



GREEN UP YOURSELF MODULO FORMATIVO

Modulo formativo per la promozione dell'occupabilità e dell'imprenditorialità verde per i giovani che vivono nelle zone rurali dell'Unione Europea (UE).



**Cofinanziato
dall'Unione Europea**

Il progetto *Green Up Yourself* è cofinanziato dal programma Erasmus + dell'Unione Europea. Il contenuto di questa presentazione è di esclusiva responsabilità del partenariato e né la Commissione Europea né l'Agenzia nazionale spagnola (*Agencia Nacional Española - ANE*), sono responsabili dell'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.

GREEN UP YOURSELF

Progetto Erasmus+ 2022-2-ES02-KA220-YOU-000096446



Coordinatore:

- *FUNDACION SANTA MARIA LA REAL* (Spagna)



Partners:

- *CARDET* (Cipro)
- *CIAPE* (Italia)
- *STEP* (Slovenia)
- *IED* (Grecia)
- *LAG Agro Lider* (Repubblica di Macedonia)



INDICE



INTRODUZIONE.....4

MODULO 1. Introduzione per un ambiente sostenibile.....7

- U1: Cos'è la sostenibilità ambientale? Perché è importante
- U2: Sfide ambientali
- U3: Percorsi di Transizione Verde
- U4: Economia Circolare
- U5: Promuovere la consapevolezza ambientale

MODULO 2. Occupazione verde come alternativa.....59

- U1: Cosa si intende per lavori verdi?
- U2: Competenze verdi: *GreenComp*
- U3: Opportunità emergenti nel settore verde
- U4: Kit per l'imprenditoria verde

MODULO 3. Cosa si intende per imprenditoria

verde?..... 116

- U1: Cos'è l'imprenditoria e l'imprenditoria che comporta degli effetti
- U2: Imprenditorialità nelle zone rurali ed esempi di progetti
- U3: Obiettivi di sviluppo sostenibile e imprenditorialità
- U4: Competenze imprenditoriali (Imprecomp)

MODULO 4. Risorse per avviare un'impresa verde nell'UE.

Parte 1: l'idea imprenditoriale-.....160

- U1: Cosa si intende per idea imprenditoriale
- U2: Grandi tendenze
- U3: Trasformare un'idea in un'impresa, utilizzando l'approccio del *Design Thinking*
- U4: Analisi degli utenti
- U5: Sviluppo dell'idea
- U6: Prototipazione e presentazione di un'idea

INDICE



MODULO 5. Risorse per l'avvio di un'impresa verde nell'UE. Parte 2: Linee guida per lo sviluppo di un *business plan*.....204

- U1: Cosa si intende per modello di business?
- U2: Modelli chiave per lo sviluppo di un *Business Plan*:
 - Business Model Canvas*
 - Lean Canvas*
 - Social Lean Canvas*
- U3: Come sviluppare un modello di business verde? *Social Lean Canvas*
- U4: Presentazione di una proposta:
 - Elevator pitch*
 - Pitch Deck*

MODULO 6. Competenze e strumenti digitali per l'imprenditorialità.....250

- U1: Competenze digitali
- U2: Strumenti digitali
- U3: Strumenti di collaborazione online per il lavoro a distanza: *Google Workspace, Microsoft Teams, Trello, Slack, Dropbox, Monday.com, Asana*
- U4: Strumenti di comunicazione: *Skype, Google Meet, Zoom*
- U5: Applicazioni di progettazione: *WordPress, Wix, Canva*
- U6: Social networks: *WhatsApp Business, LinkedIn*

Introduzione



Cofinanziato
dall'Unione Europea

L'obiettivo è stato quello di sviluppare un modulo formativo rivolto ai giovani che vivono nelle aree rurali, per la promozione della loro occupabilità e dell'imprenditorialità verde nell'UE. Questo Modulo utile anche per i professionisti che lavorano nella formazione dei giovani nel settore.

Il Modulo è stato sviluppato tenendo conto dei bisogni formativi dei ragazzi, delle competenze definite nelle GreenComp e nelle ImpreComp, dell'identificazione delle potenziali nicchie occupazionali verdi, della compilazione dell'offerta formativa e delle Buone Pratiche già esistenti in questo campo nell'UE.

A tal proposito, è stata condotta una ricerca in ciascuno dei Paesi partecipanti, attraverso la raccolta di fonti secondarie e buone pratiche sull'imprenditorialità verde nell'UE, sondaggi e interviste semi-strutturate rivolte a giovani e professionisti giovani, nonché a rappresentanti di aziende, amministrazioni pubbliche e Settore Terziario.

