



TOOLBOX

PER GLI IMPRENDITORI
DELL'ECONOMIA
SOCIALE E SOLIDALE



CREASSE



Co-funded by
the European Union

CREASSE.EU



INDICE



INTRODUZIONE	1
Finalità e ambito di applicazione del Toolbox per imprenditori dell'economia sociale e solidale (ESS)	2
A chi è rivolto questo Toolbox	3
Come utilizzare questo Toolbox	3
MODULO 1: COMPETENZE PERSONALI	5
Breve riassunto	5
Obiettivi del modulo	6
 Competenze personali e sociali / Contenuti didattici	8
Casi di studio e migliori pratiche	19
Esercizi interattivi	23
Esercizio di autovalutazione	25
Risorse aggiuntive e ulteriori letture	28
MODULO 2: COMPETENZE IMPRENDITORIALI	30
Breve riassunto	30
Obiettivi del modulo	31
Competenze imprenditoriali / Contenuti didattici	33
Casi di studio e migliori pratiche	36
Esercizi interattivi	43



Esercizio di autovalutazione	48
Risorse aggiuntive e ulteriori letture	50

MODULO 3: COMPETENZE VERDI

Breve riassunto	52
Obiettivi del modulo	52
Competenze verdi / Valorizzare la sostenibilità	54
Casi di studio e migliori pratiche	58
Competenze verdi / Pensiero sistemico	60
Casi di studio e migliori pratiche	63
Competenze verdi / Alfabetizzazione al futuro	65
Casi di studio e migliori pratiche	68
 Esercizi interattivi	70
Esercizio di autovalutazione	75
Risorse aggiuntive e ulteriori letture	77

MODULO 4: METODOLOGIE E STRUMENTI INNOVATIVI PER L'IMPRENDITORIA SOCIALE

Breve riassunto	79
Obiettivi del modulo	80
Competenze digitali / Imprenditoria sociale innovativa	80
Contenuti didattici	
Casi di studio e migliori pratiche	102
Esercizi interattivi	112

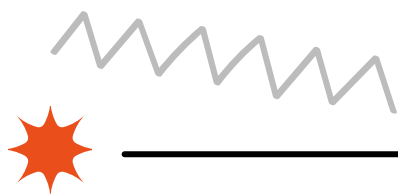


Esercizio di autovalutazione

114

Risorse aggiuntive e ulteriori letture

116



INTRODUZIONE

CREASSE (Creating and Reinforcing the Ecosystem for Aspiring Social and Solidarity Economy Entrepreneurs) è un progetto transnazionale finanziato nell'ambito del programma Erasmus+ KA220-ADU. Il suo obiettivo è quello di responsabilizzare le persone appartenenti a gruppi vulnerabili, in particolare quelle provenienti da contesti a basso reddito, i migranti, le donne e le persone appartenenti a comunità emarginate, affinché sviluppino competenze imprenditoriali, abbracciano l'innovazione sostenibile e partecipino in modo significativo all'economia sociale e solidale (ESS). Fornendo a questi gruppi gli strumenti, le competenze e le reti di sostegno adeguati, CREASSE promuove la coesione sociale, la crescita inclusiva e l'innovazione guidata dalla comunità.

Il progetto affronta sfide urgenti come l'esclusione sociale, la disoccupazione e la limitata partecipazione della comunità, rafforzando le capacità degli educatori degli adulti e dei facilitatori sociali di guidare iniziative economiche collettive e basate sulla comunità. Promuove un approccio dal basso, partecipativo e basato sull'empowerment, in stretta sintonia con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) delle Nazioni Unite.

CREASSE riunisce un consorzio eterogeneo di partner provenienti da Cipro, Spagna, Italia, Ungheria e Albania.

In pratica, fornisce una serie di risultati interconnessi progettati per promuovere lo sviluppo delle competenze e l'azione pratica, tra cui:

- Un **quadro delle competenze** che mappa le competenze necessarie per il successo nell'imprenditoria collettiva.
- Un **Toolbox del facilitatore** (il presente documento), che offre strumenti e attività di formazione strutturati.
- Un **manuale per i facilitatori**, che guida l'attuazione di workshop, mentoring e attività di coinvolgimento della comunità.

Finalità e ambito di applicazione del Toolbox per gli imprenditori dell'economia sociale e solidale (ESS):

Il Toolbox per gli imprenditori dell'ESS è stato sviluppato nell'ambito del Work Package 2 (WP2), che si concentra sulla mappatura delle competenze personali, imprenditoriali, ecologiche e sociali essenziali per avviare o sostenere un'iniziativa di economia sociale e solidale. Il Toolbox funge da risorsa fondamentale per lo sviluppo delle competenze del progetto CREASSE.

I suoi obiettivi sono:

- Sviluppare la consapevolezza di sé e l'autonomia nelle persone vulnerabili;
- Rafforzare le competenze imprenditoriali con uno scopo sociale;
- Promuovere un pensiero e pratiche responsabili dal punto di vista ambientale;
- Fornire ai partecipanti strumenti pratici e innovativi per lanciare iniziative SSE.

Ogni modulo combina un quadro teorico con strumenti pratici ed esempi reali per supportare percorsi di apprendimento individuali e collettivi.

A chi è rivolto questo Toolbox:

Questa risorsa è specificamente pensata per:

- Aspiranti imprenditori sociali provenienti da gruppi vulnerabili e sottorappresentati;
- Facilitatori sociali, formatori, educatori per adulti e mentori che sostengono l'imprenditoria guidata dalla comunità;
- Organizzazioni della società civile, leader di comunità e organizzazioni di base che mirano a rafforzare l'impatto sociale attraverso l'imprenditoria.

I materiali sono progettati per essere inclusivi, flessibili e adatti ad ambienti di apprendimento non formali, con o senza conoscenze preliminari in ambito commerciale.

Come utilizzare questo Toolbox:

Ciascuno dei quattro moduli del Toolbox è progettato per supportare sia l'apprendimento autonomo che i workshop facilitati. Ogni modulo include:

- Una serie chiaramente definita di competenze e risultati di apprendimento.
- Istruzioni dettagliate e attività per l'implementazione.
- Casi di studio e migliori pratiche da tutta Europa.
- Esercizi interattivi e attività di auto-riflessione.
- Risorse suggerite e quiz di autovalutazione.

Ogni modulo può essere utilizzato in modo indipendente o come parte di un corso strutturato, e gli studenti possono anche utilizzare i contenuti per lo studio autonomo, workshop comunitari o l'apprendimento tra pari.

Il Toolbox è anche un punto di partenza per le attività sviluppate nel Manuale CREASSE per facilitatori, a sostegno della più ampia missione CREASSE di rafforzare l'istruzione degli adulti e l'imprenditorialità inclusiva in tutta Europa.

MODULO 1: COMPETENZE PERSONALI



Breve riassunto

Questo modulo esplora l'importanza delle competenze personali nell'economia sociale e solidale (ESS), sottolineando come qualità quali la consapevolezza di sé, la fiducia in sé stessi e la leadership consentano all'imprenditore di avviare e gestire progetti che promuovono obiettivi sociali e comunitari. Queste competenze non solo favoriscono il successo imprenditoriale, ma promuovono anche la crescita personale e professionale, consentendo un lavoro significativo e orientato al valore. Il modulo è progettato per aiutare gli imprenditori a sviluppare competenze personali e sociali essenziali per navigare in ambienti in rapida evoluzione e spesso difficili. Enfatizza la gestione delle emozioni, il mantenimento della flessibilità, la comunicazione efficace e la collaborazione con gli altri.

Attraverso pratiche di consapevolezza, tecniche di gestione dello stress e auto-riflessione, l'imprenditore impara a mantenere la calma, la concentrazione e il controllo durante le situazioni difficili, identificando i fattori di stress e applicando strumenti per l'equilibrio mentale ed emotivo.

Inoltre, il modulo sviluppa la capacità dell'imprenditore di adattarsi e comunicare in contesti diversi o in evoluzione. Attività quali giochi di ruolo, sfide di gruppo ed esercizi di comunicazione rafforzano la loro capacità di gestire l'incertezza, collaborare superando le differenze e risolvere i problemi collettivamente. Al termine del modulo, l'imprenditore sarà in grado di gestire lo stress, accogliere il cambiamento e dimostrare resilienza e adattabilità nelle sfide del mondo reale.



Obiettivi del modulo

2.1 Obiettivo principale

Fornire agli imprenditori le conoscenze necessarie per sviluppare competenze personali e sociali essenziali, quali l'autocontrollo, la flessibilità, la comunicazione, la collaborazione e la leadership personale, necessarie per affrontare efficacemente le sfide e guidare iniziative nell'ambito dell'economia sociale e solidale (ESS).

2.2 Obiettivi secondari

- Comprendere l'importanza delle competenze personali nell'economia sociale e solidale (ESS): gli imprenditori impareranno come la conoscenza di sé, la fiducia in sé stessi e la leadership possano contribuire al successo dei progetti ESS.
- Imparare a gestire le emozioni e lo stress: le persone scopriranno cosa causa loro stress e utilizzeranno tecniche come la consapevolezza per mantenere la calma e la concentrazione. Queste competenze li aiuteranno a prendere decisioni migliori sotto pressione.

- Diventare più adattabili al cambiamento: gli imprenditori impareranno a gestire il cambiamento attraverso la riflessione. Questo li aiuterà a sentirsi più sicuri nelle situazioni nuove e quando gli obiettivi cambiano.
- Migliorare le capacità comunicative: gli individui acquisiranno conoscenze che li aiuteranno a parlare in modo chiaro, ad ascoltare bene e ad adattare il loro messaggio a persone diverse.
- Rafforzare il lavoro di squadra e la collaborazione: gli imprenditori lavoreranno in team misti per risolvere i problemi e raggiungere obiettivi condivisi. Costruiranno il rispetto, impareranno a risolvere i conflitti e comprenderanno diversi stili di lavoro.

2.3 Risultati dell'apprendimento

- Adattarsi alle nuove situazioni con sicurezza: riflettere su se stessi, accettare i feedback ed essere aperti a provare nuovi modi di fare le cose per gestire i cambiamenti nell'apprendimento, nel lavoro o nei contesti sociali.
- Gestisci lo stress e mantieni la concentrazione nelle situazioni difficili: usa la consapevolezza, la respirazione profonda e la gestione del tempo per mantenere la calma, controllare le emozioni e rimanere concentrato quando sei sotto pressione.
- Risolvi i problemi quando affronti delle sfide: guarda i problemi con un atteggiamento positivo, modifica i tuoi piani quando necessario e collabora con gli altri per trovare soluzioni flessibili.

Le competenze personali e sociali sono un insieme di abilità, conoscenze e atteggiamenti che aiutano le persone ad agire in modo indipendente, ad assumersi responsabilità e ad adattarsi a situazioni diverse e mutevoli.

Si basano sull'idea di "imparare ad essere", ovvero il processo continuo di comprensione di sé stessi, definizione dei propri valori e ricerca di uno scopo. Ciò implica prendere decisioni giuste, affrontare le sfide in modo positivo e costruire relazioni solide. La tua crescita è influenzata anche dal tuo ambiente sociale e culturale, compresi i ruoli che ricopri e le persone che ti circondano.

Essere personalmente competenti significa imparare continuamente, riflettere sulle proprie azioni e crescere con onestà e motivazione. La competenza sociale è strettamente correlata e si concentra sul lavorare bene con gli altri, rispettare le differenze, evitare pregiudizi e contribuire positivamente alla propria comunità. Mostra il nostro naturale bisogno di entrare in contatto con gli altri e la nostra capacità di comunicare e cooperare in modo efficace.

Alcune competenze personali e sociali fondamentali includono:

3.1 Competenza personale

3.1.1 Autoregolazione: *Consapevolezza e gestione delle emozioni, dei pensieri e dei comportamenti.*

L'autoregolazione è la capacità di gestire i propri pensieri, emozioni e azioni scegliendo come rispondere, invece di reagire senza pensare.

Si tratta di un processo graduale che comprende la definizione degli obiettivi, il controllo dei progressi e l'apporto di modifiche per rimanere sulla strada giusta.

Questa abilità aiuta le persone a controllare i propri impulsi senza ignorarli. Richiede pratica ed energia mentale e può essere più difficile da utilizzare quando si è stressati. Credere nella propria capacità di mantenere il controllo aumenta la probabilità di ricorrere all'autoregolazione e aiuta a sentirsi padroni delle proprie azioni e dell'ambiente circostante.

L'autoregolazione è particolarmente importante per gli imprenditori perché sostiene la crescita personale, li aiuta a riprendersi dalle battute d'arresto e a rimanere concentrati sui propri obiettivi. Consente loro di gestire lo stress, rimanere motivati e prendere decisioni ponderate, anche in situazioni incerte o di forte pressione. L'imprenditorialità si basa anche sulla fiducia in se stessi e sulla convinzione nella propria capacità di avere successo, entrambe rafforzate da forti capacità di autoregolazione.

Tre fattori principali contribuiscono a un'autocontrollo efficace:

- Essere consapevoli delle proprie emozioni, pensieri, valori e azioni aiuta a notare e controllare le reazioni indesiderate.
- Comprendere e gestire i propri sentimenti e pensieri, specialmente durante i periodi di stress, può migliorare le prestazioni in tutti gli ambiti della vita.
- Sviluppare una mentalità positiva, fiducia in se stessi e un chiaro senso di scopo aiuta a rimanere motivati e a continuare a crescere nel tempo.

La forza dell'autocontrollo varia da individuo a individuo, ma può essere rafforzata con la pratica.

Per sviluppare l'autocontrollo, gli individui possono utilizzare strumenti semplici e pratici che migliorano la consapevolezza emotiva e mentale:

1. Scrivere un diario e praticare la scrittura riflessiva ti aiutano a individuare schemi ricorrenti nei tuoi pensieri e nelle tue emozioni. Scrivi come ti senti, cosa ha scatenato quella sensazione e come hai reagito.
 - *Strumento:* App di journaling Day One o un semplice quaderno.
2. Il monitoraggio dell'umore e le ruote delle emozioni ti aiutano a riconoscere e dare un nome ai tuoi sentimenti. Questo sviluppa la comprensione emotiva e ti aiuta a rispondere invece che reagire.
3. Le pratiche di consapevolezza, come la scansione del corpo, insegnano a rimanere presenti e a notare i primi segni di stress o reazioni impulsive.
 - *Tecnica:* Meditazione di scansione corporea (Audio Guida)

Per gestire lo stress e migliorare la tua risposta:

1. Gli esercizi di respirazione e il rilassamento muscolare progressivo aiutano a calmare il corpo e a ridurre l'ansia.
 - *Tecnica:* Guida alla respirazione quadrata | Rilassamento muscolare progressivo (YouTube)
2. Strumenti cognitivo-comportamentali come:
 - Interruzione dei pensieri (dire mentalmente "stop" quando sorgono pensieri inutili),
 - Riformulazione dei pensieri negativi in pensieri più equilibrati,
 - Dialogo interiore positivo per rafforzare la fiducia in se stessi.
- *Strumento:* Registro dei pensieri CBT App

Per rimanere concentrato e coerente nelle tue azioni:

1. Utilizza obiettivi SMART (Specifici, Misurabili, Raggiungibili, Rilevanti, Limitati nel tempo) per pianificare e monitorare i progressi.

Per rimanere motivati e crescere nel tempo:

Sviluppa la resilienza:

- riflettendo su come hai superato le sfide passate,
 - visualizzando il successo,
 - concentrandoti sui tuoi punti di forza.
 - Aumenta l'autoefficacia:
 - fissando obiettivi piccoli e raggiungibili,
 - ottenendo incoraggiamento dai colleghi,
 - utilizzando affermazioni quotidiane.
-
- *Strumento:* I Am – App di affermazioni quotidiane

L'uso regolare di questi strumenti può aiutarti a mantenere la calma, la concentrazione e la fiducia in te stesso, soprattutto quando devi affrontare situazioni stressanti, cambiamenti o sfide.

3.1.2 Flessibilità: *Capacità di gestire i cambiamenti, l'incertezza e di affrontare le sfide.*

Flessibilità significa essere in grado di adattarsi al cambiamento, gestire l'incertezza e agire anche senza avere tutte le risposte. È una competenza fondamentale nel mondo in rapida evoluzione di oggi ed è molto apprezzata dai datori di lavoro. Implica la gestione delle emozioni, la capacità di prendere decisioni in situazioni poco chiare e l'apertura alle nuove idee.

Nell'imprenditoria, la flessibilità è particolarmente importante. Gli imprenditori spesso devono affrontare sfide e cambiamenti imprevisti. Essere flessibili li aiuta ad adeguare i propri piani, provare nuove idee, imparare dagli errori e continuare ad andare avanti. Inoltre, favorisce la creatività e la risoluzione dei problemi, aspetti essenziali per costruire e far crescere un'impresa.

La flessibilità dipende da alcuni fattori chiave:

- Essere disposti a cambiare idea o comportamento quando si ottengono nuove informazioni. Ciò significa essere curiosi e capaci di comprendere punti di vista diversi.
- Essere aperti a nuove idee, metodi e strumenti quando le situazioni cambiano ed essere in grado di gestire l'incertezza.
- Essere in grado di passare dai ruoli personali a quelli sociali e lavorativi facendo scelte ponderate, fissando obiettivi e imparando continuamente, in modo da essere sempre pronti e prendere l'iniziativa.

Lo sviluppo della flessibilità inizia con la costruzione del pensiero critico e dell'apertura alle nuove idee. Alcuni strumenti e tecniche efficaci includono:

1. Pensiero critico e rivalutazione delle prospettive

- Dibattito strutturato – Esercitarsi a difendere e contestare diversi punti di vista per rafforzare la comprensione e l'adattabilità.
- Domande riflessive – Chiedere “perché”, “cosa succederebbe se” e “in che altro modo” per rivalutare le opinioni e incoraggiare un pensiero più profondo.
- Modelli decisionali – Utilizzare strumenti come l'analisi SWOT, elenchi di pro e contro o i Sei Cappelli Pensanti per **12** fare scelte ben informate e considerare alternative.

- 2. Tecniche per accogliere il cambiamento e l'incertezza
- Pianificazione degli scenari: immaginare diverse situazioni future per prepararsi a cambiamenti imprevisti.
- Sperimentazione rapida: testare rapidamente idee su piccola scala per imparare e adattarsi con un rischio minimo.
- Routine di riflessione: stabilire un momento per effettuare regolarmente un'autovalutazione o tenere un diario per valutare cosa funziona e cosa deve essere modificato.

Strumento: Futures Platform – Per visualizzare e pianificare diversi scenari futuri.

3. Gestione delle transizioni e adattabilità a lungo termine
- Mappatura della vita – Creare una linea temporale visiva degli eventi passati e futuri della propria vita per comprenderne gli schemi e stabilire una direzione.
 - Piani di apprendimento personali (PLP) – Stabilire obiettivi di apprendimento, identificare le risorse e monitorare i progressi per sviluppare nuove competenze nel tempo.
 - Definizione di obiettivi SMART – Suddividere i grandi cambiamenti in passaggi chiari e realizzabili che siano specifici, misurabili, raggiungibili, rilevanti e limitati nel tempo.

Strumento: Habitica – Imposta e monitora obiettivi SMART con formati gamificati o strutturati.

Utilizzando questi strumenti in modo coerente, le persone possono gestire meglio il cambiamento, mantenersi preparate dal punto di vista mentale ed emotivo e prosperare in ambienti personali e professionali in rapida evoluzione.

Una comunicazione efficace significa utilizzare le strategie e gli strumenti giusti, a seconda delle persone, dell'argomento e della situazione. Comprende elementi chiave come il mittente, il messaggio, il destinatario, il contesto e il canale utilizzato (come il parlato, lo scritto o le piattaforme online). Ogni azione in una conversazione trasmette un messaggio, quindi una buona comunicazione dipende dalla chiarezza e dall'adeguatezza.

Gli strumenti digitali hanno cambiato il modo in cui comunichiamo. Se da un lato consentono una condivisione rapida e facile, dall'altro possono anche causare incomprensioni, ridurre il legame emotivo e portare a problemi come il cyberbullismo. Ciò rende molto importanti le competenze di comunicazione digitale. Queste includono sapere come navigare in sicurezza online, proteggere le proprie informazioni personali, comportarsi in modo responsabile e adattare i propri messaggi a diversi tipi di pubblico e piattaforme.

La competenza comunicativa comprende tre aree principali:

- Adattarsi al contesto e al pubblico: scegliere il linguaggio, il tono e gli strumenti adeguati a seconda dell'interlocutore, del rapporto che si ha con lui e dello scopo del messaggio.
- Comunicazione interculturale e professionale: essere rispettosi e consapevoli delle differenze culturali e professionali nelle conversazioni.
- Partecipazione attiva e rispettosa: ascoltare attentamente, parlare in modo chiaro e sicuro e interagire con gli altri in modo equilibrato e rispettoso.

Una comunicazione efficace inizia con la comprensione del contesto e del pubblico. Ciò comporta la selezione delle strategie, del tono e degli strumenti più adatti in base alle persone con cui si comunica, al rapporto che si ha con loro, all'obiettivo del messaggio e al mezzo utilizzato (ad esempio di persona, e-mail o social media). Le tecniche pratiche includono:

- Esercitati con scenari reali come colloqui, riunioni di gruppo o telefonate con i clienti per imparare a modulare il tono e l'approccio.
- Utilizza modelli o strumenti (es. Persona Creator) per identificare le caratteristiche principali del tuo pubblico e adattare il tuo messaggio di conseguenza.
- Impara a utilizzare in modo efficace strumenti come Zoom o Microsoft Teams, a seconda del mezzo e del messaggio.

