblico possono lasciare i loro contributi.
- **Riconoscimento dei contributi:** assicurarsi che tutti i contributori siano riconosciuti durante l'evento, magari con una nota di ringraziamento o una menzione durante le osservazioni conclusive. Si consideri anche l'invio di messaggi personalizzati di ringraziamento dopo l'evento o la creazione di una bacheca per i 'Supporters' nella scuola per riconoscere il loro sostegno in modo continuo.

5. Coinvolgimento del pubblico:

- **Moduli di feedback:** fornire al pubblico i moduli di feedback da compilare dopo ogni presentazione. Questi moduli possono includere domande sulla chiarezza della presentazione, la fattibilità del l'idea di business e quanto convincente sia stato la presentazione. Questo feedback è prezioso per gli studenti per capire l'impatto della loro presentazione e i punti da migliorare.
- **Sessioni interattive:** Lasciare il tempo per il networking dopo che tutte le presentazioni sono state completate. Questa sessione può aiutare gli studenti a interagire uno-a-uno con i membri del pubblico, discutere le loro idee in modo più dettagliato e potenzialmente ottenere sostenitori o mentori.

6. Attività post-evento:

Project partners





- **Revisione dei feedback:** incoraggiare gli studenti a rivedere il feedback raccolto per identificare i punti di forza e di debolezza. Questa riflessione è cruciale per il continuo sviluppo dell'imprenditorialità.
- **Attestato di partecipazione:** fornire certificati a tutti i partecipanti per riconoscere il loro sforzo e incoraggiare lo spirito imprenditoriale.

Project partners







<p>About</p> <hr/> <p>Your Team's Name:</p> <p>Project/Company Name:</p> <p>One-sentence Pitch - Slogan:</p> <p>Call to Action!</p> <hr/>	<table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px;">Problem</td> <td style="width: 50%; padding: 5px;">Solution</td> </tr> <tr> <td style="height: 100px;"></td> <td style="height: 100px;"></td> </tr> </table> <table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px;">Product/Service</td> <td style="width: 50%; padding: 5px;">Market Analysis</td> </tr> <tr> <td style="height: 150px;"></td> <td style="height: 150px;"></td> </tr> </table> <table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px;">Why Us?</td> <td style="width: 50%; padding: 5px;">Investment</td> </tr> <tr> <td style="height: 100px;"></td> <td style="height: 100px;"></td> </tr> </table>	Problem	Solution			Product/Service	Market Analysis			Why Us?	Investment		
Problem	Solution												
Product/Service	Market Analysis												
Why Us?	Investment												

Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194)



Co-funded by the European Union

Project partners





About

Your Team's Name:

Project/Company Name:

One-sentence Pitch - Slogan:

Summarise your idea/project in one compelling sentence.

Call to Action!

End with a clear call to action or what you want from the audience.

Problem

Problem Statement:
Describe the problem you are addressing.

Relevance:
Explain why this problem is important and to whom.

Solution

Your Solution:
Outline how your idea/project solves the problem.

Product/Service

Short Description:
Present the product/service and its characteristics.

Market Analysis

Target Audience:
Define who will benefit from your solution.

Market Size:
Provide an overview of the market or audience size and potential for growth.

Why Us?

Unique Value Proposition:
Highlight what makes your solution unique and better than existing solutions.

Investment

What You Need:
Specify what you are going to need (funding, support, partnership, etc.).



Project partners





5.5. Dall’imprenditoria virtuale alla realtà

Dopo aver attuato tutte le attività indicate in precedenza, il momento del trasferimento delle imprese virtuali alla vita reale offre una fase entusiasmante in cui gli studenti possono mettere alla prova le loro capacità imprenditoriali e le loro idee imprenditoriali in un ambiente realistico. Per facilitare questa transizione, si possono organizzare fiere e mercati locali dove gli studenti possano esporre e vendere i loro prodotti o offrire i loro servizi a cambio di piccoli gettoni. Questo approccio non solo fornisce esperienza pratica di business, ma permette anche agli studenti di impegnarsi direttamente con la comunità, ricevendo feedback di prima mano sulle loro offerte.