Questo Modulo di sviluppo delle capacità si basa sui risultati della ricerca e comprende i contenuti necessari a giovani provenienti da zone rurali, nonché a professionisti che lavorano con i giovani, per acquisire le conoscenze, competenze e abilità necessarie a promuovere la loro occupabilità, nonché a potenziare la loro imprenditorialità nel settore verde.

Struttura del Modulo Formativo

Questo Modulo formative sull'imprenditorialità verde e le competenze è formato da **6 moduli**:

1. Introduzione per un ambiente sostenibile
2. Occupazione verde come alternativa
3. Cosa si intende per imprenditoria verde?
4. Risorse per avviare un'impresa verde nell'UE.
Parte 1: l'idea imprenditoriale
5. Risorse per l'avvio di un'impresa verde nell'UE.
Parte 2: Linee guida per lo sviluppo di un business plan
6. Competenze e strumenti digitali per l'imprenditorialità





Modulo 1

Introduzione per un ambiente sostenibile



Cofinanziato
dall'Unione Europea



- Unità 1: Cos'è la sostenibilità ambientale? Perché è importante
- Unità 2: Sfide ambientali – una panoramica
- Unità 3: Percorsi di Transizione Verde
- Unità 4: Economia Circolare, un'alternativa sostenibile ai modelli lineari – definizioni, confronti, benefici e strategie di implementazione
- Unità 5: Promuovere la consapevolezza ambientale – percezione, educazione e responsabilità pubblica

Unità 1

Cos'è la sostenibilità ambientale? Perché è importante



Cofinanziato
dall'Unione Europea

Obiettivi di apprendimento nel modulo

Terminato il modulo gli studenti dovrebbero saper:

- definire il concetto di sostenibilità ambientale e spiegarne l'importanza nell'affrontare le sfide globali;
- identificare e descrivere le principali sfide ambientali che il mondo deve affrontare oggi, come il cambiamento climatico, la deforestazione e l'inquinamento;
- capire il concetto di transizione verde e la sua importanza nel raggiungimento della sostenibilità ambientale:
- definire il concetto di economia circolare e i suoi vantaggi rispetto all'economia lineare;
- riconoscere l'importanza della consapevolezza ambientale individuale e collettiva nel promuovere comportamenti sostenibili.



- La sostenibilità ambientale è l'interazione tra le attività dell'uomo e gli ecosistemi della Terra per mantenere la salute ecologica a lungo termine.
- Evidenzia l'uso responsabile delle fonti naturali al fine di preservare le funzioni degli ecosistemi e la biodiversità per le generazioni future.

I metodi di valutazione includono l'impronta ecologica, l'impronta di carbonio e gli indici di biodiversità.



Contesto storico

- Le prime radici

La sostenibilità ambientale ha avuto origine nei movimenti di conservazione dell'inizio del XX secolo.

- Pietre miliari degli anni '70

Il concetto ha acquisito una rilevanza globale per mezzo di eventi come la Prima Giornata della Terra e le Conferenze delle Nazioni Unite sull'ambiente umano

- Rapporto Brundtland

Pubblicato nel 1987, questo rapport ha introdotto il termine “sviluppo sostenibile” e ha collegato la sostenibilità ambientale al benessere economico e sociale.

- Accordi internazionali

Molti accordi globali, dopo il Rapporto Brundtland, come il Protocollo di Kyoto e l'Accordo di Parigi, hanno mirato a implementare la sostenibilità ambientale su scala globale.



Quadro di sostenibilità: tre pilastri



Sostenibilità economica

Obiettivi: costruire un'economia resiliente ed equa

Punti chiave: ridurre l'impatto ambientale e l'esaurimento delle risorse nella produzione e nel consumo

Sostenibilità sociale

Obiettivi: creare una società giusta con equità e inclusione sociale

Metriche: coefficiente Gini, Indice di Sviluppo Umano (ISU), capitale sociale

Sostenibilità ambientale

Obiettivi: conservare and gestire le risorse naturali della Terra

Migliori pratiche: economia circolare, energia rinnovabile, agricoltura sostenibile

Urgenza per la sostenibilità ambientale



L'epoca dell'Antropocene

Impatto: le attività umane causano cambiamenti climatici accelerati, estinzioni di massa, degrado degli ecosistemi

Conseguenze

Biodiversità: minaccia per varie specie

Società umana: influenza la salute pubblica, la stabilità economica

Imperativo per l'azione

Obbligo etico: responsabilità verso il pianeta e le generazioni future

Necessità pragmatica: mitigare i rischi per la vitalità a lungo termine della civiltà e della Terra

Video:

Cosa si intende per ambiente sostenibile?