Nell'ambito delle tecniche di comunicazione, l'interazione interculturale e specifica di un determinato settore si riferisce a una comunicazione efficace in contesti culturali e professionali diversi. Richiede empatia, apertura mentale e consapevolezza dei diversi valori, norme e stili di comunicazione. Queste competenze possono essere sviluppate attraverso:

- Partecipare a sessioni di formazione incentrate sulla sensibilità culturale e sulle norme globali sul posto di lavoro.
- Utilizza app come Duolingo o Memrise per imparare il vocabolario pertinente al proprio settore (ad esempio, medico, legale, tecnico).
- Analizzare interazioni professionali reali o simulate per esplorare una comunicazione efficace e rispettosa in vari ambiti.

Infine, un impegno attivo e rispettoso implica un ascolto attento, un'espressione chiara e sicura e il mantenimento di un dialogo equilibrato e rispettoso. Per raggiungere questo obiettivo, l'imprenditore dovrebbe:

- Esercitati a parafrasare o riassumere ciò che qualcuno ha detto per assicurarti di aver compreso bene.
- Organizza sessioni in piccoli gruppi in cui i partecipanti danno e ricevono feedback costruttivi utilizzando linee guida chiare.
- Partecipa ai workshop o utilizza strumenti come il Centre for Nonviolent Communication per imparare a esprimere bisogni e opinioni con sicurezza senza essere aggressivi.

Utilizzando questi strumenti e tecniche pratici, le persone possono diventare comunicatori più abili e flessibili in contesti diversi, sia di persona, sia in contesti interculturali, sia in ambienti digitali. Fatemi sapere se desiderate che questo documento venga trasformato in una guida stampabile o in una presentazione!

3.2.2 Collaborazione: *Impegno nelle attività di gruppo, lavoro di squadra, riconoscimento e rispetto degli altri*

Una collaborazione efficace dipende dalla capacità delle persone di lavorare insieme in modo solidale, valorizzando il contributo di ciascuno. Quando gli individui riescono a bilanciare i propri obiettivi con il rispetto per gli altri, sono più capaci di cooperare, trovare compromessi e elaborare soluzioni creative. Senza il lavoro di squadra, le decisioni basate esclusivamente sull'interesse personale possono portare a risultati peggiori per tutti nel lungo periodo. Oggi gli strumenti digitali rendono la collaborazione più facile che mai, ma abbiamo bisogno di strategie chiare per utilizzarli al meglio.

La collaborazione coinvolge tre aree chiave:

- Valorizzare la diversità e lavorare per il bene comune: ciò significa apprezzare background, credenze ed esperienze diverse, unendo gli sforzi per raggiungere obiettivi condivisi.
- Costruire relazioni improntate al rispetto e alla fiducia: ciò significa trattare tutti con dignità ed equità e gestire i conflitti attraverso discussioni sincere e comprensione reciproca.
- Condivisione delle responsabilità e sfruttamento dei punti di forza del gruppo: ciò comporta una divisione equa dei compiti, la promozione di punti di vista diversi e l'adozione di un approccio basato sul lavoro di squadra per risolvere i problemi in modo più efficace.

Una collaborazione efficace nel mondo interconnesso di oggi inizia con il valorizzare la diversità e lavorare per un obiettivo comune. Significa rispettare culture, credenze ed esperienze di vita diverse, costruendo insieme qualcosa di significativo, che può essere realizzato attraverso:

1. Promuovere l'apertura, l'inclusività e il lavoro di squadra in contesti diversi attraverso:
 - Imparare a comunicare tra culture diverse.
 - Risolvere i compiti come una squadra, concentrandosi su obiettivi condivisi.
2. Promuovere dignità, equità e comprensione gestendo i conflitti in modo costruttivo.
 - Attenzione focalizzata e parafrasi di ciò che dicono gli altri.
 - Esprimere i propri bisogni con rispetto e ascoltare con empatia ([CNVC.org](https://www.cnvc.org)).
 - Esercitati con scenari reali per sviluppare capacità di negoziazione e comprensione.

3. Assicurarsi che il lavoro sia equamente distribuito, che tutti contribuiscano e che sia incoraggiato il pensiero di gruppo.
- Utilizza piattaforme come Miro, Trello, o Notion per progettare insieme compiti e tempistiche.
- Strumenti come Slack o Microsoft Teams per una comunicazione chiara e continua all'interno del team.
- Controlli regolari per migliorare il lavoro di squadra e adeguare le strategie.
- Tutti contribuiscono con idee e decisioni, rafforzando il senso di appartenenza condiviso.

Questi strumenti e queste pratiche aiutano i team a lavorare in modo più efficace, a rispettarci reciprocamente e a costruire una collaborazione sostenibile sia in contesti faccia a faccia che digitali. Fatemi sapere se desiderate ricevere una bozza del workshop o una versione della checklist.

3.3 Leadership personale

L'autodisciplina, la flessibilità, la comunicazione e la collaborazione sono pilastri essenziali della leadership personale di un imprenditore, che gli consentono di affrontare le incertezze e le esigenze legate alla creazione e al mantenimento di un'impresa. L'autodisciplina favorisce la disciplina e il controllo emotivo, aiutando gli imprenditori a rimanere concentrati e resilienti sotto pressione. La flessibilità consente loro di adattarsi rapidamente alle mutevoli condizioni di mercato e alle esigenze dei clienti, apportando cambiamenti strategici quando necessario. Una comunicazione efficace garantisce che la loro visione sia chiaramente articolata agli stakeholder, ispirando fiducia e allineamento, mentre la collaborazione promuove lo scambio di idee e risorse, rafforzando le dinamiche di squadra e favorendo l'innovazione. Insieme, queste qualità consentono agli imprenditori di guidare con chiarezza, fiducia e agilità.



Casi di studio e migliori pratiche

4.1 Caso studio uno: Riorganizzazione SEC

Nel caso di SEC, una società di consulenza ingegneristica scandinava in rapida crescita grazie a fusioni e acquisizioni, sono emerse sfide significative nell'integrazione di culture organizzative e pratiche lavorative diverse. L'azienda ha avviato un progetto collaborativo denominato "integrazione culturale accelerata", riconoscendo che gli strumenti di gestione tradizionali erano insufficienti per affrontare divisioni culturali profondamente radicate. Competenze personali quali autoconsapevolezza, adattabilità e pensiero riflessivo sono state fondamentali per i dipendenti nel gestire le tensioni tra modelli di lavoro monodisciplinari e transdisciplinari. Attraverso riflessioni guidate su dilemmi lavorativi reali e la creazione di "storie di apprendimento", gli individui sono stati incoraggiati a valutare il proprio processo decisionale, ad adattarsi a nuovi ruoli e a contribuire a una comprensione condivisa dell'identità e dello scopo all'interno della nuova organizzazione.

Le competenze sociali hanno svolto un ruolo centrale nel processo di integrazione. SEC ha promosso la collaborazione e il rispetto reciproco attraverso riunioni strutturate, in cui il top management e il personale addetto al progetto hanno instaurato un dialogo aperto tra i vari livelli gerarchici e reparti. Questi rituali di scambio hanno fornito una piattaforma per l'ascolto attivo, la risoluzione dei conflitti e la comunicazione interculturale, competenze essenziali per l'apprendimento collettivo e la coesione del team.

4.2 Caso Studio Due: Green Action – Rivitalizzare la gestione dei rifiuti in Bosnia-Erzegovina

Green Action, un'impresa sociale con sede a Tuzla, in Bosnia-Erzegovina, è stata fondata per affrontare due questioni locali urgenti: la disoccupazione giovanile e la gestione inefficace dei rifiuti. Composta da giovani professionisti e attivisti, l'organizzazione mirava a creare occupazione per i gruppi emarginati, in particolare i giovani rom, promuovendo al contempo la sostenibilità ambientale attraverso iniziative di riciclaggio. Le prime sfide includevano tensioni culturali tra i membri del team di diversa provenienza etnica, mancanza di esperienza operativa e resistenza da parte delle autorità locali, scettiche nei confronti del modello di business senza scopo di lucro. Questi ostacoli minacciavano la stabilità e la crescita dell'impresa.

La svolta è arrivata quando Green Action ha investito nello sviluppo delle competenze personali e sociali del proprio team. Attraverso sessioni di riflessione strutturate, i membri hanno sviluppato capacità di autoregolazione e resilienza per gestire lo stress e le difficoltà. L'adattabilità è stata favorita dal cambiamento dei modelli di servizio sulla base del feedback della comunità. Le competenze sociali, tra cui l'empatia e la comunicazione interculturale, sono state rafforzate attraverso i "Story Circles", che hanno contribuito a colmare le divisioni culturali. L'adozione di un approccio di leadership condivisa ha consentito un processo decisionale collaborativo e ha rafforzato la coesione del team. Queste competenze non solo hanno aiutato il team a navigare dinamiche sociali complesse e dilemmi etici, ma hanno anche gettato le basi per partnership a lungo termine, creazione di posti di lavoro e una reputazione rispettata in tutti i Balcani occidentali.

4.3 Migliore Pratica uno: Costruire la fiducia nella comunità attraverso l'empatia e la comunicazione interculturale

Un'impresa sociale guidata da donne nella Macedonia del Nord (Empowering rural women through creating small sustainable businesses) si è prefissata l'obiettivo di emancipare le donne delle zone rurali attraverso la produzione e la vendita di alimenti tradizionali. Tuttavia, le fondatrici hanno incontrato la resistenza delle famiglie locali a causa delle norme culturali che scoraggiano il lavoro delle donne fuori casa.

L'imprenditrice ha utilizzato l'ascolto attivo e l'empatia per coinvolgere direttamente gli anziani e le famiglie della comunità. Invece di imporre un piano aziendale, ha organizzato serate di narrazione in cui le donne hanno condiviso esperienze personali e speranze per il futuro dei propri figli. Ciò ha creato un legame emotivo e rispetto culturale.

La partecipazione è triplicata in sei mesi e l'azienda è cresciuta fino a diventare una cooperativa che esporta specialità regionali. Questo successo è stato possibile grazie alla competenza sociale dell'imprenditrice, che ha saputo comprendere e valorizzare le dinamiche della comunità guidandola con sensibilità.

4.4 Migliore Pratica due: Affrontare l'incertezza con l'autoregolazione e la resilienza

Una giovane startup di moda ecologica in Serbia, focalizzata sul riciclo creativo dei rifiuti tessili, ha perso il suo principale fornitore e ha dovuto affrontare una carenza di fondi durante il suo primo anno di attività. Invece di farsi prendere dal panico o chiudere l'attività, il fondatore ha fatto ricorso all'autodisciplina e alla capacità di adattamento avviando una strategia di "reset di 72 ore": il team ha sospeso brevemente le operazioni per analizzare le emozioni, valutare opzioni realistiche e riflettere con calma su alternative possibili. L'imprenditore ha anche contattato alcuni mentori per ottenere feedback e sostegno morale.

Hanno scoperto una nuova catena di approvvigionamento collaborando con una cooperativa di cucito di rifugiati nelle vicinanze. La crisi temporanea è diventata un momento di crescita che si è allineato più strettamente alla loro missione. La competenza personale del fondatore, che è rimasto emotivamente equilibrato e flessibile, ha trasformato un fallimento in innovazione e ha rafforzato la resilienza a lungo termine, e una governance inclusiva.

Autoregolamentazione

- Descrivi una situazione difficile che hai affrontato questa settimana. Come hai reagito e cosa potresti provare a fare in modo diverso la prossima volta?

Flessibilità

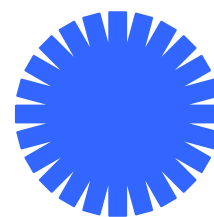
- Simulazione di scenario - Presentare una situazione reale (ad esempio, un evento annullato, un guasto tecnico). I team devono sviluppare un piano di riserva e spiegare perché funzionerebbe.
- Mappatura della transizione di vita - Gli individui creano una linea temporale visiva di una transizione personale o professionale (ad esempio, trasferimento in un'altra città, cambio di scuola). Identificano le emozioni, le sfide e le strategie di coping utilizzate.

**Comunicazione**

- Esercitarsi a descrivere un progetto, un'idea o se stessi in 30 secondi a diversi tipi di pubblico (ad esempio, un amico rispetto a una commissione formale). Feedback tra pari: cosa ha funzionato bene? Cosa potrebbe essere più chiaro?

- I partecipanti portano una breve storia o frase tratta dal proprio background culturale e ne spiegano il significato, esercitandosi nella comunicazione interculturale.
- In gruppi di 3: uno parla, uno ascolta in silenzio e uno osserva. I ruoli ruotano e gli osservatori danno un feedback sul comportamento di ascolto (contatto visivo, parafrasi, linguaggio del corpo). Cosa si è imparato sulle abitudini di comunicazione personali?

Collaborazione



- Ai team viene chiesto di costruire una struttura (ad esempio con i LEGO o con la carta), ma devono portare a termine il compito senza parlare, sviluppando così la coordinazione non verbale e la fiducia reciproca. Come vi siete sentiti? Quali strategie sono emerse senza l'uso delle parole?
- Prima di iniziare un compito di squadra, i singoli individui creano insieme una "Carta della squadra" che delinea i comportamenti, i valori e i modi concordati per gestire i conflitti. Dopo aver completato un compito di gruppo, la squadra riflette non solo sul risultato, ma anche su come ha lavorato insieme. Come sono stati gestiti i conflitti e quali comportamenti hanno contribuito al successo?





Esercizio di autovalutazione

Istruzioni:

Valutati su ciascuna affermazione utilizzando la seguente scala:

1 = Raramente

Spesso reagisco in modo impulsivo e faccio fatica a gestire le mie emozioni nelle situazioni di conflitto. Potrei chiudermi in me stesso o aumentare la tensione.

2 = A volte

Cerco di mantenere la calma, ma posso comunque essere visibilmente turbato. A volte ho bisogno di aiuto per risolvere il conflitto in modo costruttivo.

3 = Spesso

Di solito mantengo la calma e cerco di comprendere il punto di vista degli altri. Mi impegno attivamente per trovare una soluzione e controllare me stesso.

4 = Sempre

Rimango sempre calmo, utilizzo tecniche di autoconsapevolezza e contribuisco a placare i conflitti in modo rispettoso e costruttivo.

Dopo aver completato l'esercizio, rifletti sulle aree in cui hai ottenuto un punteggio più basso e valuta come potresti rafforzare tali competenze nel contesto delle iniziative sociali e di solidarietà.

Autoregolazione: consapevolezza e gestione delle emozioni, dei pensieri e dei comportamenti

- Gestisco le mie reazioni emotive quando mi trovo di fronte a disaccordi all'interno del team.
- Mi pongo obiettivi personali in linea con la missione e i valori dei progetti sociali o comunitari.
- Rimango concentrato e motivato, anche quando i compiti diventano ripetitivi o i risultati sono incerti.

- Rifletto sui miei pensieri e sulle mie reazioni per migliorare le decisioni e le azioni future.
- Gestisco attivamente lo stress per rimanere costruttivo e orientato alle soluzioni nel lavoro di gruppo.
- **Flessibilità:** Gestire transizioni, incertezze e sfide
- Mi adatto bene ai cambiamenti nell'ambito del progetto, nei ruoli del team o nelle esigenze della comunità.
- Sono disposto a riconsiderare il mio approccio sulla base di nuove prove o dei contributi delle parti interessate.
- Sono in grado di prendere l'iniziativa e rimanere produttivo anche in situazioni ambigue o mutevoli.
- Rispondo in modo costruttivo alle sfide impreviste nelle iniziative sociali o economiche.
- Considero il cambiamento come un'opportunità di innovazione e apprendimento.

Comunicazione: Utilizzo di strategie e strumenti di comunicazione adeguati al contesto

- Adatto il mio linguaggio e il mio stile di comunicazione a seconda del mio pubblico (ad esempio volontari, finanziatori, beneficiari).
- Ascolto attivamente e cerco di comprendere i diversi punti di vista prima di rispondere.
- Comunico in modo chiaro e rispettoso sia di persona che in ambito digitale.
- Utilizzo strumenti digitali adeguati per coinvolgere e informare le parti interessate in un progetto.
- Sono consapevole delle differenze culturali e generazionali quando comunico con gli altri.

Collaborazione: Impegno nelle attività di gruppo e nel lavoro di squadra, riconoscendo e rispettando gli altri

- Contribuisco attivamente agli obiettivi comuni rispettando i ruoli e i contributi degli altri.
- Aiuto a creare consenso e a risolvere i disaccordi in modo costruttivo all'interno di un gruppo.
- Considero la diversità di background ed esperienze come una risorsa preziosa nei progetti collaborativi.
- Mi assumo la responsabilità dei miei compiti e mantengo gli impegni presi nei confronti del gruppo.
- Incoraggio gli altri a partecipare e a sentirsi inclusi negli sforzi collaborativi.

**Punteggio
totale per area
di competenza:**

Autoregolazione: ___ / 20

Flessibilità: ___ / 20

Comunicazione: ___ / 20

Collaborazione: ___ / 20

Riflessione:

- In quale area di competenza mi sento più forte? Perché?
- Quale area vorrei sviluppare ulteriormente?
- Quali azioni posso intraprendere per migliorare le mie competenze personali e sociali nel contesto della SSE?
- Come potrei aiutare gli altri a rafforzare le loro competenze nei progetti collaborativi?



Risorse aggiuntive e ulteriori letture

Report:

- UNESCO – Learning: The Treasure Within (Delors Report, 1996)

Enfatizza lo sviluppo umano olistico attraverso l'istruzione.

Archivio UNESCO

- OECD Learning Compass 2030

Definisce le competenze personali e sociali fondamentali, tra cui adattabilità, responsabilità e collaborazione.

OECD Learning Compass

Libri:

- **Daniel Goleman** – *Social Intelligence* (2006); Favorisce la comprensione delle competenze sociali attraverso la scienza.
- **Jennifer Garvey Berger** – *Simple Habits for Complex Times* (2016); Strategie pratiche per l'adattabilità, la riflessione e la crescita in contesti in evoluzione.

Catherine Nixey – *The School of Life: Emotional Education*;

Offre strumenti e approfondimenti per l'alfabetizzazione emotiva, la consapevolezza di sé e lo sviluppo degli obiettivi.

Toolkits:

- SALTO Youth – Competence Model for Youth Workers Working Internationally; Un modello pratico che delinea le competenze chiave, comprese le dimensioni personali e sociali.

SALTO Toolkit

- **Ashoka Changemaker Curriculum**; Promuove l'empatia, il lavoro di squadra, la leadership e la risoluzione dei problemi come elementi fondamentali dell'innovazione sociale.

Ashoka Framework

- **The School of Life YouTube Channel**; Maturità emotiva, consapevolezza di sé, comunicazione e sviluppo del carattere.

School of Life

MODULO 2: COMPETENZE IMPRENDITORIALE



Breve riassunto

Le competenze imprenditoriali sono essenziali per consentire agli individui e alle comunità di cogliere opportunità e idee che creano valore sociale, ambientale ed economico. Nel quadro dell'**economia sociale e solidale (ESS)**, queste competenze non riguardano solo l'avvio di imprese, ma anche la promozione del cambiamento, la collaborazione e la creazione di soluzioni inclusive e sostenibili alle sfide reali delle comunità.

Questo modulo mira a sviluppare le conoscenze, gli atteggiamenti e le competenze fondamentali di cui gli studenti adulti hanno bisogno per diventare contributori attivi delle loro comunità attraverso l'imprenditorialità. Si ispira al **quadro EntreComp**, adattandolo ai **valori collettivi, etici e partecipativi** dell'ESS.

In linea con gli obiettivi più ampi del progetto CREASSE, che mira a sviluppare le capacità degli educatori e dei facilitatori adulti che lavorano con gruppi vulnerabili, questo modulo sostiene la creazione di ambienti di apprendimento inclusivi in cui le persone possono acquisire fiducia, esplorare modelli collaborativi e costruire iniziative significative e socialmente orientate.

Il modulo è destinato agli **studenti** che lavorano in contesti comunitari, ONG, imprese sociali e centri di formazione. Comprende risultati di apprendimento, attività pratiche, esempi reali e strumenti di valutazione a supporto dei processi di apprendimento esperienziale e non formale.



Obiettivi del modulo

2.1 Obiettivo principale

Fornire agli aspiranti imprenditori sociali le competenze imprenditoriali fondamentali, che spaziano dall'iniziativa, alla pianificazione dei progetti, alla gestione dei rischi, alla collaborazione e alla mobilitazione delle risorse, necessarie per promuovere iniziative sostenibili e di grande impatto nell'ambito dell'economia sociale e solidale (ESS).

2.2 Obiettivi secondari

- Comprendere come le competenze imprenditoriali si applicano nel contesto dell'ESS e dell'innovazione sociale.
- Imparare a pianificare, realizzare e gestire iniziative imprenditoriali che creano valore sia sociale che economico.
- Rafforzare la capacità di adattarsi all'ambiguità, gestire i rischi e riprendersi dalle battute d'arresto.
- Migliorare la collaborazione di squadra, la risoluzione dei conflitti e le capacità di leadership per un'imprenditoria inclusiva.
- Acquisire conoscenze pratiche su finanziamenti, budgeting e modellizzazione del valore per iniziative sostenibili.

• **2.3 Risultati di apprendimento:**

- Sviluppare un piano d'azione di base per un progetto di impresa sociale.
- Organizzare in modo efficace compiti e risorse per avviare, pianificare e gestire i progetti.
- Spiegare in che modo le imprese sociali contribuiscono al raggiungimento degli SDG e progettare iniziative in linea con essi.
- Dimostrare capacità di leadership e identificare strategie per costruire e motivare team diversificati.
- Sviluppare indicatori misurabili per valutare l'impatto sociale e analizzare casi di studio per identificare le lezioni chiave apprese.