Gli studenti dovrebbero essere incoraggiati a creare una varietà di beni che possono essere prodotti a livello scolastico, come oggetti artigianali, prodotti riciclati o servizi digitali. Tra i servizi offerti potrebbero figurare tutoraggio, spettacoli artistici o progettazione digitale. Allestire cabine presso fiere scolastiche o centri comunitari locali, gli studenti possono interagire con i clienti reali, praticare le vendite e le competenze di servizio al cliente che sono vitali per qualsiasi imprenditore.

Inoltre, l'organizzazione di giornate informative può contribuire a promuovere i servizi sviluppati dagli studenti. Durante queste sessioni, gli studenti possono presentare i loro modelli di business, discutere i benefici sociali o ambientali dei loro servizi e coinvolgere i partecipanti attraverso presentazioni e dimostrazioni dal vivo.

Per aumentare l'impatto educativo e sociale di queste attività, i profitti raccolti da questi eventi potrebbero essere donati a enti di beneficenza locali o utilizzati per finanziare progetti comunitari. Ciò non solo insegna agli studenti l'importanza della responsabilità sociale, ma mostra anche come le imprese possano dare un contributo positivo al benessere sociale.

Implementando queste attività, gli studenti possono vedere i risultati tangibili del loro duro lavoro e creatività, guadagnando fiducia ed esperienza di vita reale nella gestione di un'azienda. Questo processo di apprendimento esperienziale è prezioso in quanto non solo migliora la comprensione delle dinamiche aziendali, ma infonde anche un senso di realizzazione e coinvolgimento della comunità.

Project partners



Bibliografia e sitografia

Abu-Saifan, A. (2012). Social entrepreneurship: Definition and boundaries. *Technology Innovation Management Review*, 22-27.

Anderson, A. (1998). Cultivating the Garden of Eden: Environmental entrepreneurs.

Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22.

Bacq, S., & Janssen, F. (2011). The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. *Entrepreneurship & Regional Development*, 373-403.

Ball, C., & Kittler, M. (2019). Removing environmental market failure through support mechanisms: Insights from green start-ups in the British, French, and German energy sectors. *Small Business Economics*, 52(4), 831-844.

Bloom, B. (1956). *Taxonomy of educational objectives: Book I: Cognitive domain*. New York: David McKay.

Bringle, R. G., & Hatcher, J. A. (1995). A service-learning curriculum for faculty. *Michigan Journal of Community Service-Learning*, 112-122.

Caffrey, E., Brady, L., Flynn, S., Higgins, J., McKenna, E. M., Newman, J., & Nolan, P. (2020). FoodCloud: Stimulating kindness towards making the world a fairer place – One step at a time. *International Review of Entrepreneurship*, 18(2), 279-306. (Teaching Note on pp. 307-336).

Dana, L.-P., & Vorobeva, E. (2021). Understanding the term “minority entrepreneurship”. In T. M. Cooney (Ed.), *The Palgrave handbook of minority entrepreneurship* (pp. 15-32). Palgrave Macmillan.

Demirel, P., Li, Q. C., Rentocchini, F., & Tamvada, J. P. (2019). Born to be green: New insights into the economics and management of green entrepreneurship. *Small Business Economics*, 52(4), 759-771.

Donovan, C. (2021). 5 financial challenges faced by entrepreneurs. *Financial Planning*.

Durak, H. (2021). A research to determine the problems faced by disabled individuals in their entrepreneurial activities (Unpublished master's thesis). Sakarya University Graduate School of Business Administration, Sakarya.

education.ufl.edu. (n.d.). *Teaching students to solve social problems*. Retrieved from <https://education.ufl.edu/behavior-management-resource-guide/2015/01/16/teaching-students-to-solve-social-problems/>

Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological Forecasting and Social Change*, 150, 119791.

Eroğlu, N., & Dündar, Ş. (2021). *Secondary education entrepreneurship textbook*. Ministry of National Education Publications, Textbook Series.