 **Clicca PLAY per guardare il video**



Unità 2

Sfide ambientali – una panoramica



Cofinanziato
dall'Unione Europea

Sfide ambientali

- **fattori antropici:** attività umane che portano al degrado ambientale;
- **cambiamento climatico:** prove scientifiche, impatti globali e strategie di migrazione;
- **scarsità delle risorse:** focus sulle risorse non rinnovabili come i combustibili fossili e gli elementi rari della Terra;
- **distruzione degli ecosistemi:** perdita di habitat, specie invasive ed effetti a cascata;
- **implications sociali:** come le sfide ambientali influenzano le società, tra cui la salute e le migrazioni.



Attività umane & degrado ambientale

Fattori chiave

- **industrializzazione**: contribuisce in modo significativo all'inquinamento
- **deforestazione**: influenza gli ecosistemi e la biodiversità
- **sviluppo urbano**: porta all'inquinamento del suolo, dell'aria e dell'acqua

Conseguenze

- **tipi di inquinamento**: acqua, aria, suolo
- **impatto sull'ecosistema**: perdita di biodiversità

Confini planetari

- **concetto**: quantifica i limiti operativi sicuri per le attività umane
- **obiettivi**: mantenere la salute e la stabilità dell'ecosistema

Cambiamento climatico: il Gruppo Intergovernativo sul Cambiamento Climatico (IPCC) & impatti globali



Risultati dell'IPCC

- **prove scientifiche:** le attività umane sono il motore principale
- **impatti globali:** aumento del livello del mare, fenomeni atmosferici estremi, acidificazione degli oceani

Strategie di mitigazione

- **energia rinnovabile:** transizione dai combustibili fossili
- **agricoltura sostenibile:** adottare pratica ecologiche

Cooperazione internazionale

- **Accordo chiave:** Accordo di Parigi
- **Obiettivo:** promuovere l'impegno globale per mitigare il cambiamento climatico



Scarsità delle risorse: sfide economiche & tecnologiche

Estrazione & Consumo eccessivi

- Risorse non-rinnovabili: combustibili fossili, elementi rari della Terra, minerali
- Risultato: scarsità delle risorse

Implicazioni economiche

- Prezzi delle materie prime: aumento dei costi
- Bilanci commerciali: impatto negative sulla stabilità conomica

Sfide tecnologiche

- Progressi sostenibili: ostacolati dalla scarsità

Concetti emergenti

- Picco del petrolio: punto di massima estrazione
- Nazionalismo delle risorse: controllo nazionale sulle risorse per garantire l'approvvigionamento



Distruzione degli ecosistemi: Cause & Conseguenze

Perdita di habitat

- **Fonti:** urbanizzazione, agricoltura, deforestazione
- **Risultato:** perturbazione dell'ecosistema

Specie invasive

- **Impact:** ulteriore sconvolgimento degli ecosistemi nativi

Effetti a cascata

- **Reti alimentari:** l'alterazione conduce all'estinzione di specie autoctone
- **Servizi ecosistemici:** alterazione della depurazione delle acque, regolazione del clima

Urgenza di agire

- **Obiettivo:** mitigare la perdita di habitat e gestire le specie invasive al fine di preservare l'equilibrio e i servizi dell'ecosistema



Sfide ambientali: implicazioni sociali

Salute pubblica

- **Tipi di inquinamento:** aria e acqua
- **Impatto sulla salute:** malattie come l'asma, malattie trasmesse dall'acqua

Migrazione & disordini sociali

- **Fattori scatenanti:** scarsità delle risorse, cambiamenti indotti dal clima
- **Conseguenze:** disordini sociali, conflitti

Giustizia ambientale

- **Concetto:** affronta l'impatto diseguale sulle comunità emarginate
- **Obbiettivo:** distribuzione equa dei benefici e degli oneri ambientali



Le sfide ambientali comprendono il cambiamento climatico, la scarsità delle risorse e l'alterazione degli ecosistemi.

Gli impatti sociali includono la salute pubblica, le migrazioni e l'equità sociale, rendendo la sostenibilità un obbligo etico e una necessità pragmatica.

Video:

Come trasformare l'ansia per il clima in voglia di agire

 **Clicca PLAY per vederlo**



Un dovere
etico, una
necessità
pragmatica.