Competenze imprenditoriali / Contenuti didattici

Le competenze imprenditoriali sono un insieme di conoscenze, abilità e attitudini che consentono agli individui di identificare e cogliere le opportunità per creare valore per gli altri.

Nell'economia sociale e solidale (ESS), queste competenze aiutano gli imprenditori ad allineare l'impatto sociale con la sostenibilità e l'innovazione.

Questo modulo si basa sul **quadro EntreComp**

(Entrepreneurship Competence), sviluppato dalla

Commissione Europea e adattato per riflettere i valori dell'imprenditorialità collettiva e dell'innovazione sociale.

Le competenze sono raggruppate in tre aree interconnesse: **In azione, Risorse e Idee e opportunità**. Ciascun gruppo include le caratteristiche e le capacità essenziali necessarie per pianificare, adattare, collaborare e attuare iniziative significative e sostenibili in contesti comunitari reali.

3.1 In azione:

- **Prendere l'iniziativa:** la capacità di andare oltre i compiti di routine e cogliere le opportunità. Gli imprenditori che possiedono questa competenza identificano in modo proattivo i problemi e sviluppano soluzioni, agendo anche quando le risorse o le istruzioni sono limitate. Strumenti come l'Entrepreneurial Motivation Canvas e i principi Lean Startup incoraggiano un'azione rapida e sperimentale e un apprendimento riflessivo.

- **Pianificazione e gestione:** organizzare e dare priorità ai compiti in modo efficiente. Ciò include la definizione degli obiettivi, l'assegnazione delle risorse e il follow-up. Gli imprenditori utilizzano diagrammi di Gantt, obiettivi SMART e modelli di pianificazione dei progetti per garantire il progresso verso il raggiungimento dei risultati.
- **Affrontare l'ambiguità, l'incertezza e il rischio:** una competenza fondamentale nei contesti SSE. Gli imprenditori devono imparare a tollerare l'ambiguità, prendere decisioni con informazioni incomplete e gestire il rischio. La pianificazione di scenari, le matrici di rischio e gli strumenti di riflessione aiutano a sviluppare questa capacità.
- **Lavorare con gli altri e gestione dei conflitti:** Ciò comporta il team building, l'ascolto attivo e la risoluzione dei conflitti. Le tecniche includono giochi di ruolo, feedback tra pari e strutture per la creazione di consenso come lo strumento "Team Charter".
- **Imparare dall'esperienza:** la riflessione e il feedback sono fondamentali per la crescita imprenditoriale. Gli imprenditori migliorano documentando i fallimenti, adattando le strategie e partecipando a sessioni di revisione. Gli strumenti includono diari di apprendimento e modelli di analisi post mortem.
- **Consapevolezza di sé ed autoefficacia:** comprendere i propri punti di forza, le proprie debolezze e il proprio impatto. L'autoefficacia alimenta la fiducia e la perseveranza. I metodi includono affermazioni quotidiane, coaching tra pari e sistemi di feedback a 360 gradi.

3.2 Risorse

- **Motivazione e perseveranza:** esplorerete la motivazione intrinseca, firmerete obiettivi ambiziosi e utilizzerete strumenti per sviluppare la resilienza, come la scrittura di un diario e i feedback loop.
 - **Mobilitazione delle risorse e accesso ai finanziamenti:** mapperete e sfrutterete le risorse umane, finanziarie e fisiche. Le attività includono simulazioni di richiesta di sovvenzioni e pianificazione del crowdfunding.
 - **Alfabetizzazione finanziaria ed economica:** copre la definizione del budget, la previsione dei costi, le strategie di determinazione dei prezzi e gli indicatori di sostenibilità. Utilizzerai modelli di bilancio e modelli di flusso di cassa.
 - **Incoraggiare e ispirare i membri del team, le parti interessate e gli attori della comunità a collaborare verso una visione condivisa:** concentrati sull'influenzare e ispirare l'azione negli altri. Ti impegnerai in giochi di ruolo, mappatura delle parti interessate e costruzione di strategie di comunicazione.
-
- **3.3 Idee e opportunità**
 - **Individuare le opportunità:** analizzerete le esigenze della comunità, le lacune e le tendenze emergenti. Gli strumenti includono la mappatura dell'empatia e l'analisi dell'ambiente.
 - **Creatività:** metterete in pratica tecniche di brainstorming, mappatura mentale e pensiero laterale per ideare e risolvere i problemi.

- **Visione:** definirete le vostre dichiarazioni di visione personale e aziendale. Gli esercizi includono la pianificazione retrospettiva e la mappatura della teoria del cambiamento.
- **Valutazione delle idee:** Applicherete criteri per valutare la fattibilità, l'auspicabilità e l'impatto. Verranno utilizzati esercizi di sviluppo di pitch deck e valutazione tra pari.
- **Business Model Canvas:** Completerete un Social Business Model Canvas completo, che include la proposta di valore sociale, i segmenti di clientela e i canali.
- **Pensiero etico e sostenibile:** Questa competenza integra l'etica ambientale e sociale nel processo decisionale. Analizzerete i dilemmi etici e mapperete l'allineamento agli SDG.



Casi di studio e migliori pratiche

Questa sezione presenta esempi reali di imprese sociali e iniziative inclusive che dimostrano l'applicazione delle competenze imprenditoriali nella pratica. Questi casi di studio mettono in evidenza diverse strategie e innovazioni provenienti da tutta Europa, tra cui Cipro, Italia, Albania, Spagna e Ungheria.

Ogni esempio illustra come gli imprenditori trasformano le idee in azioni di grande impatto, mobilitando risorse, adattandosi all'incertezza e promuovendo uno sviluppo etico e sostenibile.

Questi modelli non sono solo una fonte di ispirazione, ma anche dei modelli pratici per studenti e formatori che vogliono sviluppare e mettere in atto iniziative socialmente consapevoli nei loro contesti.

4.1 Caso studio uno: *Anakyklos* - Cipro

Competenze dimostrate: Gestione dell'ambiguità, Pianificazione e gestione, Pensiero etico e sostenibile.

Anakyklos è un'organizzazione cipriota senza scopo di lucro che opera in varie comunità di Cipro per promuovere il riutilizzo, il riciclaggio e l'educazione ambientale. Le sue iniziative principali includono una rete di donazioni di abiti e mobili di seconda mano, un servizio di "riparazione e riutilizzo" e programmi di educazione alla sostenibilità nelle scuole.

L'organizzazione ha creato una struttura decentralizzata basata sul volontariato che consente un'ampia partecipazione civica.

Anakyklos collabora regolarmente con i comuni e le scuole per promuovere un cambiamento comportamentale. Il successo ottenuto nel superare le carenze di finanziamenti e le limitazioni delle infrastrutture pubbliche dimostra una forte capacità di adattamento e di mobilitazione delle risorse, oltre a una visione etica a lungo termine in linea con gli SDG.

Maggiori informazioni:

<https://anakyklos.com/>

4.2 Caso studio due: *RAIS Fundación (Now Hogar Sí)*

- Spagna

Competenze dimostrate: visione, capacità di mobilitare gli altri, consapevolezza di sé ed autoefficacia.

Hogar Sí (precedentemente RAIS Fundación) è un'organizzazione spagnola leader che lavora per porre fine al fenomeno dei senzatetto cronici attraverso un modello denominato "Housing First" (prima la casa). Il loro approccio dà priorità all'accesso immediato all'alloggio, senza richiedere una previa riabilitazione o conformità, e poi costruisce servizi di supporto su misura per tutti. Questo modello favorisce il reinserimento sociale e la stabilità a lungo termine.

L'organizzazione sviluppa anche partnership strategiche con le autorità locali, le agenzie immobiliari e gli assistenti sociali. Le metriche di valutazione trasparenti, l'uso di indicatori di impatto e il lavoro di advocacy di Hogar Sí l'hanno reso un modello di riferimento per l'imprenditoria inclusiva e basata sui diritti in Europa.

Maggiori informazioni:

<https://hogarsi.org/>

4.3 Caso studio tre: *Made In Carcere* - Italia

Competenze dimostrate: creatività, capacità di lavorare con gli altri, pensiero etico e sostenibile.

Made in Carcere è una cooperativa sociale fondata nel sud Italia che offre alle donne detenute ed ex detenute una formazione nel riciclaggio tessile e nella produzione di moda upcycling. Le donne creano borse, accessori e articoli per la casa utilizzando scarti tessili industriali, dando sia ai materiali che alle persone una "seconda possibilità". L'impresa fornisce competenze di vita, promuove la dignità attraverso il lavoro e favorisce la creazione di una comunità di scopo tra le popolazioni emarginate. La cooperativa commercializza i suoi prodotti sia a livello nazionale che internazionale e reinveste i ricavi in programmi di istruzione e reinserimento. Il suo approccio unisce creatività, inclusione sociale, sostenibilità e perseveranza, mettendo in evidenza il potere trasformativo dell'ESS.

Maggiori informazioni:

<https://www.madeincarcere.it/>

4.4 Caso studio quattro: *Yunus Social Business Balkans* – Albania

Competenze dimostrate: individuazione delle opportunità, pianificazione e gestione.

Yunus Social Business (YSB) Balkans sostiene la crescita delle imprese orientate all'impatto sociale attraverso attività di mentoring, finanziamenti iniziali e sviluppo dell'ecosistema. Un caso di particolare rilievo è quello di Gjrofarma, una cooperativa lattiero-casearia che è passata dall'essere un produttore in difficoltà a un'impresa sociale moderna e riconosciuta a livello regionale. Con il sostegno di YSB, ha adottato sistemi di controllo della qualità, migliorato il marchio e implementato una politica di commercio equo con gli agricoltori locali. I programmi di YSB Balkans includono anche bootcamp per imprese sociali, sostegno alle politiche e mappatura dell'ecosistema in Albania, dimostrando come le competenze imprenditoriali, in particolare la pianificazione strategica e la mobilitazione degli stakeholder, possano favorire uno sviluppo rurale inclusivo.

Maggiori informazioni:

<https://www.yunussb.com/>

4.5 Caso studio cinque: *Szimpla Farmers' Market* - Ungheria

Competenze dimostrate: iniziativa, apprendimento dall'esperienza, mobilitazione degli altri.

Szimpla Farmers' Market, ospitato settimanalmente dall'iconico centro culturale Szimpla Kert di Budapest, riunisce piccoli produttori e consumatori urbani in un ambiente vivace e solidale. Ogni domenica, agricoltori e artigiani locali vendono prodotti freschi e sostenibili, mentre musicisti e organizzazioni no profit interagiscono con il pubblico. I ricavi vengono reinvestiti in progetti comunitari e iniziative di solidarietà alimentare. Il mercato incoraggia il consumo responsabile, sostiene la microimprenditorialità e fornisce un modello replicabile per le economie circolari alimentate dalla comunità. Il suo successo è guidato dall'iniziativa dal basso, dalla governance partecipativa e dall'apprendimento continuo attraverso il feedback.

Maggiori informazioni:

<https://farmwell-h2020.eu/SID%20Projects/szimpla-farmerss-market/>

4.6 Caso studio sei: Too Good to Go – in tutta Europa

Competenze dimostrate: Individuazione delle opportunità, Pianificazione e gestione, Pensiero etico e sostenibile.

Too Good To Go è un'applicazione mobile fondata in Danimarca e attiva in oltre 15 paesi europei, tra cui Spagna e Italia. Mette in contatto i consumatori con le eccedenze alimentari di ristoranti, panetterie e supermercati a prezzi ridotti, combattendo direttamente lo spreco alimentare. La piattaforma dimostra il potere dell'innovazione digitale nell'affrontare le sfide di sostenibilità su larga scala. Unisce l'iniziativa imprenditoriale al consumo etico, utilizza stimoli comportamentali e coinvolge una rete in continua crescita di "Waste Warriors" (guerrieri dello spreco). Il modello di business freemium di Too Good To Go e le campagne di coinvolgimento della comunità mettono in evidenza il valore della semplicità, della visione e della scalabilità nell'imprenditoria sociale.

Maggiori informazioni:

<https://toogoodtogo.org/>

Attività 1: Sviluppa il tuo piano aziendale

Obiettivo: questa attività consente agli studenti di trasformare le loro idee di innovazione sociale in un piano aziendale strutturato e di facile comprensione utilizzando il metodo Lean Canvas. È particolarmente utile per gli aspiranti imprenditori SSE che desiderano visualizzare chiaramente il problema sociale che intendono risolvere, il valore che creeranno e come sostenere la loro iniziativa. Attraverso questo esercizio, gli studenti si eserciteranno ad articolare gli elementi chiave di un'idea imprenditoriale, quali i beneficiari, le soluzioni, le risorse e l'impatto desiderato. L'attività stimola il pensiero strategico, la pianificazione e un approccio olistico alla creazione di valore sociale.

Istruzioni:

1. Gli studenti scelgono una sfida sociale o ambientale che li appassiona.
2. Vengono guidati attraverso il modello Lean Canvas per definire:
 - Quale **problema sociale o comunitario** stai affrontando?
 - Chi sono i tuoi **beneficiari o utenti** target?
 - Qual è la tua **proposta di valore unica**?
 - Qual è la tua **soluzione** (prodotto, servizio o azione)?
 - Attraverso quali **canali** raggiungerai il tuo pubblico?
 - Quali sono le tue **fonti di reddito** (come sosterrai l'iniziativa)?



- Quali sono i costi principali?
 - Quali sono gli indicatori di impatto o i parametri di successo?
 - Qual è l'impatto sociale a lungo termine?
 - I facilitatori incoraggiano il feedback tra pari e l'iterazione:
3. Gli studenti presentano le loro tele in piccoli gruppi o all'intera classe. Incoraggiate un feedback costruttivo con semplici domande di riflessione:
- Il problema è stato articolato in modo chiaro?
 - L'idea è fattibile e ha un impatto sociale?
 - Gli utenti target e la proposta di valore sono allineati?

Strumenti: modello Lean Canvas (versioni cartacea o Miro/Canva/Strategyzer)

Competenze richieste: pianificazione e gestione, visione, individuazione delle opportunità, alfabetizzazione finanziaria.

Attività 2: Scenario di sfida - Presenta la tua idea ESS in 3 minuti

Obiettivo: questa attività aiuta gli studenti ad acquisire sicurezza e chiarezza nel presentare le loro idee di impresa sociale. Essere in grado di presentare un'idea è una competenza imprenditoriale essenziale, soprattutto nel campo dell'ESS, dove passione, scopo e valore sociale devono essere comunicati in modo persuasivo. Gli studenti si eserciteranno a sintetizzare gli elementi fondamentali della loro iniziativa, a rispondere alle sfide della vita reale e ad adattare il loro messaggio a diversi tipi di pubblico. Questa attività favorisce lo sviluppo della comunicazione, dell'adattabilità, del lavoro di squadra e del pensiero strategico.

Istruzioni:

1. Gli studenti preparano una presentazione concisa della loro idea imprenditoriale sviluppata nell'attività precedente. Introdurre il concetto di *"presentazione di 3 minuti"*, un discorso breve e persuasivo per suscitare interesse nel proprio progetto. Nel contesto dell'SSE, l'attenzione dovrebbe concentrarsi sulla missione sociale, sulla comunità target e sull'impatto collettivo.
2. Ogni presentazione dovrebbe affrontare: il problema, la soluzione, il gruppo target, l'impatto e il tipo di sostegno necessario. Ogni team prepara una presentazione utilizzando una struttura semplice:
 - Qual è il problema che stiamo risolvendo?
 - Qual è la nostra soluzione?
 - Chi ne beneficia?
 - Qual è la nostra missione e l'impatto previsto?
 - Di quale supporto o azione abbiamo bisogno?

Distribuisci un **Foglio di lavoro per la preparazione della presentazione** con questa scaletta e incoraggia i team ad assegnare i ruoli (ad esempio, relatore, cronometrista, segretario).

4. Si presentano davanti ai loro colleghi, simulando una situazione reale di investimento o di finanziamento collettivo:

In gruppo, gli studenti preparano la loro presentazione utilizzando il foglio di lavoro e gli strumenti disponibili (carta, diapositive, lavagna a fogli mobili, ecc.). Incoraggiate la creatività, ma mantenete l'attenzione sulla chiarezza e sul limite di tempo (3 minuti al massimo).

5. Aggiungi una sfida scenario per introdurre un colpo di scena distribuendo a ciascuna squadra una carta scenario, ad esempio:
 - Stai facendo una presentazione a un funzionario comunale: sottolinea l'impatto sulla comunità.

- A causa dei limiti di tempo, devi ridurre la tua presentazione a 1 minuto.
- Il tuo partner chiave ha appena abbandonato il progetto: come ti adegui alla situazione?
- Questo ti aiuta a sviluppare flessibilità e capacità di improvvisazione.

6. I colleghi forniscono un feedback strutturato utilizzando una scheda di valutazione o una lista di controllo (ad esempio chiarezza, fattibilità, impatto):

Utilizza moduli di feedback tra pari o mentori con domande guida:

- Il problema e la soluzione sono stati spiegati chiaramente?
- Il valore sociale è stato comunicato in modo efficace?
- La presentazione è stata coinvolgente e sicura?

Chiedete ai partecipanti di riflettere:

- Cosa ha reso questa attività impegnativa?
- Come vi siete sentiti sotto pressione?
- Quali competenze avete applicato o migliorato?

Strumenti: timer, checklist per la presentazione, registrazione video facoltativa per il feedback.

Competenze richieste: iniziativa, autoefficacia, comunicazione, pensiero etico e sostenibile.

Attività 3: Workshop sulla mappatura dei rischi e sulla pianificazione delle contingenze

Obiettivo: questa attività mira ad aiutare gli studenti ad anticipare i potenziali rischi – finanziari, operativi, sociali o ambientali – che potrebbero influire sulla loro iniziativa di ESS e a sviluppare strategie proattive per affrontarli.

La gestione del rischio è una competenza imprenditoriale fondamentale ed è particolarmente importante nell'economia sociale e solidale (ESS), dove le iniziative spesso si basano su risorse limitate e operano in contesti sociali dinamici.

Mappando visivamente i rischi e creando semplici piani di emergenza, gli studenti sviluppano competenze nella pianificazione, nel processo decisionale, nella resilienza e nella sostenibilità. Istruzioni:

1. Gli studenti riflettono sui potenziali rischi interni ed esterni:

Discutete categorie quali:

- **Rischi finanziari** (ad esempio, perdita di finanziamenti, entrate instabili)
- **Rischi operativi** (ad esempio, ritardi, turnover del personale)
- **Rischi sociali** (ad esempio, mancanza di sostegno da parte della comunità, disallineamento con le esigenze degli stakeholder)
- **Rischi ambientali** (ad esempio, catastrofi naturali, modifiche normative)
- Sottolinea che il **rischio non è sempre negativo**: se identificato tempestivamente, può guidare una pianificazione più intelligente.

2. In team, classificano i rischi utilizzando una matrice di rischio (probabilità vs. impatto).

2. Per i rischi ad alta priorità, redigono piani di emergenza (Piano B, strategia di comunicazione di crisi).

Una volta mappati i rischi, gli studenti selezionano i 2-3 **rischi prioritari** principali e creano un mini piano di gestione dei rischi per ciascuno di essi utilizzando le seguenti domande:

- Come possiamo ridurre la probabilità che ciò accada?
- Cosa possiamo fare se ciò dovesse accadere?
- Chi è responsabile del monitoraggio di questo rischio?

4. Ogni gruppo presenta i propri rischi principali e i propri piani d'azione. Incoraggiare domande e suggerimenti da parte dei colleghi.

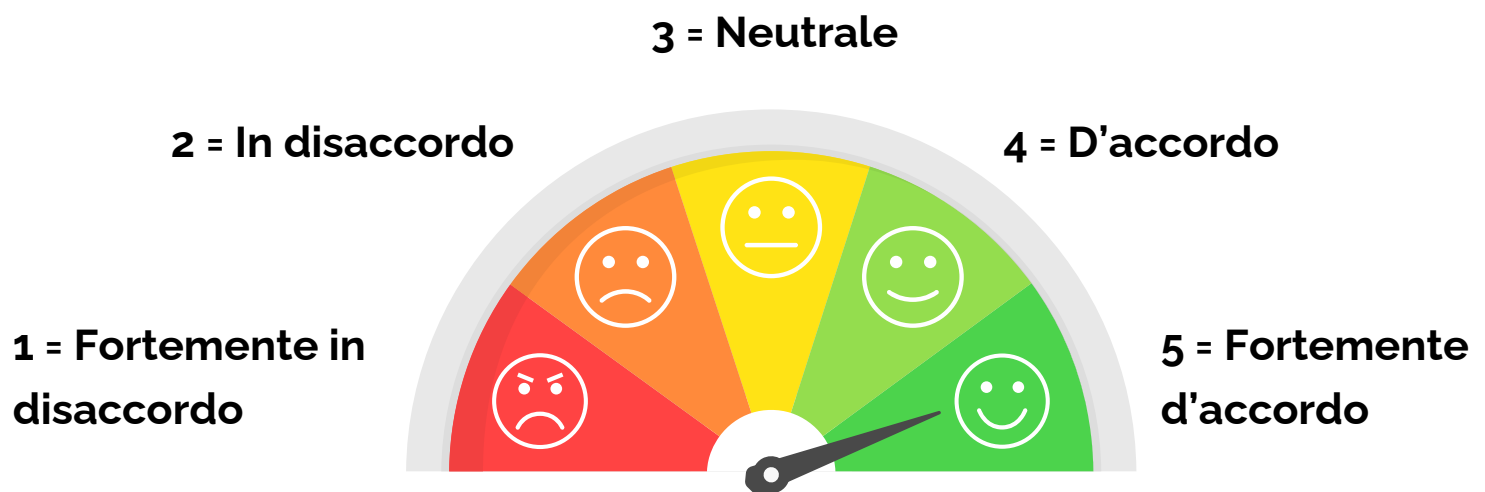
Strumenti: modello di matrice dei rischi, pennarelli colorati, lavagne a fogli mobili o lavagna Miro.