Project partners





- Fasci, M. A., & Valdez, J. (1998). A performance contrast of male- and female-owned small accounting practices. *Journal of Small Business Management*, 36(3), 1-7.
- Friedman, J. (1974; n.e. 2000). *Utopies réalisables*. Edition de l'éclat.
- Gadson, S. P. (2024, June 4). The power of role-play: Simulations in corporate training with Engageli. Retrieved from <https://www.engageli.com/blog/engaging-role-play-in-corporate-training-with-engageli>
- Güneş, E., & Şekerdil, R. (2021). An analysis of the status and progress of women entrepreneurs and managers in their entrepreneurial careers in Turkey. *Journal of Entrepreneurship and Development*, 16(1), 15-30.
- Güven, O. (2022). Research of financial economic and social studies. *Journal of Finance Economics and Social Research*, 7(2).
- IFC. (2016). *Climate investment opportunities in emerging markets*. International Finance Committee.
- Kiran, F., & Bozkurt Çetinkaya, Ö. (2020). The relationship between financial literacy, risk-taking tendency, and tolerance to uncertainty: A research on Western Mediterranean entrepreneurs. *Eskişehir Osmangazi University Faculty of Economics and Administrative Sciences Journal*, 15(3), 1203-1222.
- Labrianidis, L., Ferrao, J., Herdzina, K., Kalantaridis, C., Piasecki, B., & Smallbone, D. (2003). *The future of Europe's rural periphery*. Final report to the European Commission, 5th Framework Programme for Research, Technology, and Development Activities.
- Mair, J., & Marti, I. (2004). Social entrepreneurship: What are we talking about? A framework for future research (No. D/546). IESE Business School.
- Martínez-León, I., Olmedo-Cifuentes, I., & Nicolás-Martínez, C. (2019). Entrepreneurship of people with disabilities in Spain: Socioeconomic aspects. *Suma de negocios*, 10(SPE22), 42-50.
- McDougall, P. P., & Oviatt, B. M. (2000). International entrepreneurship: The intersection of two research paths. *Academy of Management Journal*, 43, 902-908.
- Michaelis, T. L., Carr, J. C., Scheaf, D. J., & Pollack, J. M. (2020). The frugal entrepreneur: A self-regulatory perspective of resourceful entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing*, 35(4), 105969.
- Nikolaou, I., Tasopoulou, K., & Tsagarakis, K. (2018). A typology of green entrepreneurs based on institutional and resource-based views. *The Journal of Entrepreneurship*, 27(1), 111-132.
- O'Donoghue, J. (n.d.). Designing for social change: A quick guide. Retrieved from <https://makeiterate.com/designing-for-social-change-a-quick-guide/>
- Parasuraman, S., & Simmers, C. A. (2001). Type of employment, work-family conflict and well-being: A comparative study. *Journal of Organizational Behavior*, 22(5), 551-568.

Project partners





Prashar, S., Vijay, T. S., & Parsad, C. (2018). Women entrepreneurship in India: A review of barriers and motivational factors. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 22(3), 206-219.

Preradovic, N. (2015). Service-learning. In M. Peters (Ed.), *Encyclopedia of educational philosophy and theory*. Springer.

Raghava, S. (2021). Strategy@Scope: Employee engagement—Key to client satisfaction. In *Basics of entrepreneurship* (Chapter 6, pp. 47-58). Sage.

Raimi, L. (2015). Discourse analysis of entrepreneurship definitions and theories: Implication for strengthening academic research. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 26(3), 368-388.

Ratten, V. (2010a). Developing a theory of sport-based entrepreneurship. *Journal of Management & Organization*, 16(4), 557-565.

Ratten, V. (2017). Gender entrepreneurship and global marketing. *Journal of Global Marketing*, 30(3), 114-121.

Ratten, V. (2022). Artisan entrepreneurship: An overview. In V. Ratten, P. Jones, V. Braga, & E. Parra-López (Eds.), *Artisan entrepreneurship* (pp. 1-12). Emerald Publishing Limited.

Ratten, V. (2022). Craft entrepreneurship: Future directions. In *Entrepreneurship in creative crafts* (pp. 101-116). Routledge.

Ratten, V. (2023). Entrepreneurship: Definitions, opportunities, challenges, and future directions. *Global Business and Organizational Excellence*, 42(5), 79-90. <https://doi.org/10.1002/joe.22217>

Schick, H., Marxen, S., & Freimann, J. (2002). Sustainability issues for start-up entrepreneurs. *Greener Management International*, 38(1), 59-70.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226. <https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>

Sharma, P., & Chrisman, J. J. (1999). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 11-28.

Sharma, Y. (2013). Women entrepreneur in India. *IOSR Journal of Business and Management*, 15(3), 9-14.

<https://www.niu.edu/citl/resources/guides/instructional-guide/classroom-debates.shtml>

Project partners