Unità 3

Percorsi di transizione verde



Cofinanziato
dall'Unione Europea

Quadro concettuale: capire la transizione verde

Definizione

- **Transizione verde:** passaggio sistemico a pratiche eco-compatibili e sostenibili in tutti i settori economici

Fondamenti

- **Sviluppo sostenibile:** equilibrio tra crescita economica, euità sociale e protezione dell'ambiente

Struttura guida

- UN Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (OSS): tabella di marcia per la transizione



Transizione energetica: da obbligo a opportunità

Obbiettivi della transizione

- **Da:** sistemi basati su combustibili fossili
- **A:** fonti rinnovabili (solari, eolico, idroelettrico)

Opportunità economica

- **Innovazioni:** reti intelligenti, immaginamento di energia, sistemi decentralizzati

Accesso equo

- **Democrazia energetica:** sostiene la parità di accesso all'energia pulita



Agricoltura sostenibile: innovazioni per una produttività a lungo termine

Aldilà della tradizione

- **Tecniche avanzate:** incorporare la tecnologia nell'agricoltura

Tecniche & tecnologie

- **Agricoltura di precisione:** sensori IoT per un uso ottimale delle risorse
- **Agroforestale:** combina alberi e colture
- **Agricoltura verticale:** massimizza la **resa per piede quadrato**

Obbiettivi

- **Produttività a lungo termine:** senza compromettere la salute dell'ambiente e la biodiversità



Politica e *governance*: ruoli a più livelli nella transizione verde

Organismi internazionali

- Le Nazioni Unite e la Banca mondiale forniscono quadri di riferimento e finanziamenti

Governi nazionali

- **Politiche:** prezzi del carbonio, incarichi per le energie rinnovabili, certificazioni di sostenibilità

Comunità locali

- **Governance partecipativa:** assicura una transizione inclusiva e equa

Video:

I punti deboli/oscuri della transizione energetica verde | Olivia Lazard | TED

 **Clicca PLAY per vedere il video**



Politica e *governance*: ruoli a più livelli nella transizione verde

Strategie internazionali

- **Accordi globali:** Accordo di Parigi, OSS
- **Meccanismi di finanziamento:** obbligazioni verdi, fondi per il clima

Approcci nazionali

- **Legislazione:** leggi sulla protezione ambientale
- **Incentivi:** agevolazioni fiscali per le pratiche sostenibili

Coinvolgimento della comunità

- **Iniziative locali:** progetti solari comunitari, programmi di gestione rifiuti
- **Sensibilizzazione del pubblico:** campagne educative, consultazioni pubbliche



Unità 4

L' economia circolare: un' alternativa sostenibile ai modelli lineari - Definizioni, confronti, vantaggi e strategie di implementazione



Cofinanziato
dall'Unione Europea

Definizione: capire l'economia circolare

Modello alternativo

- **Obiettivo:** dissociare la crescita economica dal consumo di risorse e dal degrado ambientale

Obiettivo principale

- **Principi di progettazione:** eliminare gli sprechi attraverso la progettazione di prodotti e sistemi
- **Gestione delle risorse:** riutilizzo e riciclaggio continui

Sistema a ciclo chiuso

- Crea un **ciclo autosufficiente** di utilizzo di risorse



Definizione: confront con l'economia circolare – il modello tradizionale

Economia lineare

Modello: *'Prendere, fare, disporre'*

Caratteristiche:

- insostenibile
- estrazione costante di risorse finite

Conseguenze:

- degrado ambientale
- produzione di rifiuti



Vantaggi dell'economia circolare – vantaggi ambientali

Vantaggi ambientali

- Riduzione dei rifiuti
- Riduzione delle emission di gas serra
- Conservazione delle risorse naturali



Vantaggi dell'economia circolare – vantaggi economici

Vantaggi economici

- **Risparmio sui costi:** utilizzo efficiente delle risorse
- **Innovazione:** stimola le tecnologie sostenibili
- **Creazione di posti di lavoro:** nuovi mercati nel riciclaggio e nella ristrutturazione



Implementazione dell'economia circolare - ruoli delle parti interessate

Diverse parti interessate

- **Aziende:** riprogettazione dei prodotti, programmi di ritiro
- **Governi:** emanazione di leggi, incentivi fiscali
- **Società:** sensibilizzazione del pubblico, iniziative di base



Implementazione dell'economia circolare – strategie aziendali

Pratiche aziendali

- **Durata e riciclabilità:** riprogettazione dei prodotti
- **Sistemi di restituzione:** incoraggiare la restituzione da parte dei consumatori
- **Catene di fornitura sostenibili:** ottimizzazione dell'impatto ambientale



Implementazione dell'economia circolare – Politiche e quadri globali

Iniziative nazionali e internazionali

- **Politiche:** responsabilità estesa del produttore, incentivi fiscali
- **Sensibilizzazione del pubblico:** campagne guidate dal governo
- **Quadro globale:** Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (OSS) delle Nazioni Unite come struttura guida



Unità 5

Promuovere la consapevolezza ambientale: percezione pubblica, educazione e responsabilità