Competenze attese: gestione dell'ambiguità e del rischio, pianificazione e gestione.



Esercizio di autovalutazione

Istruzioni: Per ciascuna delle seguenti affermazioni, valuta te stesso da 1 a 5 in base a quanto è vero per te in questo momento.



- Sono in grado di individuare esigenze sociali o ambientali e immaginare nuove soluzioni.
- Sono in grado di creare un piano realistico per trasformare un'idea in un progetto o in un'impresa.
- Rimango motivato e persevero anche quando incontro ostacoli o incertezze.
- Sono sicuro di me nel presentare le mie idee in modo chiaro agli altri, anche in pubblico.

- Comprendo il valore del lavoro di squadra e sono in grado di gestire i conflitti di gruppo in modo costruttivo.
- So dove cercare le risorse (finanziamenti, persone, strumenti) necessarie per avviare un progetto.
- Quando prendo decisioni, tengo conto dell'impatto sociale e ambientale a lungo termine.
- Rifletto regolarmente su ciò che ho imparato e su come posso migliorare le mie azioni.

Guida alla valutazione:

- 35–40: Hai una forte mentalità imprenditoriale: valuta la possibilità di mettere in pratica le tue competenze in iniziative concrete!
- 25–34: Ti stai sviluppando bene: concentrati su aree specifiche come la resilienza o la pianificazione per migliorare.
- 15–24: È ora di fare più pratica! Valuta la possibilità di acquisire sicurezza ed esperienza attraverso il lavoro di squadra o microprogetti.
- Meno di 15: Non preoccuparti, le competenze imprenditoriali si possono apprendere passo dopo passo. Inizia in piccolo, rifletti e riprova.

Riflessione:

- Quale parte del modulo mi ha messo più alla prova e perché?
- In quale competenza imprenditoriale mi sento più sicuro? E in quale meno sicuro?
- Qual è l'obiettivo della mia impresa sociale ideale? Perché questo tema è importante per me?
- Qual è un'azione che intraprenderò nei prossimi 3 mesi per mettere in pratica ciò che ho imparato?
- Quali sono le 3 persone con cui potrei collaborare o da cui **49** potrei imparare per sviluppare la mia idea di progetto?



Risorse aggiuntive e ulteriori letture

EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework

Una guida completa alle competenze imprenditoriali utilizzata come base per questo modulo.

<https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1317&langId=en>

EntreComp Into Action – Get Inspired, Make It Happen

Un kit di strumenti pratici per l'utilizzo del quadro EntreComp in contesti educativi e formativi.

<https://op.europa.eu/en/home>

Social Enterprise Toolkit – School for Social Entrepreneurs (UK)

Una guida pratica per chi avvia e sviluppa un'impresa sociale, che include aspetti quali pianificazione, finanziamento e marketing.

<https://www.the-sse.org/>

SSE Academy: ILO Knowledge Hub

Formazione online gratuita e risorse informative sull'economia sociale e solidale (ESS).

<https://www.ilo.org/search?>

[search_api_fulltext=social+economy&sort_by=search_api_relevance&f%5B0%5D=language%3Aen](https://www.ilo.org/search?search_api_fulltext=social+economy&sort_by=search_api_relevance&f%5B0%5D=language%3Aen)

European Network of Social Integration Enterprises (ENSIE)

Informazioni, strumenti politici e storie di successo dell'imprenditoria inclusiva in Europa.

https://www.ensie.org_

SDG Compass – Global Guide for Business Action on the SDGs

Aiuta ad allineare il tuo modello di business o di progetto agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG).

<https://www.undp.org/ukraine/publications/sdg-compass-guide-business-action-sdgs>

CANVAS Business Model Generator (Free Tool)

Utilizza questo strumento online per visualizzare e strutturare la tua idea di social business.

<https://canvanizer.com>

SOPHIE Guide – EU-funded project on Social Enterprise in Adult Learning

Include programmi didattici e strumenti su misura per gli educatori adulti che lavorano nel campo dell'imprenditoria sociale.

<https://www.sophieproject.eu/resources>, <http://sophie-project.eu/pdf/conclusions.pdf>

Euclid Network, Knowledge Centre

Un centro di risorse per strumenti, opportunità di finanziamento e casi di studio relativi alle imprese sociali e alle organizzazioni orientate all'impatto sociale.

<https://knowledgecentre.euclidnetwork.eu/>

Social Impact Navigator (Bertelsmann Stiftung)

Un manuale dettagliato per misurare e gestire l'impatto sociale.

<https://www.phineo.org/en/social-impact-navigator>

MODULO 3: COMPETENZE VERDI



Breve riassunto

In questo modulo approfondirai il ruolo fondamentale delle **competenze verdi** nella comprensione e nel lancio di un'impresa dell'economia sociale e solidale (ESS). Acquisirai una comprensione completa di come le competenze verdi chiave, quali la **valorizzazione della sostenibilità, il pensiero sistemico** e **l'alfabetizzazione al futuro**, siano fondamentali per creare e garantire la redditività a lungo termine di un'impresa ESS sostenibile.



Obiettivi del modulo

Questo modulo specifico, basato sul **quadro GreenComp**, mira a fornirti le competenze ecologiche essenziali per l'economia sociale e solidale (ESS).

GreenComp è il quadro europeo delle competenze in materia di sostenibilità, sviluppato dalla Commissione europea. Si tratta di uno strumento concettuale fondamentale, progettato per definire le conoscenze, le abilità e gli atteggiamenti essenziali necessari per promuovere la sostenibilità ambientale e coltivare una "mentalità sostenibile".

Funge da riferimento comune per educatori, studenti e istituzioni coinvolti nell'apprendimento permanente, con l'obiettivo di integrare la sostenibilità nei programmi di istruzione e formazione in tutta l'Unione europea.

GreenComp organizza le competenze relative alla sostenibilità in quattro aree correlate, ciascuna delle quali comprende tre competenze specifiche, **per un totale di 12 competenze**.

Queste aree sono: **Incarnare i valori della sostenibilità**, che include valorizzare la sostenibilità, sostenere l'equità e promuovere la natura; **Accettare la complessità nella sostenibilità**, che copre il pensiero sistemico, il pensiero critico e l'inquadramento dei problemi; **Immaginare un futuro sostenibile**, che comprende la comprensione del futuro, l'adattabilità e il pensiero esplorativo; e infine, **Agire per la sostenibilità**, che si concentra sull'azione politica, l'azione collettiva e l'iniziativa individuale.

Trattandosi di un quadro ampio, in questo modulo ci concentreremo solo su tre competenze fondamentali delineate nel GreenComp: **valorizzazione della sostenibilità, pensiero sistemico e alfabetizzazione al futuro, che applicheremo al settore dell'ESS**.

Una volta completato con successo questo modulo, sarai in grado di:

- Esprimere i principi fondamentali della **valorizzazione della sostenibilità** e comprenderne l'applicazione nel contesto delle imprese SSE.
- Applicare il **pensiero sistemico** per analizzare diverse sfide di sostenibilità e identificare soluzioni interconnesse all'interno delle iniziative SSE.

- Facilitare e formare gli imprenditori dell'ESS in materia di **alfabetizzazione sul futuro** per promuovere pratiche sostenibili e favorire il cambiamento collaborativo all'interno delle imprese dell'ESS.
- Integrare tutte le competenze sopra menzionate al fine di avere una **visione più chiara e ampia** di un'impresa dell'ESS sostenibile ed efficiente.



- **Competenze ecologiche /
Valorizzare la sostenibilità**

La competenza **Valorizzare la sostenibilità**, che rientra nell'area "Incarnare i valori della sostenibilità" del quadro GreenComp, implica una profonda riflessione personale sui propri valori. Richiede la capacità di identificare e spiegare come i valori differiscono da individuo a individuo e si evolvono nel tempo, valutando criticamente la loro corrispondenza con i principi e gli obiettivi della sostenibilità. In sostanza, si tratta di **interiorizzare la sostenibilità come valore fondamentale a livello personale e organizzativo**.

L'acquisizione di questa competenza richiede un approccio che combini **l'autoriflessione, l'analisi critica e l'esposizione a prospettive diverse**. Per comprendere meglio e mettere in pratica questa competenza, abbiamo diverse opportunità.

Uno dei primi passi e strumenti che ci aiutano ad approfondire questo argomento e a comprendere meglio l'importanza di valorizzare la sostenibilità è quello di condurre una sessione di autoriflessione sull'argomento.

- Attraverso un formato strutturato di auto-riflessione (ad esempio, argomenti pro e contro) è possibile stimolare la riflessione su temi controversi relativi alla sostenibilità rilevanti per l'ESS (ad esempio, "La decrescita è una strada necessaria per una vera sostenibilità?").

Esempio: Decrescita nelle iniziative ESS - Autoriflessione

Per approfondire autonomamente la competenza "Valorizzare la sostenibilità", puoi iniziare a riflettere su un argomento controverso come: **"Affinché le mie ESS siano veramente sostenibili, devono abbracciare i principi della decrescita"**.

Ecco come puoi strutturare questo esercizio:

1. **Brainstorming su entrambi i fronti.** Dedicate del tempo a scrivere tutti gli argomenti che vi vengono in mente a favore della decrescita nell'ESS e poi tutti quelli contrari. Cercate di mettere in discussione le vostre ipotesi iniziali.
2. **Esprimete i vostri valori fondamentali.** Durante il brainstorming, identificate quali dei vostri valori personali sono coinvolti in ciascun argomento. Ad esempio, un argomento a favore della decrescita è in linea con il vostro valore di conservazione ecologica? Un argomento contrario è in linea con il vostro valore di inclusione economica?
3. **Resoconto e riflessione.** Una volta esplorate entrambe le parti, prenditi del tempo per riflettere:
4. Quali valori personali sono stati maggiormente messi in discussione o affermati durante questo esercizio?
5. In che modo le argomentazioni a favore e contro la decrescita sono in linea con le tue opinioni esistenti sulla sostenibilità della SSE o le mettono in discussione?
6. Riesci a identificare potenziali conflitti di valori nella tua comprensione della sostenibilità della SSE?

Esempio di iniziative collettive SSE: il dilemma del caffè etico

Se fai parte di un gruppo di imprenditori dell'ESS che mira a creare o migliorare un'impresa comune dell'ESS, potrebbe essere una buona idea affrontare alcuni casi di studio di dilemmi etici. I casi di studio sono esempi di imprese reali (o ipotetiche) dell'ESS che affrontano dilemmi etici; nel nostro caso possono essere legati alla sostenibilità (ad esempio, bilanciare l'impatto sociale con l'impronta ambientale, la redditività economica a breve termine rispetto alla salute ecologica a lungo termine).

In questo tipo di scenario, è possibile analizzare alcuni casi proposti, identificando i potenziali **valori contrastanti** in gioco. È quindi possibile proporre **soluzioni concrete sia a breve che a lungo termine**, giustificando le proprie scelte sulla base di un quadro di valori di sostenibilità.

Esempio: “Il dilemma del caffè etico”.

In questo esempio, puoi esercitarti a valutare la sostenibilità analizzando un dilemma etico, identificando valori contrastanti e proponendo soluzioni per una SSE.

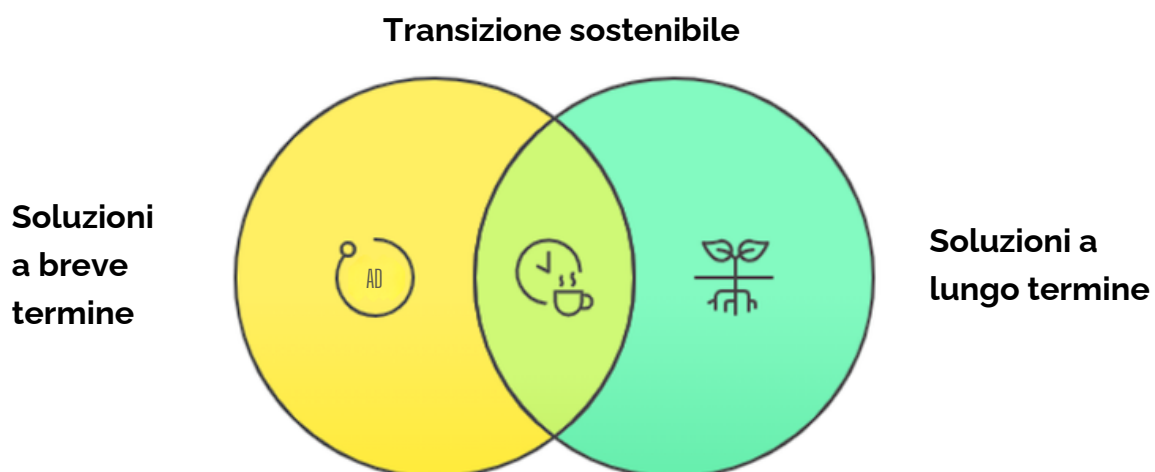
Immaginiamo che una consolidata SSE di commercio equo e solidale di caffè, “Ethicoffee”, acquisti chicchi da una regione remota, migliorando in modo significativo le condizioni di vita dei coltivatori. Tuttavia, i suoi metodi di spedizione internazionale (trasporto aereo per garantire la freschezza) hanno un'impronta di carbonio notevole, che viene sempre più criticata dai clienti attenti all'ambiente. Passare al trasporto marittimo ridurrebbe le emissioni, ma potrebbe influire sulla freschezza, comportare costi di stoccaggio più elevati per i partner locali e potenzialmente ridurre il reddito dei coltivatori a causa di un turnover più lento.

Tu e il tuo gruppo siete invitati a riflettere sulle seguenti domande:

- Quali sono i valori fondamentali in conflitto tra loro (ad esempio, equità sociale contro impatto ambientale, profitto a breve termine contro salute ecologica a lungo termine)?
- Quali sono le possibili soluzioni a breve termine per EthiCoffee?
- Quali sono le possibili soluzioni a lungo termine per EthiCoffee, in linea con una visione ampia dei valori della sostenibilità?

Dopo questa prima fase di valutazione, vi viene chiesto di riflettere sui valori contrastanti più rilevanti e di proporre in modo collaborativo **2-3 soluzioni concrete a breve e lungo termine**, giustificandole sulla base dei valori di sostenibilità.

Soluzioni sostenibili per EthiCoffee





Casi di studio e migliori pratiche

Ecoparque La Alhambra (Colombia)

Ecoparque La Reserva è un'impresa sociale pionieristica e un parco ecologico situato vicino a Bogotá, in Colombia. È un ottimo esempio di organizzazione SSE incentrata sulla conservazione della biodiversità, l'educazione ambientale e il turismo sostenibile. La missione di Ecoparque La Reserva è quella di conservare e ripristinare gli ecosistemi, promuovere l'educazione ambientale e favorire lo sviluppo sostenibile attraverso il turismo responsabile e il coinvolgimento della comunità. La loro visione è quella di essere un modello di riferimento per il ripristino ecologico e la vita sostenibile in Colombia e oltre.

Offrono programmi educativi completi per scuole, università e pubblico in generale, incentrati sui principi ecologici, la biodiversità, il cambiamento climatico e le pratiche sostenibili. Ciò contribuisce a sviluppare la consapevolezza ambientale e il valore della sostenibilità nella comunità in generale. Il loro modello di business è basato sull'ecoturismo. I visitatori pagano l'ingresso, le visite guidate e altri servizi (come laboratori didattici o tour di birdwatching). **Questi ricavi finanziano direttamente le loro attività di conservazione e formazione,** rendendo il loro impatto ambientale finanziariamente sostenibile. Probabilmente impiegano personale locale, contribuendo ulteriormente all'aspetto sociale dell'ESS.

L'Ecoparque collabora spesso con le comunità locali, offrendo opportunità di lavoro, formazione e coinvolgendole in iniziative di conservazione. Ciò integra la dimensione sociale della sostenibilità, garantendo che gli sforzi ambientali vadano anche a beneficio del benessere umano.

Hanno dimostrato di aver ripristinato vaste aree di terreno degradato, contribuendo al recupero degli ecosistemi e all'aumento della biodiversità locale. Ciò fornisce servizi ecosistemici vitali (come la depurazione dell'acqua e il sequestro del carbonio) per la regione. **Generando entrate attraverso l'ecoturismo, dimostrano che la conservazione dell'ambiente può essere finanziariamente sostenibile e contribuire alle economie locali**, riducendo la dipendenza dai finanziamenti esterni. Ciò mette in evidenza un modello di business forte e sostenibile all'interno della SSE. Il loro successo e la loro competenza contribuiscono al dibattito più ampio sulla politica ambientale in Colombia, mostrando esempi pratici di ciò che funziona nella conservazione e nello sviluppo sostenibile.

Ecoparque La Reserva si distingue perché la sua stessa esistenza e le sue attività sono radicate nel ripristino ecologico e nell'educazione ambientale, alimentate da un modello di business sostenibile che valorizza e finanzia direttamente la sua missione ecologica.



Competenze ecologiche / Pensiero sistemico

La competenza del **pensiero sistemico** fa parte dell'area "Accettare la complessità nella sostenibilità" all'interno del quadro GreenComp e implica un approccio **olistico** al problema della sostenibilità. Significa considerare tutti gli elementi interconnessi, compresi gli **orizzonti temporali** (passato, presente, futuro), le **scale spaziali** (da locale a globale) e i **contesti specifici**, per comprendere le relazioni complesse, i circuiti di retroazione e le proprietà emergenti all'interno di un sistema. Ciò consente una comprensione più approfondita delle cause alla radice e dei potenziali punti di leva per il cambiamento, andando oltre le questioni isolate per cogliere la complessità nella sua interezza.

Acquisire il pensiero sistemico per il settore dell'economia sociale e solidale richiede una pratica concreta nell'analisi dei complessi ecosistemi sociali, economici e ambientali in cui l'impresa opererà. Si tratta di passare da un pensiero lineare di causa-effetto (ad esempio, "basta vendere il prodotto X per risolvere il problema Y") al riconoscimento dell'interconnessione tra bisogni sociali, forze di mercato, limiti ecologici e dinamiche comunitarie.

Per acquisire questa competenza, esistono alcune metodologie che aiutano ad allineare i valori delle imprese SSE con una visione olistica della sostenibilità.

I diagrammi a ciclo casuale (CLD) per la mappatura dei problemi e delle soluzioni possono aiutare gli aspiranti imprenditori SSE a mappare il problema sociale o ambientale che intendono affrontare. Ad esempio, per affrontare lo spreco alimentare in una comunità, è necessario prendere in considerazione variabili quali l'eccedenza alimentare, l'insicurezza alimentare, i rifiuti in discarica, il coinvolgimento della comunità, la disponibilità di volontari e i produttori alimentari locali.

Esempio: è possibile identificare in che modo le variabili sopra menzionate si influenzano a vicenda (ad esempio, un maggiore surplus alimentare comporta un aumento dei rifiuti destinati alle discariche, ma anche un potenziale aumento delle donazioni alimentari per affrontare l'insicurezza alimentare). Ciò contribuirà a sfruttare i punti di leva per l'intervento della SSE (ad esempio, collegando direttamente i produttori ai banchi alimentari, creando iniziative di compostaggio comunitario) e ad anticipare conseguenze indesiderate.

Un altro strumento utile per integrare la visione del pensiero sistemico nella creazione o nella gestione di un'impresa sociale e solidale è la **pianificazione di scenari per la progettazione di modelli di business resilienti**. Per una nuova ESS, è fondamentale definire i principali fattori di incertezza che potrebbero influire sulla sua redditività a lungo termine (ad esempio, cambiamenti nelle politiche locali, cambiamenti nelle preferenze dei consumatori verso prodotti sostenibili, recessioni economiche, impatti climatici, azioni della concorrenza).

Esempio: È possibile sviluppare 2-3 scenari futuri plausibili basati sull'evoluzione delle forze sopra menzionate. Quindi, per ciascuno scenario, è possibile discutere come si comporterebbe il modello di business proposto dalla SSE e quali adattamenti sarebbero necessari per sopravvivere. These aspects force you to consider long-term temporal aspects and how their business model might need to adapt to different systemic contexts.

Impegnandoti attivamente con questi strumenti e metodologie durante la fase di creazione, puoi sviluppare la capacità di affrontare l'impresa da tutti i punti di vista, considerando il tempo, lo spazio e il contesto, consentendoti in ultima analisi di applicare la sostenibilità e il pensiero sistemico a modelli di business solidi per le tue SSE.

Ciclo di pianificazione degli scenari per la resilienza dell'ESS



Humana - People to People

Per un'impresa SSE, incorporare il pensiero sistemico nell'approccio alla sostenibilità non è sempre facile, perché spesso ciò significa affrontare questioni sociali e ambientali interconnesse attraverso soluzioni integrate.

Un esempio famoso può aiutarci a chiarire come concentrarsi sull'economia circolare e sull'inclusione sociale: **Humana - People to People**. Si tratta di una rete globale di ONG e imprese sociali, con una presenza significativa in tutta Europa (ad esempio in Francia, Spagna, Portogallo, Italia, Germania, Danimarca, Finlandia, ecc. Sono note principalmente per i loro programmi di raccolta e riciclaggio di abiti usati. Sebbene la loro attività principale sia il riutilizzo dei tessuti, la loro visione più ampia comprende lo sviluppo della comunità e l'impatto globale.

Infatti, Humana non si limita a raccogliere vestiti, ma gestisce un sistema complesso **per massimizzare la durata dei tessuti**. Ciò include i seguenti aspetti:

Raccolta: rete capillare di contenitori per la raccolta, che facilita la donazione da parte dei cittadini.

Selezione e riutilizzo: operazioni di selezione altamente qualificate che separano i tessuti per la rivendita diretta (negozi di seconda mano), il riciclo creativo o il riciclaggio dei materiali.

Ciò diversifica i flussi di prodotti e garantisce un mantenimento ottimale del valore.

Riciclaggio dei materiali: i tessuti che non possono essere riutilizzati vengono trattati per il riciclaggio dei materiali (ad esempio, per produrre isolanti, panni per la pulizia o nuove fibre). In questo modo si chiude il ciclo dei materiali che altrimenti andrebbero sprecati.

Integrazione lavorativa: le loro attività locali in Europa fungono spesso da imprese sociali di integrazione lavorativa (WISE), fornendo formazione e occupazione a gruppi emarginati (ad esempio, disoccupati di lunga durata, migranti, persone con disabilità). Questo affronta l'esclusione sociale all'interno del loro modello di business "verde".

Finanziamento di progetti di sviluppo: i ricavi generati dalla vendita dei tessuti raccolti finanziano direttamente progetti di sviluppo a lungo termine in Africa, Asia e America Latina. Questo crea un potente ciclo di feedback in cui le azioni locali europee sostengono la sostenibilità globale e la giustizia sociale.





Competenze ecologiche / Alfabetizzazione al futuro

Per un'impresa dell'economia sociale e solidale (ESS), la Futures Literacy, nell'ambito dell'area "Envisioning Sustainable Futures" (Immaginare un futuro sostenibile) di GreenComp, è la capacità fondamentale di impegnarsi in modo proattivo e plasmare il futuro che desidera. Non si tratta solo di indovinare cosa potrebbe accadere, ma di **immaginare e sviluppare con coraggio futuri sostenibili alternativi** per la propria impresa e la sua comunità, costruendo scenari diversi. Questa competenza consente ai leader e ai team della SSE non solo di immaginare il loro impatto sostenibile e il loro modello operativo preferiti, ma anche di **identificare e definire in modo critico le misure concrete** e i percorsi di collaborazione necessari per raggiungerli.

Concretamente, per le SSE ciò significa sviluppare la capacità di anticipare i cambiamenti sociali, ambientali ed economici, **innovare soluzioni resilienti** e adattarsi strategicamente, garantendo la loro rilevanza a lungo termine e il loro profondo impatto in un mondo in rapida evoluzione.

Acquisire competenze in materia di futuro significa portare la vostra SSE oltre la semplice reazione alle sfide presenti. Ciò richiede la promozione di una cultura della curiosità, la sfida alle convinzioni radicate su come "devono essere fatte" le cose, l'accettazione dell'incertezza come fonte di opportunità e la pratica sistematica di metodologie di previsione all'interno della vostra impresa e con i vostri stakeholder.

Esempio: per iniziare a sviluppare nuove idee per un futuro sostenibile, potete partire definendo in modo chiaro il futuro sostenibile che desiderate per la vostra ESS tra 10-20 anni. Quali problemi sociali avrete risolto? Quale sarà il vostro impatto ambientale? Come prospererà la vostra comunità?

Ad esempio: "Entro il 2045, la mia SSE sarà una cooperativa a rifiuti zero che impiega 50 giovani locali e fornisce energia verde a prezzi accessibili all'intero quartiere". Una volta chiarita questa visione, è possibile lavorare a ritroso nel tempo (ad esempio, fino al 2035, poi al 2025). Ad ogni passo indietro, chiediti: "Quali cambiamenti significativi, traguardi o condizioni esterne devono essersi verificati a questo punto affinché io sia sulla buona strada per raggiungere il futuro desiderato?" Questo metodo, anche se non così facile, ci permette di concentrarci esplicitamente sull'"identificazione dei passi necessari per raggiungere un futuro sostenibile preferibile" per la tua impresa specifica.

Un altro strumento utile per comprendere e integrare la cultura dei futures è immaginare giochi e simulazioni partecipativi sui futures con le parti interessate.

Esempio: è possibile progettare un gioco o una simulazione semplice in cui il team SSE, i beneficiari e i partner della comunità assumono ruoli diversi (ad esempio, responsabile SSE, consigliere locale, anziano della comunità, attivista per il clima). Presentate loro una serie di eventi o dilemmi futuri (ad esempio, "Una nuova politica limita i nostri flussi di rifiuti", "Un concorrente offre un'alternativa più economica e meno sostenibile", "Un disastro naturale ha un impatto sulla nostra comunità").

I partecipanti decidono quindi come reagirebbe la loro SSE, quali alleanze formerebbero e come adatterebbero il loro modello.

Questo esercizio pratico e collaborativo contribuisce direttamente a sviluppare la capacità di agire per un cambiamento sostenibile anche in collaborazione con altri in vari contesti futuri.

Costruire una capacità di cambiamento sostenibile



La Louve

La Louve è una cooperativa di consumatori con sede a Parigi, in Francia, **fondata sui principi della solidarietà sociale, della responsabilità ambientale e della democrazia diretta**. I soci dedicano alcune ore al mese alla gestione del negozio, il che consente loro di offrire prodotti di alta qualità, spesso biologici e locali, a prezzi notevolmente inferiori.

Fin dalla sua nascita, i fondatori e i primi membri di La Louve hanno articolato chiaramente una visione radicale per il futuro della vendita al dettaglio di prodotti alimentari a Parigi. Non si trattava semplicemente di “un altro negozio biologico”, ma di creare un modello in cui i consumatori fossero *proprietari* della propria fornitura alimentare, eliminando gli intermediari, costruendo una comunità e democratizzando l'accesso al cibo sostenibile. La loro visione andava oltre il singolo negozio, verso un futuro in cui i sistemi alimentari cooperativi ed etici fossero la norma, non l'eccezione, sfidando direttamente il modello dominante dei supermercati.

Questa visione audace ha agito come una potente calamita, attirando migliaia di membri che condividevano questo futuro desiderato. Ogni decisione, dall'approvvigionamento dei prodotti alla gestione dei volontari, viene implicitamente filtrata attraverso **questa visione a lungo termine di un sistema alimentare più equo e sostenibile**. È un esempio vivente di un “futuro sostenibile preferito” che viene attivamente costruito.

Questa consapevolezza dei potenziali futuri influenza le scelte strategiche. Ad esempio, dare priorità a fornitori locali diversificati (anche se inizialmente più complessi) è una protezione contro le interruzioni della catena di approvvigionamento globale. Investire in forti legami comunitari e in una governance democratica (anche se più lenta) rafforza la resilienza contro le fluttuazioni dell'impegno dei membri, **garantendo la redditività a lungo termine della cooperativa anche in scenari futuri meno ideali.**

La Louve utilizza esplicitamente un approccio di “backcasting” nella sua pianificazione operativa. Ad esempio, il suo obiettivo a lungo termine di promuovere un rapporto più diretto tra agricoltori e consumatori (una parte fondamentale della sua visione di futuro sostenibile) si traduce in misure concrete. Le sue continue campagne di reclutamento di soci e volontari, la sua rendicontazione finanziaria trasparente e le sue regolari assemblee dei soci sono tutte “misure” volte a costruire le capacità e la comunità necessarie per realizzare il futuro alimentare sostenibile che ha in mente.

Il loro intero modello si basa sulla collaborazione. I membri non si limitano a fare acquisti, ma **partecipano attivamente alla gestione del negozio, prendendo decisioni collettive e plasmando il suo futuro.** Inoltre, La Louve collabora attivamente con altre SSE, produttori locali e iniziative comunitarie a Parigi e oltre, condividendo il proprio modello e promuovendo cambiamenti politici.



Sustainable Creative Project Canvas

Il **Sustainable Creative Project Canvas** (SCPC) vi aiuterà a visualizzare e progettare il vostro modello imprenditoriale attraverso un processo di pianificazione creativa che combina priorità ambientali, sociali e finanziarie, consentendo di riflettere e affrontare le sfide urgenti della sostenibilità attraverso:

- la mappatura, lo sviluppo e la pianificazione di idee diverse
- la riflessione sui diversi aspetti del progetto
- scoprendo come entrare in contatto con persone che desiderano vedere, impegnarsi o partecipare al progetto
- collegando il quadro generale con i dettagli più specifici di ciascuna delle potenziali fasi del progetto
- calcolando i potenziali impatti del progetto da diverse prospettive



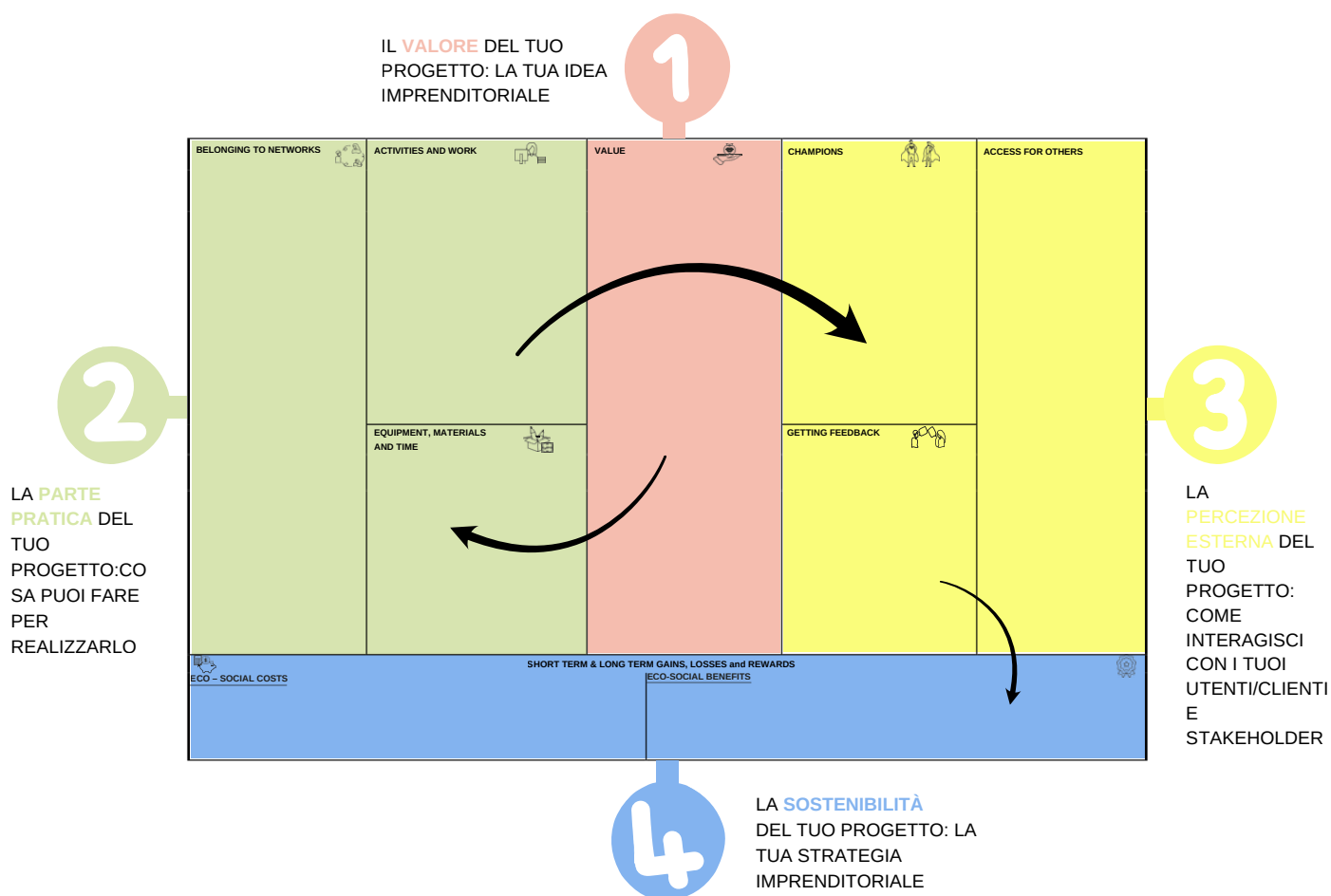
L'approccio alla sostenibilità dello SCPC mira a sostenere gli imprenditori nella definizione dei loro progetti e delle loro attività per l'integrazione di politiche, proposte, processi, strumenti e certificazioni relativi agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) delle Nazioni Unite o alle autorità di regolamentazione che propongono nuove informative o estendono le responsabilità dei produttori o dei fornitori di servizi, la gestione del carbonio, il Green Deal dell'UE, l'economia circolare.

Pertanto, è fondamentale concentrarsi su come il valore di un'azienda (prodotto o servizio) possa essere creato, proposto, acquisito e fornito tenendo conto, integrando e applicando tutti i temi sostenibili sopra menzionati.

Ad esempio, per delineare una **visione e una missione aziendale sostenibile**, è fondamentale riflettere sulle seguenti domande chiave:

- *Quale sfida sociale e/o ambientale a lungo termine stai cercando di risolvere con la tua nuova idea imprenditoriale? Dove dovrebbe essere la tua organizzazione tra cinque o dieci anni?*
- *Da quali valori sarà determinata questa idea imprenditoriale? Quale missione persegui con la tua idea imprenditoriale? Quale funzione svolge nel mondo?*
- *Come puoi descrivere la tua visione e la tua missione in modo breve e comprensibile? Questo è in linea con la tua strategia imprenditoriale di sostenibilità?*
- *Qual è l'impatto desiderato della tua idea imprenditoriale sugli SDG?*
- *Quali contributi concreti darà questa idea imprenditoriale al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile entro il 2030?*

Il Sustainable Creative Project Canvas è composto da **4 parti principali** che ti aiutano a visualizzare gli aspetti principali del tuo progetto, ovvero:



Poiché i temi sono collegati tra loro, ti suggeriamo di seguire alcuni passaggi specifici per riflettere e implementare il processo creativo che ti porterà a costruire il tuo Sustainable Creative Project Canvas.

Ogni tema include una serie di domande chiave che ti consentiranno di riflettere sui dettagli del tuo progetto e ti suggeriamo di iniziare con una sintesi di circa 3 argomenti/risposte "principali".



Rispondendo a tutte le domande chiave elencate in ciascun tema, potrai costruire il tuo Sustainable Creative Project Canvas e visualizzare un piano breve ma chiaro e diretto del tuo progetto/idea. Ti suggeriamo di rivedere più volte il tuo Sustainable Creative Project Canvas per migliorare le tue risposte fino a quando l'intero progetto non ti sembrerà armonioso e ben strutturato. Ricordati di discutere, condividere e raccogliere suggerimenti preziosi dai tuoi sostenitori e/o potenziali utenti/clienti.

Goditi il tuo viaggio imprenditoriale attraverso il Creative Project Canvas!

SUSTAINABLE CREATIVE PROJECT CANVAS

Nome del progetto:

Membri del team:

APPARTENENZA ALLE RETI  <u>Chi può aiutarti?</u> - In che modo le reti attuali e potenziali possono aiutarti a diventare più sostenibile in qualsiasi fase del tuo progetto (creazione e sviluppo, condivisione e promozione, riflessione e miglioramento, attuazione delle attività)? - Chi sono i tuoi partner e fornitori chiave che possono rendere l'intera rete sostenibile, trasparente e circolare? - Puoi influenzare le normative ambientali previste collaborando e cooperando con gli organismi di regolamentazione competenti? SUGGERIMENTI - Valuta la possibilità di rendere più sostenibile la tua partnership coinvolgendo organismi di regolamentazione o responsabili della sostenibilità (esperti professionisti in strumenti politici, metodi e processi di certificazione/accreditamento per l'attuazione della sostenibilità aziendale) che possono supportare il tuo progetto con processi aggiornati, sostenibili dal punto di vista ambientale e sociale, trasparenti e circolari.	ATTIVITÀ E LAVORO  <u>Cosa devi fare?</u> - Quali sono le attività più importanti necessarie per realizzare il tuo progetto? - Come puoi adattarle (ad esempio la produzione) per garantire la sostenibilità? - Chi le realizzerà? - Hai le competenze necessarie per realizzarle? Quali nuove abilità/competenze devi sviluppare? - Avrai bisogno di altre risorse umane o di organizzazioni/professionisti esperti? - In che misura la progettazione/attuazione sostenibile delle tue attività chiave è importante per realizzare la tua proposta di valore? (processi efficienti e sicuri, certificazione). SUGGERIMENTI - Pensa a tutte le attività che devi intraprendere per sostenere la tua proposta di valore, gestire i tuoi canali, ecc. e al ruolo che la sostenibilità svolge nelle tue attività chiave. Ad esempio, rifletti sul loro impatto sull'ambiente in termini di impronta di carbonio (ad esempio, se le tue attività comportano un uso intensivo di energia, pensa a come potresti sfruttare le fonti di energia rinnovabile). ATTREZZATURA, MATERIALI E TEMPI  <u>Di cosa hai bisogno?</u> - Di quali attrezzature e materiali avete bisogno (compresi materiali riciclabili/usati o già disponibili da altri progetti)? - Di quali risorse naturali, energetiche e tecniche avete bisogno o fate uso? - Cosa succede alla fine del ciclo di vita del vostro prodotto? - Chi può fornirvi ciò di cui avete bisogno? - Quanto tempo vi occorre per organizzare le vostre attrezzature? SUGGERIMENTI - Pensa a tutte le risorse necessarie per le tue attività chiave e per la tua attività (competenze, dipendenti, risorse naturali, ecc.), compresi gli strumenti e i processi che potrebbero sostituire altri meno sostenibili. Rifletti sul ciclo di vita del tuo prodotto (è riciclabile, riutilizzabile e/o può essere ricondizionato) e sulla circolarità dei tuoi canali di distribuzione.	VALORE  <u>Che cosa fai?</u> - Quali sono i motivi principali che ti spingono a partecipare a questo progetto? - Il tuo progetto soddisfa un'esigenza o un desiderio oppure risolve un problema in modo più sostenibile? In che modo? - Quali sono i vantaggi di offrire questo valore a te stesso e agli altri? - In che modo l'integrazione della sostenibilità contribuisce al vantaggio del cliente? - In che modo aggiunge valore ad altri stakeholder? Se sì, quali? - Il tuo contributo di valore sostenibile può essere migliorato o reso possibile con l'aiuto di misure relative agli standard ambientali/di sostenibilità dei prodotti (certificazione, etichetta, sigillo)? Se sì, quali? SUGGERIMENTI - Pensate a come risolvere i problemi dei vostri clienti in modo più sostenibile e trasformare la sostenibilità in valore per il cliente. Riflettete sulla possibilità di estendere il ciclo di vita del vostro servizio/prodotto. Ad esempio, quando sviluppate un prodotto efficiente dal punto di vista energetico, potreste avere un impatto positivo sulle emissioni di CO2.	CAMPIONI  <u>Chi può fornirti utili punti di vista esterni sul tuo progetto?</u> - Chi può guidarti, aiutarti a riflettere e migliorare alcuni aspetti del tuo lavoro mettendo in evidenza i tuoi punti di forza e le tue debolezze attraverso critiche costruttive? - Chi apprezza il tuo talento, crede nel tuo potenziale e nel tuo progetto e potrebbe promuoverlo presso altri? SUGGERIMENTI - Pensa a mentori, tutor, insegnanti/formatori, colleghi, collaboratori, opinion leader, potenziali stakeholder (ad esempio investitori, sponsor, emittenti televisive ecc.) e persino familiari e amici. OTTENERE FEEDBACK  <u>Come interagirai con i tuoi clienti/utenti?</u> - Chi può fornirti un feedback per migliorare il tuo progetto, il tuo lavoro e le tue attività? - Come puoi valutare e aiutare i tuoi clienti/utenti a valutare e/o migliorare la tua proposta di valore e la tua sostenibilità? - Come puoi raccogliere feedback (ad esempio tramite strumenti web, conversazioni informali, sondaggi, focus group, ecc.)? - Come puoi utilizzare il feedback raccolto per migliorare la mentalità della società in materia di sostenibilità? SUGGERIMENTI - È fondamentale concentrarsi sugli indicatori e sulle misurazioni	ACCESSO PER ALTRI <u>Come raggiungerete i vostri clienti/utenti e viceversa?</u> - Chi può accedere e sperimentare il tuo progetto, i tuoi servizi, i tuoi prodotti, i tuoi contenuti? - Qual è l'importanza della "sostenibilità" per il tuo gruppo target / i tuoi clienti chiave ora e probabilmente in futuro? - Quali sono i diversi modi e luoghi attraverso i quali altri possono accedere al tuo lavoro (ad esempio pagine web o social media o locali aperti al pubblico, uffici, negozi, ecc.)? - Come puoi raggiungere il tuo pubblico/i tuoi clienti/i tuoi utenti (ad esempio campagne promozionali e di comunicazione, azioni di marketing, eventi, ecc.)? SUGGERIMENTI - Cercate di fornire risposte dettagliate a queste domande descrivendo i vostri clienti/utenti target o immaginando come potete consentire loro di agire in modo sostenibile e consolidare un rapporto sostenibile con loro. Pensate a come dovrebbe essere strutturato il rapporto con il cliente e quali canali di comunicazione e distribuzione sono adatti. Inoltre, riflettete sull'importanza di un certificato/marchio di sostenibilità credibile per i vostri clienti.
COSTI ECOLOGICI E SOCIALI  - Quali sono i costi ecologici o sociali causati dal tuo modello di business? - Di quali risorse naturali, energetiche e tecniche hai bisogno o fai uso? SUGGERIMENTI: pensa alle risorse chiave che non sono rinnovabili, alle attività chiave che consumano molte risorse, ai rifiuti nocivi generati e così via.		GUADAGNI, PERDITE E RICOMPENSE A BREVE E LUNGO TERMINE VANTAGGI ECOLOGICI E SOCIALI  - Quali benefici ecologici o sociali genera la tua attività? - Chi sono i beneficiari? Sono potenziali clienti? - Puoi offrire benefici non monetari ai tuoi dipendenti (settimana lavorativa di 4 giorni, settimana di lavoro da remoto, ecc.)? SUGGERIMENTI: rifletti sugli effetti positivi della tua organizzazione sul pianeta, sulla società e sull'economia e su come puoi massimizzarli.		