Cofinanziato
dall'Unione Europea

Percezione pubblica dei problemi ambientali – fattori che influenzano la percezione

Fattori che influenzano la percezione

- **Formazione:** livello di conoscenza delle tematiche ambientali
- **Background culturale:** credenze etiche e sociali che influenzano la percezione.
- **Influenza dei media:** ruolo delle notizie e dei social media nella formazione delle opinioni



Percezione pubblica dei problemi ambientali – La doppia natura della consapevolezza

Lo spettro della consapevolezza

- **Crescente consapevolezza globale:** preoccupazione crescente per i cambiamenti climatici, perdita di biodiversità e esaurimento delle risorse
- **Idee sbagliate e apatia:** aree dove la consapevolezza è bassa o inesistente



Percezione pubblica dei problemi ambientali – impatto sulla società

Impatto sulla società

- **Decisioni politiche:** l'opinione pubblica influenza le politiche ambientali
- **Comportamento del consumatore:** influenza le scelte di acquisto sostenibili
- **Iniziative aziendali:** guidano gli sforzi di sostenibilità delle aziende



Formazione e sensibilizzazione – i pilastri della consapevolezza

Fondamenti della consapevolezza

- **Educazione formale:** integrazione degli studi ambientali nei programmi di studi
- **Educazione informale:** workshops, webinar, programmi di *citizen science*



Formazione e sensibilizzazione – Il ruolo delle organizzazioni

Organizzazioni come catalizzatori

- **Organizzazioni Non Governative (ONG):** cruciali nel guidare le iniziative di sensibilizzazioni
- **Community-Based Organizations:** impatto locale e cambiamento globale
- **Comunità scientifiche:** diffusione dei risultati della ricerca al pubblico



Ruolo dei *media* spada a doppio taglio

Media tradizionali vs. nuovi media

- **Media tradizionali:** giornali, televisioni per approfondimenti e opinion di esperti
- **Social Media:** democratizzano l'informazione portando alla disinformazione



Ruolo dei media le sfide della democratizzazione

Rischi e ricompense

- **Disinformazione / Fake News:** la democrazia dell'informazione ha un costo
- **Polarizzazione:** i media possono amplificare le convinzioni esistenti, dividend l'opinione pubblica



Ruolo dei *media*

L'importanza dell'alfabetizzazione mediatica

La necessità del discernimento

- **Alfabetizzazione mediatica:** critica nel valutare la credibilità delle informazioni
- **Fact-Checking:** essenziale per verificare le informazioni prima della condivisione
- **Responsabilità pubblica:** vigilanza collettiva contro la disinformazione



Responsabilità personale

Oltre le semplici azioni

Capire l'impronta ecologica

- Riciclaggio ed efficienza energetica: nuovi punti nella sostenibilità
- Impronta ecologica: una misura olistica dell'impatto individuale



Responsabilità personale

Scelte e azioni

Dalla passività al coinvolgimento della comunità

- **Una dieta a base vegetale:** una scelta con notevoli vantaggi per l'ambiente
- **Progetti comunitari:** impegnarsi a livello locale per ottenere un impatto più ampio
- **Viaggi sostenibili:** scegliere il trasporto pubblico o i veicoli elettrici



Responsabilità presonale

Il potere della consapevolezza pubblica

Campagne e piattaforme comunitarie

- **Giornata della Terra:** un evento annuale incentrato sulla consapevolezza ecologica globale
- **Luglio senza plastica:** una campagna per ridurre i rifiuti di plastica
- **Accrescimento di potere personale:** piattaforme per ispirare l'azione collettiva e individuale

Video:

Papa Francesco | il nostro imperativo morale di agire sui cambiamenti climatici

 **Clicca PLAY per guardare il video**





Green Up
yourself

Esercizio pratico



Cofinanziato
dall'Unione Europea



Descrizione dell'esercizio

Nome: calcolatore dell'impronta di carbonio

Capire e ridurre la tua impronta di carbonio

Obiettivo di apprendimento:

approfondire la comprensione del cambiamento climatico e dei suoi fattori

Competenze: pensiero analitico, alfabetizzazione digital e responsabilità personale

Svolgimento



- Introduzione: Importanza dell'impronta di carbonio.
- Calcolatore: utilizzare uno strumento online affidabile.
- Inserimento dati: inserire i dati personali.
- Analisi: annotare i risultati.
- Discussione: condividere i risultati.
- Riflessione: inserire i risultati all'interno di un foglio di calcolo.

Gli studenti capiranno le loro impronte di carbonio individuali e identificheranno i modi per ridurle.

Passi successivi/Attività di follow-up:

Incoraggiare i partecipanti ad attuare le strategie di riduzione individuate e a rivalutare periodicamente la propria impronta di carbonio.

Risorse materiali:

- accesso ad internet
- calcolatore dell'impronta di carbonio online sviluppato in precedenza
- fogli di calcolo (*Excel o Google sheets*)

Durata: 20 minuti



Green Up
yourself

Esercizio pratico



Cofinanziato
dall'Unione Europea



Risorse materiali:

- accesso ad internet
- piattaforma per riunioni virtuali con possibilità di sala riunioni
- materiale preparato o schede informative sulle fonti di energia rinnovabili (solare, eolica, idroelettrica, ecc...)

Durata: 30 minuti

Descrizione dell'esercizio

Nome: dibattito sulle energie rinnovabili

Comprendere e ridurre la propria impronta di carbonio

Obiettivo di apprendimento: far capire ai partecipanti i vantaggi e gli svantaggi delle varie fonti di energia rinnovabile e incoraggiare il pensiero critico e la capacità di parlare in pubblico attraverso un dibattito strutturato.

Competenze: pensiero critico, *public speaking*, alfabetizzazione scientifica

Svolgimento



1. **Introduzione (3 minuti):** introdurre brevemente il concetto di energia rinnovabile, sottolineando l'importanza nella transizione verso pratiche sostenibili.
2. **Individuazione delle risorse (3 minuti):** i partecipanti dovrebbero individuare le risorse sulle fonti energia rinnovabile attraverso una ricerca sul web.
3. **Formazione dei gruppi e assegnazione degli argomenti (4 minuti):** dividere i partecipanti in piccoli gruppi e assegnare a ciascuno una fonte di energia rinnovabile da difendere e una sala di riunione virtuale.
4. **Ricerca e discussione (7 minuti):** i gruppi utilizzano le schede informative e qualsiasi altra ricerca su internet per comprendere i pro e i contro della fonte energetica assegnata.
5. **Preparazione del dibattito (3 minuti):** ogni gruppo prepara una breve presentazione a favore della propria fonte di energia rinnovabile, concentrandosi sui vantaggi e affrontando gli svantaggi.
6. **Il dibattito (7 minuti):** ritornare nella riunione principale. Ogni gruppo ha a disposizione 1-2 minuti per presentare le proprie argomentazioni.
7. **Sessione di domande e risposte (2 minuti):** dare spazio alle domande degli altri partecipanti ai gruppi
8. **Osservazioni conclusive (1 minuto):** riassumere i punti sollevati durante il dibattito e sottolineare l'importanza delle fonti energetiche rinnovabili diversificate per un futuro sostenibile.

Bibliografia

- Gruppo Intergovernativo sul Cambiamento Climatico. (n.d.). PCC — Gruppo Intergovernativo sul Cambiamento Climatico. Disponibile su <https://www.ipcc.ch/>
- Gruppo Intergovernativo sul Cambiamento Climatico. (n.d.). Rapporto metodologico sui forzanti climatici a vita breve. Disponibile su <https://www.ipcc.ch/>
- Gruppo Intergovernativo sul Cambiamento Climatico. (n.d.). Riscaldamento globale di 1,5 °C. Disponibile su <https://www.ipcc.ch/>
- *International Institute for Sustainable Development*. (n.d.). Sviluppo sostenibile. Disponibile su <https://www.iisd.org/>
- Agenzia per la Protezione dell'ambiente. (n.d.). Informazioni sulla sostenibilità. Disponibile su <https://www.epa.gov/>
- Nazioni Unite. (n.d.). I 17 obiettivi | Sviluppo sostenibile. Disponibile su <https://www.un.org/>
- Agenzia Internazionale per l'Energia. (n.d.). L'industria del petrolio e del gas nelle transazioni energetiche – Analisi. Disponibile su <https://www.iea.org/>
- Forum economico mondiale. (n.d.). Il rapporto dell'Agenzia Internazionale per l'Energia condivide tre sfide nascoste della transizione energetica. Disponibile su <https://www.weforum.org/>