MODELLO:

SUSTAINABLE CREATIVE PROJECT CANVAS

Nome del progetto:

Membri del team:

APPARTENENZA ALLE RETI	ATTIVITÀ E LAVORO	VALORE	CAMPIONI	ACCESSO PER ALTRI
	ATTREZZATURA, MATERIALI E TEMPI		OTTENERE FEEDBACK	
COSTI ECOLOGICI E SOCIALI		GUADAGNI, PERDITE E RICOMPENSE A BREVE E LUNGO TERMINE		
		VANTAGGI ECOLOGICI E SOCIALI		

In grassetto la risposta corretta

1. Nel testo, quale attività viene suggerita come un buon modo per iniziare a mettere in pratica la competenza "Valorizzare la sostenibilità"?

- A) Leggere libri sulla sostenibilità.
- B) Guardare documentari sulle questioni ambientali.
- C) Partecipare alle sessioni di dialogo e dibattito.**

2. Secondo il testo, cosa comporta principalmente il "pensiero sistemico" quando si affronta un problema di sostenibilità?

- A) Scomporre un problema nelle parti isolate più piccole possibili per risolverle singolarmente.
- B) Concentrarsi solo sugli effetti immediati di un'azione senza considerare gli impatti a lungo termine.
- C) Affrontare il problema considerando tutti gli elementi interconnessi, gli orizzonti temporali e le scale spaziali.**

3. Nel testo, qual è un aspetto fondamentale della “Futures Literacy” per un'impresa dell'economia sociale e solidale (ESS)?

- A) Prevedere con certezza il futuro più probabile.
- B) Reagire alle sfide immediate senza una pianificazione a lungo termine.

C) Immaginare e sviluppare in modo proattivo futuri sostenibili alternativi attraverso la costruzione di scenari diversificati.

4. Qual è l'elemento fondamentale della visione iniziale di La Louve che ha attirato migliaia di membri e guidato le sue operazioni?

- A) Diventare la più grande catena di supermercati di Parigi attraverso una grande espansione.
- B) Massimizzare i profitti per i suoi fondatori vendendo prodotti alimentari a livello internazionale.

C) Creare un modello cooperativo in cui i consumatori possiedono le proprie scorte alimentari e democratizzano l'accesso al cibo sostenibile.

5. Oltre alla raccolta di indumenti, qual è l'impatto significativo che Humana ottiene attraverso le sue attività?

- A) Concentrarsi principalmente sulla vendita di nuove linee di abbigliamento fast fashion per competere con i principali rivenditori.
- B) Fornire donazioni finanziarie a società internazionali.

C) Operare come imprese sociali di integrazione lavorativa (WISE) che forniscono formazione e occupazione a gruppi emarginati.

- Commissione europea. (2020, March). *A new Circular Economy Action Plan For a cleaner and more competitive Europe*.
- Bianchi, G., Pisiotis, P., & Redman, E. (2022). *GreenComp: The European sustainability competence framework*. Publications Office of the European Union
- UN Sustainable Development Goals (SDGs)
<https://sdgs.un.org/goals>
- MDPI Books. (2020). *Systems Thinking*. MDPI.
- Miller, R. (Ed.). (2018). *Transforming the future: Anticipation in the 21st century*.
- Routledge
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000264644>.
- UNESCO Global Futures Literacy Network
<https://www.unesco.org/en/futures-literacy/network>

Riferimenti

Bianchi, G., Pisiotis, P., & Redman, E. (2022). *GreenComp: The European sustainability competence framework*. Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione europea.

https://joint-research-centre.ec.europa.eu/greencomp-european-sustainability-competence-framework_en

European Commission. (n.d.). GreenComp: The European sustainability competence framework. Estratto il 29 maggio 2025 da:

<https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC128040>

Rasa, E., Juha, K., & Mari, J. (2024). *Future-Oriented Science Learning and its Effects on Students' Emotions, Futures Literacy and Agency in the Anthropocene*. *Research in Science Education*. Pubblicazione anticipata online.

https://www.researchgate.net/publication/385688986_Future-Oriented_Science_Learning_and_its_Effects_on_Students'_Emotions_Futures_Literacy_and_Agency_in_the_Anthropocene

Lee S., (2025, June 4) *Mastering Causal Loop Diagrams for Sustainability. A Step-by-Step Guide to Analyzing Complex Environmental Systems*. Estratto da:

<https://www.numberanalytics.com/blog/mastering-causal-loop-diagrams-sustainability>

Trinity College Dublin, Centre for Academic Practice, Trinity Teaching and Learning. (2024, December 13). ESD Competencies linked to GreenComp.

<https://www.tcd.ie/academicpractice/resources/education-for-sustainable-development/esd-competencies/>

United Nations Inter-Agency Task Force on Social and Solidarity Economy (UNTFSSSE). (2023, March 29). SOCIAL AND SOLIDARITY ECONOMY.

https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/social_and_solidarity_economy_29_march_2023.pdf

MODULO 4: METODOLOGIE E STRUMENTI INNOVATIVI PER L'IMPRENDITORIA SOCIALE



Breve riassunto



Viviamo in un mondo caratterizzato da complesse sfide sociali, economiche e ambientali, che richiedono nuovi modi di pensare e agire. In questo contesto, l'**imprenditoria sociale** emerge come una risposta innovativa e trasformativa che combina creatività, impegno sociale e sostenibilità per generare un impatto positivo sulle comunità.



In questo modulo imparerai le metodologie e gli strumenti per **creare soluzioni innovative e sostenibili** che affrontino le sfide attuali del mondo, alle quali risponderai attraverso l'imprenditoria sociale. Imparerai cos'è l'imprenditoria sociale e conoscerai casi pratici come punti di riferimento nel settore. Il suo scopo è fornire strumenti pratici e metodologici a coloro che desiderano sviluppare iniziative imprenditoriali che non siano solo economicamente sostenibili, ma anche responsabili e in linea con le reali esigenze della società.

Troverai i fondamenti dell'imprenditoria sociale, le tecniche per individuare le opportunità, le strategie per creare prototipi efficaci e le spiegazioni per progettare modelli di business con impatto sociale.



Obiettivi del modulo

- Conoscere cos'è l'imprenditoria sociale.
- Imparare a creare un prototipo del servizio o del prodotto da sviluppare.
- Conoscere e progettare le caratteristiche principali di un modello di business con impatto sociale.
- Conoscere casi di imprenditoria sociale.



• Competenze digitali / Imprenditoria sociale innovativa Contenuti didattici

• 3.1 Definizione di imprenditoria sociale

L'imprenditoria sociale è una **forma di attività imprenditoriale che cerca di risolvere problemi sociali o ambientali attraverso soluzioni innovative e sostenibili**. A differenza delle iniziative tradizionali, l'obiettivo principale non è solo quello di generare profitti, ma anche di creare un impatto positivo sulla società. Questo tipo di imprenditoria combina la passione per la missione sociale con la disciplina imprenditoriale per ottenere risultati misurabili e trasformativi.

Anziché concentrarsi esclusivamente sulla massimizzazione dei benefici economici, gli imprenditori sociali mettono al centro del loro modello di business valori quali l'equità, la giustizia sociale, la sostenibilità e l'inclusione. Il loro obiettivo è quello di affrontare sfide concrete: dalla povertà, alla disparità nell'istruzione o alla disoccupazione giovanile, dai cambiamenti climatici, all'inquinamento o al divario digitale.

Un'impresa sociale può assumere varie forme: una società, una cooperativa, una fondazione o anche un'iniziativa ibrida. Ciò che tutte hanno in comune è un approccio innovativo, volto a generare soluzioni sistemiche e durature. Per farlo, si basano sull'ascolto attivo delle comunità che servono, utilizzano metodologie agili, lavorano in rete e si affidano a modelli di misurazione dell'impatto che consentono loro di valutare se stanno realmente generando cambiamenti significativi.

Inoltre, l'imprenditoria sociale promuove un nuovo modo di intendere il successo aziendale: uno che **valorizza sia il beneficio economico che il benessere collettivo**. Non si tratta di fare beneficenza, ma di ripensare l'economia secondo una logica rigenerativa (incentrata sul ripristino e la rivitalizzazione dei sistemi ecologici e sociali), in cui la crescita personale, il rispetto per l'ambiente e l'innovazione responsabile vanno di pari passo. L'obiettivo è creare un sistema in cui l'attività economica valorizzi l'ambiente e vada a beneficio di tutti i membri della società.

In breve, l'imprenditoria sociale rappresenta una risposta efficace alle sfide del mondo odierno. È un modo per trasformare la passione di aiutare gli altri in azioni concrete, utilizzando strumenti aziendali al servizio di un futuro più equo, più umano e sostenibile.

L'impresa sociale è nata dalla scoperta di un...

**bisogno
sociale**

E cerca una soluzione attraverso...

**lo svolgimento di
un'attività economica**

Per generare...

**impatto sociale
positivo**

Trasformando la situazione attuale

3.2 Metodologia per comprendere le esigenze e le tendenze del mercato

Prima di intraprendere qualsiasi iniziativa, è fondamentale comprendere il contesto, identificare le esigenze reali e individuare le tendenze rilevanti. Avviare un progetto senza questa comprensione può portare allo sviluppo di soluzioni che non riescono a coinvolgere le persone o che non risolvono problemi significativi.

Pertanto, questa fase iniziale funge da base su cui verrà costruito l'intero modello di business.

Questa fase comprende diversi passaggi fondamentali che, combinati tra loro, danno forma a un'idea solida, significativa e con un potenziale impatto. Ecco 17 strumenti e risorse di ricerca di mercato che ti aiuteranno a pensare come i tuoi consumatori:

<https://www.gwi.com/blog/market-research-tools>

Ricerca di mercato

Si tratta di raccogliere informazioni direttamente dal pubblico di riferimento: chi sono, di cosa hanno bisogno, cosa li preoccupa e come risolvono attualmente tali problemi. Ciò può essere fatto attraverso sondaggi, interviste, osservazione diretta o strumenti digitali. La chiave è ascoltare attivamente e convalidare le ipotesi dalla realtà, non dalle supposizioni.

Esistono strumenti online disponibili per svolgere questo tipo di studio, come ad esempio <https://www.pewresearch.org/> o per il monitoraggio dei social media, [BuzzSumo](#), che aiuta a identificare i contenuti di tendenza e ad analizzare il coinvolgimento dei social media su argomenti specifici.

Analisi delle tendenze

Qui vengono utilizzati rapporti, articoli specializzati e dati statistici per identificare modelli emergenti nel comportamento delle persone, cambiamenti sociali, culturali o tecnologici e nuovi interessi di mercato. Individuare questi primi segnali può aiutarti ad anticipare le esigenze prima che diventino richieste massicce. Il seguente strumento viene utilizzato per comprendere l'interesse pubblico:

<https://trends.google.com/trends/>

Brainstorming e pensiero creativo

Una volta identificate le opportunità, è il momento di generare idee senza limiti. Tecniche come il brainstorming, il mind mapping, il metodo SCAMPER o il pensiero laterale ci consentono di esplorare diversi modi di affrontare lo stesso problema. L'obiettivo non è quello di avere l'"idea perfetta", ma molte idee che possono poi essere perfezionate, combinate o trasformate.

Adeguamento problema-soluzione

Una delle chiavi per un'impresaditoria di successo è raggiungere un equilibrio tra il problema reale dell'utente e la soluzione proposta. In questa fase, l'idea viene confrontata con la realtà, la proposta di valore viene adeguata e viene verificato che vi sia un interesse reale per ciò che si sta creando. È il momento di chiedersi: questo risolve davvero qualcosa di importante? In modo fattibile e differenziato?

Questo processo è ciclico, non lineare. Molte volte, dopo la ricerca o la prototipazione, il problema viene ridefinito o vengono ideate nuove soluzioni. Ecco perché è fondamentale adottare una **mentalità aperta, iterativa e incentrata sulle persone** che consenta di adeguare il percorso man mano che si apprende dall'ambiente circostante.

Una profonda comprensione del mercato non solo aumenta le possibilità di successo, ma aiuta anche a realizzare progetti più sostenibili, pertinenti e connessi al mondo reale.

Questa metodologia per comprendere le esigenze e le tendenze del mercato, generare idee creative e adeguare la soluzione al problema, è naturalmente in linea con l'approccio del *Design Thinking*.

Si tratta di una metodologia incentrata sulle persone che cerca di risolvere problemi complessi attraverso l'empatia, la creatività e la sperimentazione. Il loro obiettivo non è solo quello di generare idee innovative, ma anche di assicurarsi che tali idee rispondano a esigenze reali, creando un legame profondo con coloro che le utilizzeranno o le sperimenteranno.

Sia nella ricerca di mercato che nell'analisi delle tendenze e nella fase di ideazione, il *Design Thinking* propone strumenti e fasi molto specifici che arricchiscono il processo: iniziare con l'empatia verso l'utente per comprenderne desideri, dolori e motivazioni; poi definire chiaramente il problema da risolvere; passare all'ideazione senza limiti; prototipare soluzioni tangibili o visive; e infine testare per imparare e adeguarsi. Questa struttura non lineare e flessibile consente agli imprenditori di adattare la loro proposta di valore in modo agile, riducendo al minimo i rischi e aumentando le possibilità di successo.

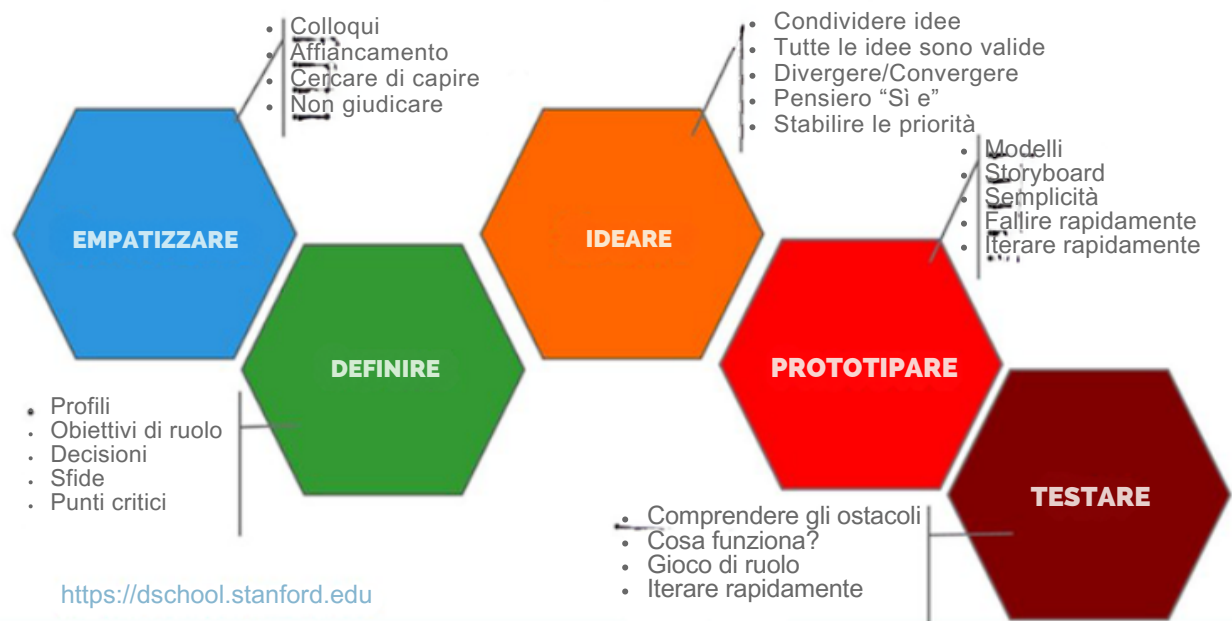
Quando applichiamo il *Design Thinking* alla metodologia di sviluppo di un'idea imprenditoriale, non solo generiamo soluzioni più innovative, ma anche più umane, sostenibili e in linea con le reali esigenze del mercato. Invece di dare per scontato, si verifica. Invece di creare da soli, si co-crea con le persone. In questo modo, il processo si trasforma in un'esperienza di apprendimento continuo, dove ogni interazione con l'ambiente ci permette di perfezionare il nostro prodotto, servizio o modello di business.

Si basa su un approccio collaborativo e creativo ed è ampiamente utilizzato nella progettazione di prodotti, servizi ed esperienze.

Il processo di Design Thinking comprende generalmente cinque fasi:

1. Empatia: comprendere a fondo le esigenze e i problemi degli utenti.
2. Definizione: identificare e definire chiaramente il problema da risolvere.
3. Ideazione: generare un'ampia gamma di idee e possibili soluzioni.
4. Prototipo: creare prototipi o modelli delle soluzioni più promettenti.
5. Test: testare i prototipi con gli utenti e raccogliere feedback per migliorare le soluzioni.

Processo di Design Thinking della Stanford d.school



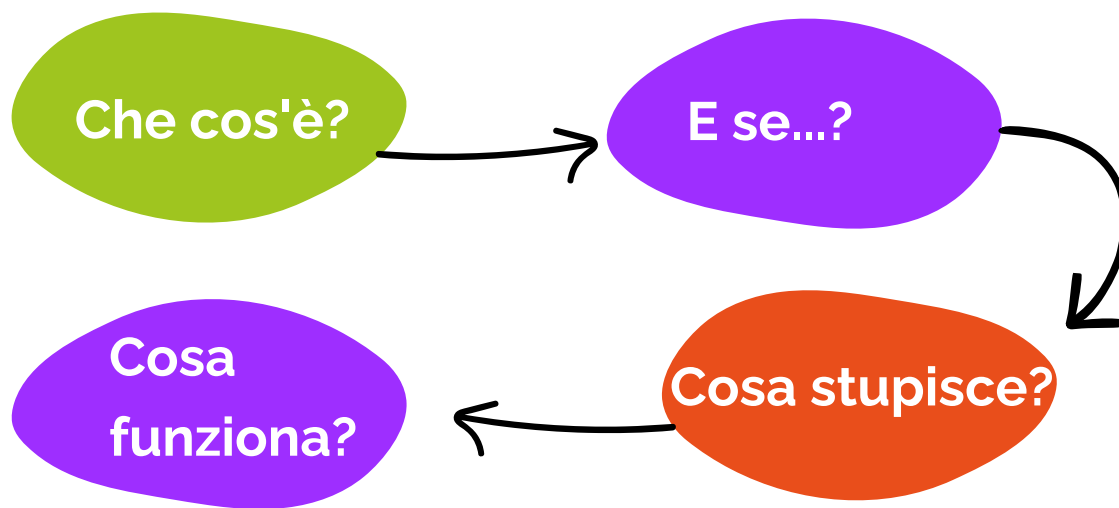
Questa metodologia incoraggia la creatività e l'innovazione ed è molto utile per affrontare problemi complessi e sviluppare soluzioni incentrate sull'utente. Attraverso un processo iterativo, consente agli imprenditori di esplorare nuove prospettive, identificare esigenze reali e generare idee che rispondano efficacemente alle sfide dell'ambiente.

Uno dei pilastri fondamentali di questo approccio è il **contatto diretto con i clienti**, che non si limita alla validazione finale, ma è integrato fin dall'inizio del processo. Si tratta di un approccio allo sviluppo del prodotto in cui i clienti partecipano fin dall'idea o dal concetto iniziale, il che consente loro di elaborare proposte più pertinenti e adeguate alla realtà del mercato.

L'obiettivo è definire o adeguare l'offerta sulla base di informazioni reali e non di supposizioni. Il *feedback dei clienti* in fase iniziale elimina l'incertezza e consente di prendere decisioni informate prima di investire ingenti risorse in sviluppi che potrebbero non essere accettati. Grazie a questo feedback costante, è possibile individuare tempestivamente ciò che funziona e ciò che non funziona, evitando così errori costosi.

Inoltre, questo modo di lavorare ci incoraggia a pensare **“fuori dagli schemi”**, ad abbandonare i modelli tradizionali e ad esplorare nuovi modi di creare valore. Permette di partire da un'idea iniziale, adattandola in modo flessibile alle esigenze del pubblico di riferimento, e ottenendo così una maggiore connessione tra ciò che viene offerto e ciò che viene realmente ricercato.

In breve, questo approccio non solo migliora la qualità e la pertinenza dei prodotti o servizi sviluppati, ma promuove anche una cultura imprenditoriale più empatica, agile e orientata al miglioramento continuo.



La ricerca di mercato comprende le fasi 1, 2 e 3 del **Design Thinking**. Qui entriamo in empatia con ciò che ci circonda per capire cosa vuole la clientela, cosa sta facendo la concorrenza, come si sta muovendo il mercato e quindi definire il bisogno che vogliamo soddisfare. È come fare un “controllo” del mercato per sapere se la tua attività o il tuo prodotto hanno possibilità di successo.

Questo ci permette di raccogliere idee che rispondano al problema definito.

FASE 1 Definisci cosa vuoi scoprire

Pensa a ciò che devi sapere. Potrebbe trattarsi di capire se le persone sarebbero interessate a un nuovo prodotto che desideri lanciare, cosa pensano dei tuoi prodotti attuali o se esistono delle lacune nel mercato di cui potresti approfittare.

FASE 2 Scegli come condurre la tua ricerca

- **Ricerca primaria:** in questo caso raccogli informazioni direttamente, parlando con le persone, conducendo sondaggi, organizzando focus group o testando prodotti. Per i sondaggi, un'opzione molto diffusa è SurveyMonkey.
- Ricerca secondaria: si esaminano informazioni già esistenti, come rapporti di settore, studi precedenti, statistiche o articoli specializzati. Uno strumento utile a questo scopo è www.statista.com

Questa piattaforma supporta analisi e previsioni di mercato, analisi dei dati, ricerche su prodotti e prezzi, test di concetti e ricerche sull'esperienza utente.