Ulteriori letture



- Agenzia Internazionale per l'Energia. (n.d.). IEA – Agenzia Internazionale per l'Energia. Disponibile su <https://www.iea.org/>
- Agenzia Internazionale per l'Energia. (n.d.). L'industria del petrolio e del gas nelle transazioni energetiche – Analisi. Disponibile su <https://www.iea.org/>
- Forum economico mondiale. (n.d.). Il rapporto dell'Agenzia Internazionale per l'Energia condivide tre sfide nascoste della transizione energetica. Disponibile su <https://www.weforum.org/>
- Agenzia Internazionale per l'Energia. (n.d.). IEA – Agenzia Internazionale per l'Energia. Disponibile su <https://www.iea.org/>
- Fondazione Ellen MacArthur. (n.d.). Cosa si intende per Economia Circolare? Disponibile su <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/>
- Forum economico mondiale. (n.d.). Cosa si intende per Economia Circolare e perchè il mondo è meno circolare? Disponibile su <https://www.weforum.org/>
- McKinsey & Company. (n.d.). L'Economia Circolare: dalla Teoria alla pratica. Disponibile su <https://www.mckinsey.com/>
- The Nature Conservancy. (n.d.). Impegno dei giovani. Disponibile su <https://www.nature.org/>
- Programma ambientale delle Nazioni Unite. (n.d.). Giovani, formazione & ambiente. Disponibile su <https://www.unep.org/>



Modulo 2

Occupazione verde come alternativa



Cofinanziato
dall'Unione Europea



- Unità 1: Cosa si intende per lavori verdi?
- Unità 2: Competenze verdi: *GreenComp*
- Unità 3: Opportunità emergenti nel settore verde.
- Unità 4: Kit per l'imprenditoria verde: competenze verdi, selezionare un contesto lavorativo verde, *personal branding*, clienti e mercato di nicchia, prima approccio all'idea di azienda verde.

Obiettivi di apprendimento del modulo

- Comprendere il concetto di occupazione verde
- Definire i lavori verdi
- Aumentare le conoscenze, le abilità e le attitudini relative al Quadro europeo delle competenze in materia di sostenibilità, *GreenComp*
- Aumentare la conoscenza dell'impatto della trasformazione verso un'economia più verde sui posti di lavori
- Individuare le opportunità emergenti nel settore verde
- Apprendere passo dopo passo come trasformare un'idea imprenditoriale verde in un piano d'impresa fattibile.



Unità 1

Cosa si intende per lavori verdi?



Cofinanziato
dall'Unione Europea

I lavori verdi affrontano le due sfide più importanti del XXI secolo

- Prevenire i cambiamenti climatici pericolosi e il degrado ambientale
- Necessità impellente di garantire sviluppo sociale e lavoro dignitoso per tutti



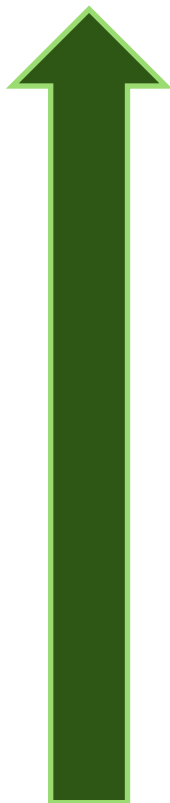
Sfide ambientali

Comportano implicazioni di vasta portata in termini di mezzi di sussistenza e dinamiche del mercato del lavoro

- **Cambiamento climatico** (innalzamento del livello del mare, aumento di fenomeni atmosferici estremi – tempeste, inondazioni, siccità, modelli di caduta dell'acqua ecc...)
- **Aumento della popolazione mondiale**: 1 miliardo 1900 a 9 miliardi 2050
- **No acqua potabile**: circa 900 milioni di persone
- **No energia affidabile**: 3 miliardi di famiglie
- Quasi $\frac{3}{4}$ dei più poveri del mondo **dipendono dall'ambiente** come parte significativa del loro sostentamento quotidiano

Sfide sociali

- **Disoccupati**: 205 milioni a livello globale. Di questi, quasi il 40% ha un'età compresa tra i 15 e i 24 anni. Un lavoratore su cinque è in condizioni di estrema povertà. Solo una persona su cinque in età lavorativa ha accesso a sistemi di protezione sociali completi.



✓ Sostenibile per
l'ambiente

✗ Dignitoso

✓ Sostenibile per
l'ambiente

✓ Dignitoso

✗ Sostenibile per
l'ambiente

✗ Dignitoso

✗ Sostenibile per
l'ambiente

✓ Dignitoso



Lavori
verdi



Cambiamento climatico/degrado ambientale

- Misure di adattamento ai cambiamenti climatici
- Politiche per la mitigazione dei cambiamenti climatici
- Protezioni delle risorse ambientali



Sfide occupazionali e sociali

- Cambiamento delle esigenze occupazionali
- Riduzione della povertà e del degrado ambientale
- Aumento dell'uso di energia rinnovabile
- Transizione giusta

La designazione deriva da due punti di vista

- in base all'output (prodotti e servizi)
- In base al processo (o produzione) di un'attività economica.