FASE 3 Identifica la tua clientela ideale

Pensa a chi potrebbe essere la tua clientela. Ciò include dati quali l'età, il luogo in cui vivono, cosa gli piace, quanto guadagnano e come acquistano i prodotti. Puoi creare un **BUYER PERSONA**, uno strumento che aiuta a visualizzare il nostro obiettivo e a creare archetipi:

BUYER PERSONA



Assegnare un'etichetta che lo renda facile da identificare:

ad esempio, cittadini, giardinieri, amici dell'ambiente, videogiocatori, ecc.

Chi è questa persona?
PROFILO DEMOGRAFICO:
Età, sesso, professione, luogo di residenza

FRUSTRAZIONI
Come si manifestano le loro difficoltà riguardo al problema/desiderio insoddisfatto che stai cercando di risolvere?

Attraverso quali prodotti/servizi stanno cercando di risolvere questo problema/desiderio insoddisfatto? Quali **alternative** esistono sul mercato?

Chi è questa persona?
PROFILO PSICOGRAFICO:
Interessi, stile di vita, valori, abitudini di consumo, rapporto con l'ambiente circostante

GUADAGNI
Descrivi i vantaggi che si aspettano, desiderano o che li sorprenderebbe trovare.

In quali **ambienti sociali** operano?

Risparmio di tempo, fatica o denaro, sensazioni positive, miglioramento dell'esperienza, salute migliore

Luoghi che frequentano, comunità, social media...

È possibile ottenere uno strumento online a questo link:
[Generatore gratuito di buyer persona di Magnetly](#)

FASE 4 Analizzare la concorrenza e i dati

Studia cosa fanno altre aziende simili alla tua. Questo ti darà un'idea di cosa funziona e cosa no, e ti aiuterà a posizionare meglio il tuo prodotto.

Esistono diversi tipi di **concorrenza**:

- **Concorrenti diretti**

Aziende che offrono prodotti o servizi simili allo stesso pubblico di riferimento e soddisfano le stesse esigenze. Una caffetteria in concorrenza con un'altra caffetteria nella stessa zona.

- **Concorrenti indiretti**

Aziende che offrono alternative per soddisfare la stessa esigenza o risolvere lo stesso problema, anche se il prodotto o il servizio è diverso. Una caffetteria in concorrenza con una sala da tè o con le macchine da caffè domestiche.

- **Concorrenti complementari**

Aziende che offrono alternative per soddisfare la stessa esigenza o risolvere lo stesso problema, anche se il prodotto o il servizio è diverso. *Una caffetteria in concorrenza con una sala da tè o con le macchine da caffè domestiche.*

- **Concorrenti complementari**

Aziende che offrono prodotti o servizi complementari a quelli che vendi, ma con cui potresti competere indirettamente se i consumatori preferissero le loro soluzioni combinate. *Un ristorante che compete indirettamente con le app di consegna di cibo a domicilio, poiché queste ultime consentono ai consumatori di rimanere a casa.*

Dopo aver raccolto tutte le informazioni, esaminale per individuare modelli o tendenze. A tal fine, utilizza lo strumento per eccellenza: **l'analisi SWOT**.

L'analisi **SWOT** (punti di forza, punti deboli, opportunità e minacce) ti aiuterà a valutare la tua posizione sul mercato e a identificare le aree chiave per lo sviluppo della tua strategia di marketing.

PUNTI DI FORZA:

- Cosa rende la tua azienda forte rispetto alla concorrenza?
- *Esempi: alta qualità dei prodotti, riconoscimento del marchio, innovazione nel design.*

PUNTI DEBOLI:

- Quali aree necessitano di miglioramenti?
- Esempi: distribuzione limitata, prezzi elevati, mancanza di risorse di marketing.

OPPORTUNITÀ:

- Quali fattori esterni puoi sfruttare per crescere?
- Esempi: crescente domanda di prodotti biologici, tendenze emergenti nel mercato.

MINACCE:

- Quali rischi esterni potrebbero influire sulla tua attività?
- Esempi: nuovi concorrenti, modifiche alle normative, fluttuazioni economiche

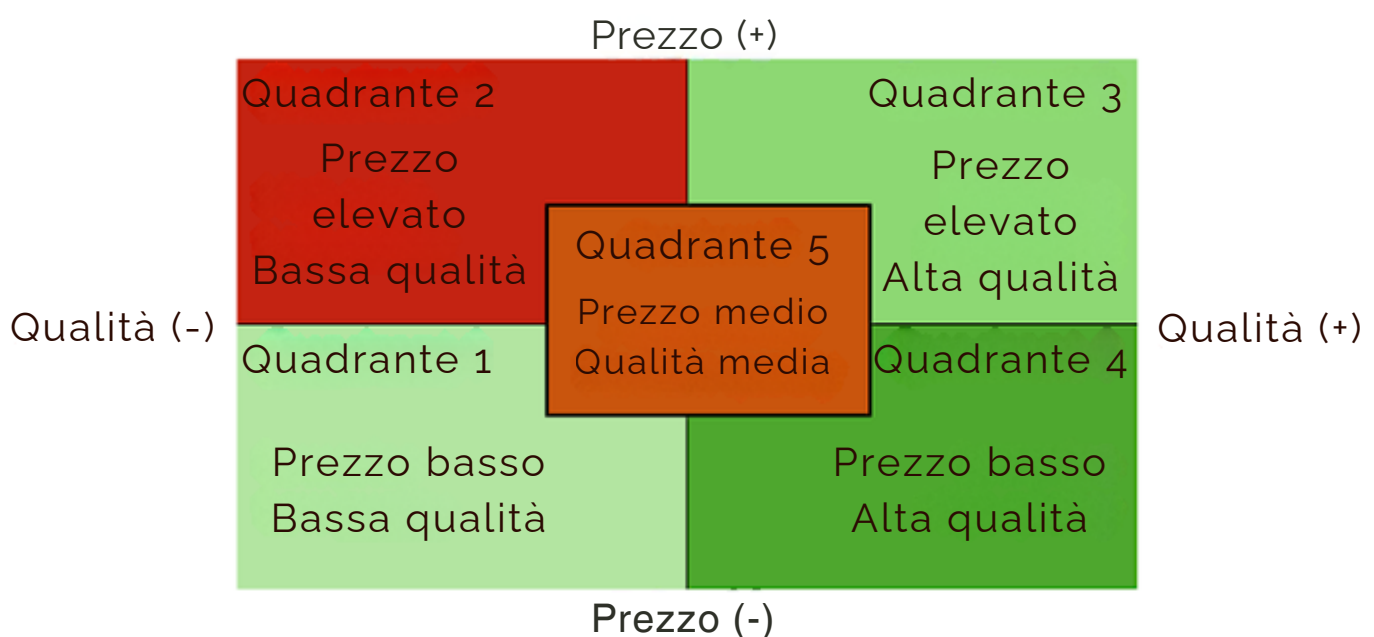
- È possibile scaricare un modello online a questo link:

[Diagramma quadrante beige minimalista per analisi SWOT - Modelli di Canva](#)

Con questa analisi, è interessante poter stabilire una **matrice della concorrenza o una mappa di posizionamento**, determinando, con criteri chiave, gli assi positivi e negativi della nostra concorrenza.

La mappa di posizionamento è un grafico che consente di confrontare le caratteristiche, le capacità e le prestazioni della propria azienda con quelle dei principali concorrenti. Aiuta a identificare le aree in cui la propria azienda ha vantaggi competitivi e quelle che necessitano di miglioramenti. Passaggi per creare una mappa di posizionamento:

1. Disegna la mappa: sono rappresentate da due linee, una orizzontale e una verticale; la prima rappresenta l'asse X e la seconda l'asse Y. Ad ogni estremità dobbiamo aggiungere un valore minimo e uno massimo.
2. Seleziona i criteri di valutazione: prezzo, qualità del prodotto, distribuzione, marketing, servizio clienti, innovazione. Scegli quello giusto.
3. Rappresenta i tuoi principali concorrenti (diretti e indiretti).
4. Assegna i punteggi: valuta la tua azienda e i tuoi concorrenti su ciascun criterio con una scala (ad esempio, da 1 a 5).
5. Analizza i risultati: identifica le aree in cui la tua azienda supera i concorrenti e quelle in cui c'è margine di miglioramento.



È possibile ottenere potenziali strumenti e modelli sia per la mappa di posizionamento che per la matrice della concorrenza al seguente link:

<https://www.hubspot.com/business-templates/competitive-analysis>

3.3 Prototipazione con strumenti di base

Una volta comprese le esigenze del mercato, identificate le tendenze rilevanti e generate idee attraverso esercizi di pensiero creativo, è il momento di dare forma a tali idee. È qui che entra in gioco la prototipazione con strumenti di base. Questa fase consente di trasformare i concetti in rappresentazioni tangibili – attraverso schizzi, simulazioni digitali o modelli semplici – da testare rapidamente. Collegando il prototipo al processo di adeguamento problema-soluzione, è possibile verificare se la proposta risponde realmente alle esigenze delle persone, facilitando così un miglioramento continuo e incentrato sull'utente.

In questo preciso momento, migliaia di persone in tutto il mondo stanno dedicando, proprio come te, le loro speranze, i loro sogni, il loro tempo, le loro energie e il loro denaro allo sviluppo di nuove idee che possano fare la differenza nel mercato locale, nazionale e persino internazionale. La maggior parte degli imprenditori crede di lavorare su un prodotto o un servizio vincente, ma sappiamo che non è sempre vero. Una percentuale molto alta di nuove idee fallisce: *troppe app che non generano profitti, ristoranti che chiudono in meno di un anno, attività che non vendono e società di consulenza che non decollano, perché mancano della cosa più importante: una clientela disposta a pagare per ciò che offrono*. Solo pochi di questi nuovi progetti avranno successo. E ancora meno nuovi prodotti e servizi saranno davvero rilevanti per il mercato a cui si rivolgono. E tu, che hai lavorato alla tua idea imprenditoriale per settimane e persino mesi, scopri che dopo ore e ore di ricerche di mercato, riflessioni sugli utenti e sviluppo del modello di business, non riesci ancora a prevedere a quale gruppo appartieni. Bene, **è ora di creare un prototipo!**

A volte, il successo imprenditoriale viene descritto come un processo quasi magico: grandi dosi di passione per ciò che si fa, credere in se stessi... e “voilà”, il successo è garantito! Ma la realtà è che dietro tutti i prodotti e servizi che hanno successo sul mercato c'è una complessa storia di cicli e cambiamenti. Quindi, quando si intraprende un'avventura imprenditoriale è molto importante non innamorarsi della prima idea o delle prime idee che vengono in mente, ma esplorare nuove alternative. I nuovi progetti traggono sempre beneficio da un forte giudizio critico ed è attraverso tentativi ed errori che le idee vengono ripetute e rafforzate.

Tipi di prototipi

PERCHÉ REALIZZARE UN PROTOTIPO E IPOTESI. Prima di continuare, è importante sapere che finora avete lavorato su quelle che vengono chiamate le ipotesi del vostro progetto imprenditoriale.

Hai individuato un'opportunità in un bisogno insoddisfatto o in un desiderio irrealizzato? Hai scoperto un nuovo tipo di attività che ha successo in altre parti del mondo e che potrebbe funzionare anche nella tua zona? Hai individuato risorse sottoutilizzate che potresti impiegare in modi innovativi?

Sì, a questo punto potresti già avere tra le mani un'idea brillante che, con il tempo e molto lavoro, potrebbe anche trasformarsi in un ottimo business. Ma al momento è solo questo: un'idea. E le affermazioni su cui si basa la tua idea, ma che non sei ancora riuscito a confermare con potenziali utenti, sono ciò che chiamiamo **ipotesi**.

LA MAGGIOR PARTE DELLE IPOTESI ESISTENTI RIGUARDANO QUESTI ASPETTI:

- IPOTESI DEL PROBLEMA: - Chi sono gli utenti e quali sono i loro problemi (bisogni o desideri insoddisfatti).
- IPOTESI DELLA SOLUZIONE: - Quale tipo di prodotto o servizio soddisfa tale bisogno o desiderio - Quanto sono disposti a pagare per la soluzione.
- IPOTESI DI PRODOTTO: - Quali caratteristiche del prodotto o servizio saranno apprezzate dagli utenti - Per quali caratteristiche funzionali ed estetiche sarebbero disposti a pagare un po' di più.
- IPOTESI DI MERCATO: - Numero di potenziali utenti esistenti - Numero di potenziali utenti che possono diventare clienti reali (tasso di conversione).

Esistono diversi modi per realizzare un prototipo e ciascuno di essi può essere adattato al tipo di prodotto o servizio che state sviluppando. Per aiutarvi a seguire questo processo passo dopo passo e massimizzare gli insegnamenti tratti da ogni iterazione, abbiamo progettato un **VISUAL TOOLKIT** che potete scaricare, stampare, riflettere e completare. Come per qualsiasi strumento di pensiero visivo, l'importante non è lo strumento in sé, ma le riflessioni che dovrebbe suscitare. Non si tratta di riempire ogni tela con graziosi post-it colorati, ma piuttosto di analizzare ogni punto, interrogarsi, indagare e trarre il massimo da ogni apprendimento. Lo strumento è solo un percorso, non la fine.

I due strumenti più importanti di questo kit, che costituiscono la spina dorsale dell'intero processo di prototipazione, sono:

1. **La roadmap per la prototipazione**, dove troverete uno per uno i passaggi da seguire ogni volta che create un prototipo: dalla definizione delle domande, alla scelta del prototipo da costruire e al modo di impostare il test con i potenziali utenti, fino alle riflessioni sui risultati ottenuti.
2. **La scheda di validazione**, nella quale dovrai incorporare i risultati di **TUTTI** i prototipi creati, le ipotesi che hai validato, quelle che non hai validato e gli insegnamenti che hai tratto durante tutto il processo (dalla validazione delle ipotesi all'ottenimento della soluzione definitiva). Questo ti consentirà di avere tutte le informazioni organizzate e in ordine sequenziale per prendere le decisioni giuste nella progettazione del prodotto o del servizio.

Per esempio:

Mappa del percorso del cliente. Si tratta di una rappresentazione visiva del percorso che un utente compie quando interagisce con un prodotto o un servizio, dal momento in cui individua un'esigenza fino al momento in cui risolve il proprio problema. Aiuta a identificare i punti di contatto chiave, le emozioni, gli ostacoli e le opportunità di miglioramento lungo l'intera esperienza del cliente.

Storytelling. È una forma di prototipo narrativo che utilizza una storia per spiegare come una persona utilizzerebbe il prodotto o il servizio. Aiuta a visualizzare il contesto, le emozioni e l'esperienza dell'utente. È utile per generare empatia e trasmettere il valore dell'idea in modo chiaro e attraente.

- **Mockup.** È una rappresentazione visiva statica di un prodotto, solitamente digitale (come un'app o un sito web), che ne mostra il design, i colori, la struttura e la disposizione degli elementi. Sebbene non sia interattivo, serve a comunicare l'aspetto finale della soluzione prima che venga sviluppata.
- **MVP (Minimum Viable Product).** È una versione semplificata del prodotto o servizio che include solo le funzionalità essenziali per risolvere il problema principale dell'utente. Viene utilizzato per lanciare rapidamente il prodotto sul mercato, ottenere un *feedback* reale e convalidare la proposta con il minimo sforzo e risorse.

D'altra parte, un'altra delle tecniche più accessibili ed efficaci per la prototipazione di un prodotto o servizio è la **prototipazione web**, che consente di comunicare visivamente l'idea imprenditoriale a un pubblico potenziale. Strumenti come **Canva** e **Mixo** rendono questo processo facile senza la necessità di conoscenze avanzate di progettazione o programmazione. Uno dei formati più comunemente utilizzati è la **landing page**, una singola pagina progettata specificamente per catturare l'attenzione dei potenziali clienti. Questa tecnica consente di risparmiare tempo e risorse e diventa un modo agile per convalidare un'idea prima di svilupparla completamente.

L'utilizzo di una *landing page* come esperimento risponde al principio del “**vendere prima di costruire**”. Consiste nel lanciare una pagina che descrive chiaramente il prodotto o il servizio da offrire, insieme a un pulsante di invito all'azione per richiedere ulteriori informazioni o effettuare un acquisto anticipato. Questo tipo di esperimento consente di verificare rapidamente se il pubblico mostra un interesse reale.

Per aumentare la portata, è consigliabile **affidarsi alla pubblicità sui social network** o altri media digitali che generano traffico verso la pagina. Se il tasso di clic o di conversione è basso, significa che la proposta deve essere modificata. Al contrario, se molte persone mostrano interesse o richiedono informazioni, è un segnale positivo che il mercato apprezza ciò che offri.

Per i servizi con un **focus locale**, questa strategia può essere applicata anche in modo più tradizionale, utilizzando **brochure cartacee** con informazioni chiave e un numero di telefono o WhatsApp per valutare l'interesse. Ciò consente di convalidare la soluzione in modo semplice, senza la necessità di sviluppare il prodotto o creare un'infrastruttura completa.

Oggi progettare una *landing page* è molto facile grazie a **strumenti gratuiti o a basso costo** che consentono di personalizzare ogni elemento senza bisogno di programmazione. Per ottenere buoni risultati, è importante seguire alcuni consigli pratici:

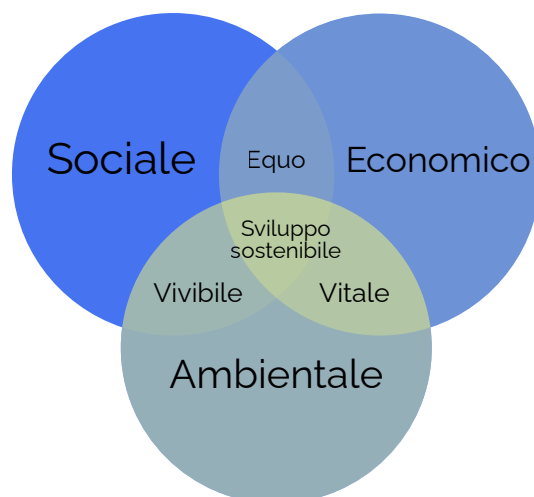
- **Preparare una bozza iniziale** con le idee chiave che si desidera trasmettere.
- **Incorporare contenuti pertinenti e coinvolgenti**, tra cui testi chiari, vantaggi del prodotto e una proposta di valore convincente.
- **Progettare strategicamente gli elementi principali**, come il titolo, i blocchi di testo, i pulsanti di invito all'azione (CTA), le immagini, le testimonianze e i moduli.

Uno strumento particolarmente utile è **Mixo**, una piattaforma basata sull'**intelligenza artificiale generativa (GenAI)** che consente di creare una landing page in pochi secondi a partire da una breve descrizione testuale della propria idea imprenditoriale. Mixo genera automaticamente titoli, descrizioni, moduli di contatto e immagini, offrendo un design funzionale e personalizzabile che può essere utilizzato come prototipo iniziale per convalidare la proposta.

- **3.4 Progettazione di modelli di business con impatto sociale**

Progettare un modello di business con impatto sociale significa ripensare il modo in cui un'azienda può essere economicamente sostenibile **generando al contempo un cambiamento positivo nella società e/o nell'ambiente**. A differenza dell'approccio puramente commerciale, l'imprenditoria sociale pone al centro **una causa**, una sfida collettiva o un'esigenza non soddisfatta dal mercato tradizionale.

Affinché questa proposta sia realizzabile, è essenziale integrare sia la logica aziendale che quella dell'impatto. È qui che entra in gioco il **Triple Bottom Line Business Model Canvas**, uno strumento visivo che consente di strutturare chiaramente il modo in cui il valore sociale ed economico verrà creato, fornito e misurato.



Componenti essenziali del modello di business della tripla bottom line:

È necessario compilare gli 11 blocchi del modello rispondendo ai concetti e alle domande che vengono posti per visualizzare tutti gli elementi che interverranno nel vostro modello di business.



IMPATTO AMBIENTALE In che modo la tua attività produttiva influisce sull'ambiente? (rifiuti generati, fonti energetiche utilizzate, imballaggi, materie prime, fornitori, prodotti riutilizzabili ...)	COLLABORATORI e PARTNERSHIP Le reti di fornitori e partner che rendono possibile il mio progetto. Chi potrebbe essere interessato al successo del progetto? Alleanze strategiche tra non concorrenti Partnership con aziende concorrenti Entità che beneficiano del progetto Professionisti collaboratori (società di consulenza, assistenza tecnica, ecc.)	ATTIVITÀ PRINCIPALI I prodotti, i servizi e le azioni più importanti per il funzionamento del progetto. Quali attività dobbiamo svolgere per generare la nostra proposta di valore? Esistono tre tipi di attività: Tecniche Amministrative Commerciali Questo è il COME.	PROPOSTA DI VALORE È il motivo per cui i clienti scelgono un'azienda o un'organizzazione piuttosto che un'altra. Cosa offriamo? Prodotti/Servizi Perché i consumatori scelgono me? Come mi distinguo dalla concorrenza? Soddisfiamo le esigenze dei nostri clienti? Li aiutiamo a risolvere un problema? Definisci il tuo valore sociale e il tuo valore ambientale. È il COSA, il PERCHÉ e il PER QUALE SCOPO.	RELAZIONI CON I CLIENTI • Come possiamo attirare i clienti? (Online, visite commerciali) • Come possiamo migliorare la nostra immagine/costruire un marchio? (Sito web, social media) • Fedeltà dei clienti e passaparola CANALI DI VENDITA E DISTRIBUZIONE Come consegniamo i nostri prodotti/servizi ai nostri clienti? In loco / In negozio Online/ Consegna a domicilio	SEGMENTI DI CLIENTELA Diversi gruppi di persone o organizzazioni (associazioni, aziende, fondazioni, ecc.) che il mio progetto mira a raggiungere. Per chi stiamo creando valore? Chi sono i nostri clienti più importanti? Questo è il CHI	IMPATTO SOCIALE ESTERNO In che modo il tuo progetto migliora la vita delle persone e della società? Chi, oltre ai tuoi clienti, trarrà beneficio dal tuo progetto? Potrebbe avere un impatto negativo sul tuo ambiente? INTERNO Quali politiche per la cura delle persone e la promozione dell'uguaglianza intendi integrare nella tua attività?
COSTI CHIAVE ECONOMICI: • Costi di investimento: sito web, ristrutturazione dei locali, licenza, attrezzature informatiche, macchinari, arredi, inventario, ecc. • Costi fissi: stipendi e previdenza sociale, affitto, utenze (telefono), servizi di contabilità, comunicazioni, assicurazioni. • Costi variabili: relativi alle vendite (acquisto di materie prime, pagamenti ai collaboratori, ecc.)			SOURCE OF REVENUE ASPETTI ECONOMICI/FONTE DI REDDITO. Tutti i ricavi necessari affinché il progetto sia economicamente sostenibile (vendita di prodotti, tariffe per servizi, abbonamenti, commissioni, ecc.)			

Il modello di business basato sul triplice risultato deve essere **flessibile e aperto all'apprendimento continuo**. Quando lo si mette alla prova nella pratica, sarà necessario adattarlo, ascoltare i beneficiari e **ridefinire costantemente il valore offerto**. L'importante è trovare un equilibrio tra sostenibilità economica, fattibilità operativa e reale trasformazione sociale. Questa metodologia non solo vi aiuterà a lanciare un'impresa significativa, ma anche a costruire un'organizzazione resiliente, scalabile e profondamente connessa alle sfide del nostro tempo.

Spagna

CABO SUR FILMS, S.L., è stata creata da due soci delle Isole Canarie e si dedica alle “attività di produzione cinematografica e video”.

Produttore cinematografico e video, esplora i confini tra finzione e realtà, raccontando storie con un forte background sociale e culturale. Il suo obiettivo è quello di produrre cortometraggi, coltivare il portfolio di registi giovani ed emergenti e sviluppare lungometraggi (sia narrativi che documentari).



CABO SUR
FILM DISTRIBUTION

Pilar Caamaño e Laura Caamaño hanno creato **Cuarzo Verde**, una cooperativa di lavoratori senza scopo di lucro per uno stile di vita sostenibile. Il loro obiettivo è quello di preservare l'ambiente attraverso laboratori di vita sostenibile con pratiche che possono essere applicate nella vita quotidiana per ridurre l'impatto ambientale ed essere più sostenibili ogni giorno. Inoltre, organizzano visite guidate alle Isole Cíes per godersi l'ambiente e conoscerlo, rivolte soprattutto ai bambini affinché possano imparare l'educazione ambientale nella natura stessa.

Storia della cooperativa Cuarzo Verde



Villartesa è una pasticceria tradizionale situata nella piccola città di Alburquerque, nella provincia di Badajoz, dove vengono riprese le ricette locali e i prodotti vengono elaborati con ingredienti tradizionali e senza conservanti. Conchi Román e Ana Fernández hanno creato questa impresa di economia sociale, una società di lavoro, per realizzare il sogno di Conchi e porre fine all'instabilità lavorativa di Ana.

Luz Nieto, originaria di Almeria (Spagna), insieme al suo socio, ha fondato una cooperativa andalusa, con il nome commerciale INBIOTA, che si occupa della vendita di bio-input agricoli a base di microrganismi, progettati per migliorare la salute del suolo e la produttività agricola. Questi prodotti sono finalizzati a promuovere la sostenibilità e a ridurre l'uso di sostanze chimiche in agricoltura. Inoltre, offrono servizi personalizzati come consulenza, analisi del suolo e formazione in pratiche agricole sostenibili, adattati alle esigenze specifiche di ogni cliente.



inbiota.com

Imma Carpinello, originaria di Napoli (Italia), ha fondato la cooperativa **Lazzarelle** dopo aver individuato, attraverso l'Osservatorio italiano sulle carceri, l'urgente necessità di un'occupazione stabile tra le donne private della libertà, molte delle quali vittime di violenza domestica e con scarse opportunità di lavoro, soprattutto nel sud Italia, dove la disoccupazione femminile supera il 40%. È nata così Lazzarelle, una torrefazione gestita interamente da donne all'interno del carcere femminile di Pozzuoli.



LAZZARELLE

lazzarelle.org

Terra di resilienza è una cooperativa sociale con sede a Morigerati (SA), nel Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano, nel sud Italia. Si occupa di agricoltura sociale, turismo esperienziale e tutte le attività volte a far rivivere le pratiche rurali tradizionali e a sviluppare l'inclusione sociale. La cooperativa si occupa di agricoltura, producendo olio extravergine di oliva, viticoltura e produzione di farine di cereali antichi, formazione in pratiche agricole ecosostenibili e promozione di prodotti agroalimentari sostenibili.



**MONTE • FRUMENTARIO
TERRA • DI • RESILIENZA**

montefrumentario.it/la-cooperativa-terra-di-resilienza/

Ginger People Food è un ristorante ad Agrigento, in Sicilia, gestito dalla cooperativa Al-Kharub, che offre cibo di qualità preparato secondo tecniche tradizionali. Il progetto è gestito dalla cooperativa sociale Al Kharub, il cui obiettivo è quello di creare opportunità di lavoro per persone socialmente svantaggiate, tra cui persone con disabilità, migranti e rifugiati. La cooperativa gestisce anche un'attività di apicoltura con api siciliane, un presidio Slow Food, il cui miele è prodotto dalle api dai fiori della famosissima Valle dei Templi.



AL KHARUB
COOPERATIVA SOCIALE

alkharub.it/cooperativa/
gingerpeoplefood.com

Assurd, con sede a Potenza, in Basilicata, è un ristorante incentrato sull'inclusione sociale. È gestito dalla cooperativa sociale Ricco dentro. Assurd è stato fondato nel 2013 da due ex assistenti sociali con esperienza nel campo dei progetti di inclusione per persone affette dalla sindrome di Down. Assurd intrattiene stretti rapporti con le zone rurali acquistando prodotti locali e di qualità dalla Basilicata, nel sud Italia.

<https://assurdpucceria.wixsite.com/website>

Il ristorante **Hatpöttyös**, fondato nel 2012, è un esempio di buona pratica nell'ambito dell'economia sociale e solidale (ESS) ungherese. Essendo uno dei primi ristoranti del Paese ad assumere 15 persone con disabilità e capacità lavorativa ridotta, dimostra il potenziale dell'occupazione inclusiva nel settore dell'ospitalità. Il suo impegno a favore dell'inclusività ha contribuito a sfidare gli stereotipi sociali sulla disabilità e l'occupazione. Creando un ambiente di lavoro favorevole e su misura per le esigenze dei dipendenti disabili, Hatpöttyös ha stabilito un punto di riferimento per altre imprese che mirano a combinare l'impatto sociale con la sostenibilità economica.

<https://mail.hatpottyos.hu/home>

Old Blue è un'azienda ungherese specializzata in prodotti artigianali realizzati con denim riciclato al 100%. La loro gamma comprende una varietà di articoli unici ed ecologici come borse, articoli per la casa, regali, gioielli, decorazioni per la casa e materiali per hobby. Per produrre un paio di jeans occorrono circa 10 metri cubi d'acqua. Ogni anno nel mondo vengono prodotti circa un miliardo di paia di jeans. Il loro obiettivo è riciclare il maggior numero possibile di questi capi. Old Blue è guidata dall'impegno per la sostenibilità ambientale, con l'obiettivo di ridurre i rifiuti tessili trasformando il denim scartato in nuovi prodotti di valore.

<https://oldblue.myshoprenter.hu/>

Old Blue

BeSweet Chocolate Manufacture, fondata nel 2021 a Szekszárd, in Ungheria, dalla Fondazione Kék Madár, produce cioccolatini di alta qualità realizzati da persone con disabilità. La manifattura combina qualità, approvvigionamento etico e responsabilità sociale, sostenendo le pari opportunità a livello locale e il commercio equo a livello globale. I prodotti diversificati di BeSweet riflettono sia la dedizione che l'inclusività, creando legami tra le persone attraverso il cioccolato.



<https://besweet.hu/>

La cooperativa **Völgység Kincse**, fondata con il sostegno del Programma operativo di rinnovamento sociale (2007-2013), opera a Kisvejke, in Ungheria. Aumenta l'occupazione rurale producendo succhi di frutta e sostenendo le piccole imprese locali. La cooperativa gestisce un negozio di prodotti locali, rifornisce le scuole e fornisce capacità di trasformazione agli agricoltori locali, rafforzando l'economia della regione e i legami comunitari.



Yfantourgeo TheWorkplace è uno spazio pionieristico di coworking e comunità creativa con sede nella città vecchia di Nicosia, Cipro. Riunisce sotto lo stesso tetto imprenditori sociali, creativi, ONG, start-up e attivisti per collaborare, innovare e costruire iniziative sostenibili orientate all'impatto.

L'iniziativa funge sia da incubatore che da centro di condivisione delle conoscenze per gli attori dell'economia sociale e solidale (ESS). Offre spazi di lavoro flessibili, opportunità di formazione ed eventi comunitari, creando un ecosistema dinamico per la collaborazione intersettoriale e l'imprenditoria inclusiva.

<https://workspaces.join2share.eu/>

<https://www.facebook.com/Yfantourgeo>

SocialTech Lab è un centro di innovazione situato nella zona cuscinetto di Cipro che combina tecnologia, design e iniziative sociali. Dal 2021 gestisce uno spazio fisico con coworking, sale per lo sviluppo di idee, uno studio di podcasting e ospita eventi comunitari.

Il Lab funge da spazio sicuro e collaborativo dove giovani, educatori, imprenditori e voci emarginate possono incontrarsi.

La sua missione è quella di stimolare l'innovazione civica, amplificare le storie sottorappresentate e promuovere l'imprenditoria sociale guidata dalla comunità utilizzando strumenti sia digitali che creativi.

<https://socialtechlab.org/>



Te Xhoni" Café è un'impresa sociale fondata dal Jonathan Center. Te Xhoni Café è stato inaugurato in occasione della Giornata mondiale della sindrome di Down (DS), il 21 marzo 2017. È un luogo dove i giovani affetti dalla sindrome di Down possono frequentare corsi di abilità di vita e un ambiente dove i genitori dei bambini possono trascorrere del tempo insieme mentre i loro figli partecipano alle sedute terapeutiche. Il Te Xhoni Café offre opportunità di lavoro alle persone con sindrome di Down. È anche un luogo che contribuisce a sensibilizzare l'opinione pubblica sul potenziale dei giovani con sindrome di Down di essere indipendenti e di trovare un impiego, oltre a generare entrate che sostengono l'attività principale dell'organizzazione a sostegno della comunità DSA.

Bar-Cafe"Te Xhoni"

"Te Xhoni"

Center for Culinary Education, funge da centro rivoluzionario per l'educazione culinaire che, oltre agli obiettivi di educazione culinaire, utilizza altre risorse per essere sempre più coinvolto nei sistemi alimentari sostenibili e nei mezzi di sussistenza sostenibili. Il QEK offre programmi di formazione professionale basati sui migliori sistemi culinaire, nonché sulla pratica corretta dei professionisti.

Tirana Green Living (TGL) è un progetto innovativo di imprenditoria sociale avviato dal Centro per l'Educazione Culinare.

Il progetto mira a promuovere i valori sociali, l'integrazione della comunità e a sostenere l'economia locale fornendo prodotti alimentari di alta qualità a prezzi accessibili a chi ne ha bisogno. Grazie alla creazione di un negozio comunitario, TGL è riuscita a raggiungere oltre 1.800 persone e famiglie, influenzando positivamente le loro vite attraverso donazioni di cibo, fornitura di pasti e sessioni di formazione culinaria.

Inoltre, TGL si concentra sulla promozione della sostenibilità ambientale incoraggiando la riduzione dei rifiuti, la conservazione degli alimenti e il consumo responsabile.

Attraverso una combinazione di coinvolgimento della comunità, sviluppo delle competenze e opportunità di lavoro, Tirana Green Living sta trasformando il modo in cui le comunità si uniscono per creare un ambiente sostenibile e inclusivo.



**Center for
Culinary Education**

<https://gek.al/tirana-green-life-community-in-tirana/>

Tradita Ime Artizanale è un'impresa sociale con sede a Elbasan, dedicata alla conservazione del ricco patrimonio artigianale dell'Albania e all'emancipazione delle donne locali provenienti da comunità vulnerabili ed emarginate.

Operando in una struttura confiscata alla criminalità organizzata, questa iniziativa trasforma un ex bene illecito in un centro di creatività, inclusione e cambiamento sociale.

Grazie alla formazione e all'occupazione, le artigiane producono articoli tradizionali fatti a mano come tappeti, tovaglie, borse all'uncinetto e accessori in lana, impegnandosi al contempo in pratiche di riciclaggio che trasformano i tessuti di scarto in nuovi prodotti.

https://www.facebook.com/traditaimeartizanale/?locale=sq_AL

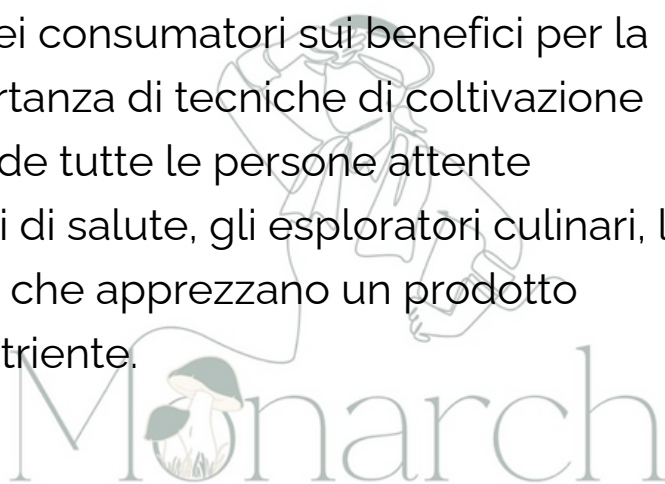
<https://madeinalbania.shop/stores/tradita-ime-artizanale>



Monarch farm ha l'obiettivo di promuovere l'agricoltura urbana coltivando funghi che rappresentano un prodotto nutriente, sicuro e di provenienza locale.

Fondata da Rexhina Gjolla, la sua missione è quella di rispondere alla crescente domanda di alimenti biologici freschi, utilizzando tecniche eco-compatibili. Gli obiettivi principali sono: (i) Fornire funghi freschi e sicuri ai consumatori albanesi; (ii) Contribuire alla riduzione dell'impronta di carbonio attraverso pratiche di coltivazione locali; (iii) Avvicinare le persone all'agricoltura e sensibilizzarle sull'importanza di adottare pratiche salutari per il bene della comunità. (iv) Contribuire all'educazione dei consumatori sui benefici per la salute dei funghi e sull'importanza di tecniche di coltivazione sicure. La clientela comprende tutte le persone attente all'ambiente, gli appassionati di salute, gli esploratori culinari, le organizzazioni e le comunità che apprezzano un prodotto sicuro, biologico, locale e nutriente.

<https://www.instagram.com/monarchfarm.al/>





Esercizi interattivi

Esercizio 1

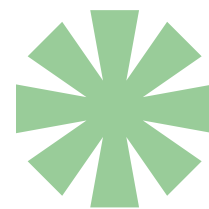
Prova a progettare la tua landing page con lo strumento di progettazione grafica online Canva. Dispone di un designer di landing page con modelli predefiniti, in cui devi solo caricare le risorse grafiche del progetto, decorarle con altri elementi grafici disponibili nello strumento e pubblicarle.

Esercizio 2

Compila il tuo **Triple Balance Canvas** rispondendo alle domande in ciascuno dei blocchi del modello. Scarica il modello e inizia subito!

DEFINISCI LA TUA IDEA E IL TUO PROTOTIPO | Action Against Hunger

Esercizio 3



Quale impatto sociale o ambientale ne deriverà e chi ne saranno i beneficiari? Definisci gli indicatori economici, sociali e ambientali, per sapere come misurare questi risultati, come qualsiasi altra parte del modello di business.

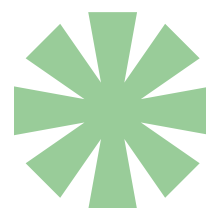
Cerca di mantenerlo semplice, in modo da poter determinarne il valore senza grandi complicazioni. Quindi, scopri il suo valore.

Esercizio 4

Prepara un **Elevator Pitch** sulla strategia di sostenibilità del tuo modello di business.

Un elevator pitch è una presentazione molto breve che ha lo scopo di presentare un progetto, una strategia o un'attività commerciale. Il nome deriva dal tempo che impiega un ascensore per compiere un giro, poiché non si sa mai dove si potrà incontrare qualcuno interessato al proprio progetto.

L'idea è quella di tenere un discorso breve ma d'impatto, che trasmetta le idee principali senza girarci intorno. Sfrutta la strategia che hai ideato e trova un modo per raccontarla in un minuto al massimo.





Esercizio di autovalutazione

1 – Che cos'è l'imprenditoria sociale?

- A) Una formula giuridica per una società
- B) Una forma di impresa che cerca di risolvere problemi sociali o ambientali
- C) Una ONG con impatto sociale
- D) Un sistema di soluzioni innovative

2 – Quale strumento nella metodologia di risoluzione dei problemi?

- A) Il Canvas
- B) Una landing page
- C) Lo strumento di misurazione dell'impatto
- D) Il Design Thinking

3 – Quali sono le fasi del Design Thinking?

- A) Progettazione, ideazione, prototipazione e test
- B) Empatia, definizione e ideazione
- C) Empatia, definizione, ideazione, prototipazione e test
- D) Progettazione, ideazione, definizione, convalida ed esecuzione

4 – La progettazione di una landing page è una tecnica utilizzata per:

- A) Prototipare un prodotto o un servizio
- B) Web design
- C) Progettare idee di business
- D) Promuovere la propria attività sin dall'inizio

5 – Il Triple Balance Canvas ti consentirà di:

- A) Gestire facilmente la tua attività
- B) Misurare l'impatto ambientale della tua attività con gli indicatori definiti
- C) Conoscere le esigenze della tua potenziale clientela
- D) Progettare, analizzare e creare il tuo modello di business, inclusi gli aspetti economici, ambientali e sociali.

Soluzioni: 1B, 2D, 3C, 4A, 5D



Risorse aggiuntive e ulteriori letture

Lvivity.(n.d.). The design thinking process: What it is and why it matters. <https://lvivity.com/design-thinking-process>

Baldó de Andrés, P. / ENVIRALL.es. (2019). Triple Bottom Line: Inclusive entrepreneurship with positive impact. Acción contra el Hambre.

https://accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/manual_triple_balance_emprendimiento_inclusivo.pdf

Harvard Business School Online. (2020, October 15). What is the triple bottom line? <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-the-triple-bottom-line>

Accion contra el Hambre (n.d.). Recursos útiles para emprender. [RECURSOS ÚTILES PARA EMPRENDER](#) | [Acción contra el Hambre](#)

SANNAS. (n.d.). *Triple balance*. <https://www.sannas.eu/triple-balance/>

Action Against Hunger Foundation (2019). *Guide to prototyping entrepreneurship projects*. Fundación Acción contra el Hambre <https://www.accioncontraelhambre.org>
[Guía de prototipado](#)

AMPLE. (n.d.). Itinerario de emprendimiento agroalimentario.
https://accioncontraelhambre.org/sites/default/files/2025-01/Manual%20Emprendimiento%20Agroalimentario_AMPLE.pdf

Bridge for Billions. (n.d.). Enabling real change through entrepreneurship. Estratto da
<https://www.bridgeforbillions.org/es/>

Libri sulle metodologie *Lean*:

Liedtka, J. (2011). *Design for growth: A design thinking tool kit for managers*. Columbia University Press.
<https://www-2.rotman.utoronto.ca/design-for-growth/DesigningForGrowth.pdf>

Maurya, A. (2012). *Running lean: Iterate from plan A to a plan that works* (2nd ed.). O'Reilly Media.
<https://es.scribd.com/document/305741388/Running-Lean>

Womack, J. P., & Jones, D. T. (2003). *Lean thinking: Banish waste and create wealth in your corporation* (Revised ed.). Free Press.
https://www.researchgate.net/publication/200657172_Lean_Thinking_Banish_Waste_and_Create_Wealth_in_Your_Corporation

[Levinson, J. C. \(2007\). *Guerrilla marketing: Easy and inexpensive strategies for making big profits from your small business* \(4th ed.\). Houghton Mifflin.](#)
<https://es.scribd.com/document/443107105/korefo-guerrilla-marketing-jay-conrad-levinson-pdf-xesikup>

Neeley, L. (1998). Entrepreneurs and bootstrap finance: Business, business planning, and business start-up. McGraw-Hill.
[https://citeseerx.ist.psu.edu/document?
repid=rep1&type=pdf&doi=76d24103a6ff04ad9320ea814203fc68b
02bb91](https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=76d24103a6ff04ad9320ea814203fc68b02bb91)



CREASSE.EU



Il presente progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea nell'ambito del programma Erasmus+. La presente pubblicazione riflette esclusivamente il punto di vista dell'autore e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute. Numero di progetto: 2024-1-ES01-KA220-ADU-000256807.