IMPIEGATI VERDI possono entrare in un settore commerciale dichiaratamente “verde”, fornendo prodotti e servizi ecologici e rispettosi dell'ambiente (ad esempio la gestione dei rifiuti)

LAVORI VERDI considerano entrambi gli aspetti nei loro modelli di business, creando ulteriore occupazione dignitosa attraverso l'uso di processi più rispettosi dell'ambiente, riducendo al contempo l'impatto ambientale complessivo come risultato di persone o aziende che utilizzano il prodotto o il servizio finale.

Trasformazione di vasta portata

Per rispondere a queste sfide è necessaria una trasformazione di vasta portata nel nostro modo di produrre, consumare e vivere.

L'elemento chiave di questo passaggio a un'economia sostenibile e a basse emissioni di carbonio è...

LAVORI VERDI

Ambiente



Impatto
sociale

Economia

Cosa si intende per “lavori verdi”?

I lavori verdi sono lavori che rispettano la natura e la Terra.

I lavori verdi sono opportunità di lavoro che hanno un impatto positivo sull'ambiente e mirano a ridurre il consumo di risorse e l'inquinamento e a contribuire alla sostenibilità.

I lavori verdi possono abbracciare diversi settori, dalle energie rinnovabili ai trasporti sostenibili e all'agricoltura ecologica.

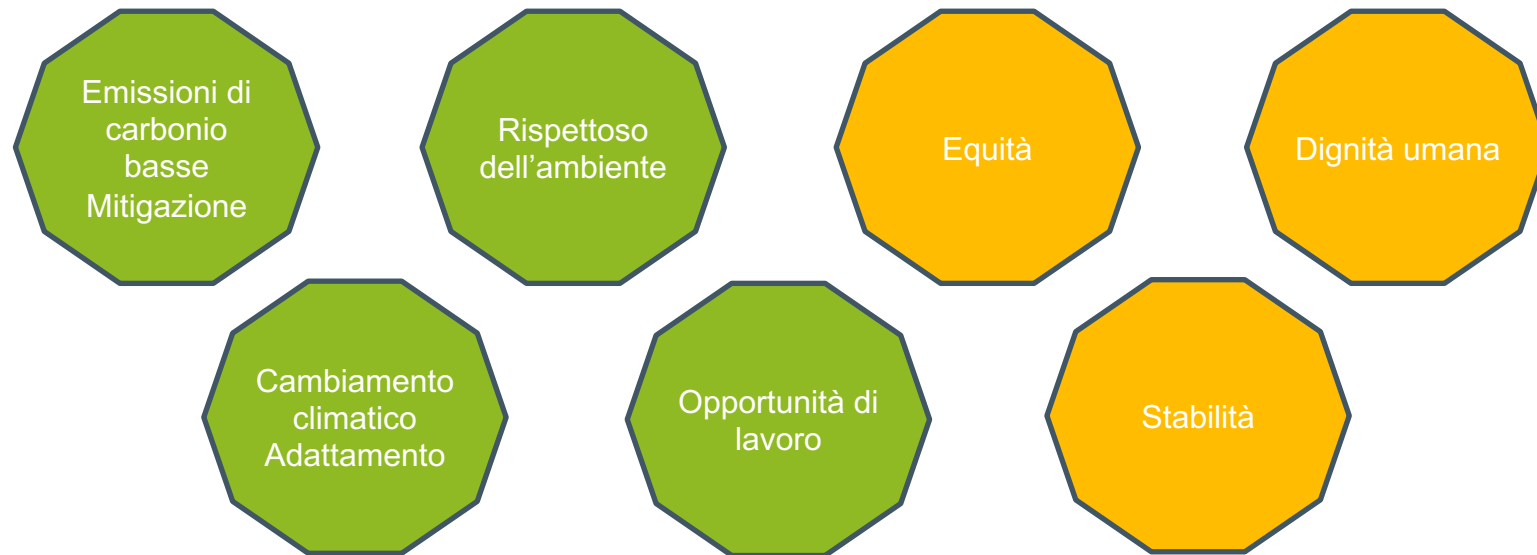


Lavori verdi - definizione dell'*International Labour Organisation* (ILO) e del Programma delle Nazioni Unite per l'ambiente (UNEP*)



Creazione di posti di lavoro nei settori e nelle attività economiche che riducono il loro impatto ambientale e lo riportano a livelli sostenibili.

Lavori Verdi = sostenibile dal punto di vista ambientale + Decente



*UNEP: *United Nations Environment Programme*

Lotta alla disoccupazione

Lavori VERDI possono essere parte integrante della lotta alla disoccupazione giovanile, grazie ai bassi requisiti di ingresso per i giovani in molti settori e al loro generale forte interesse per le soluzioni aziendali GREEN e le considerazioni sulla sostenibilità.



Quali sono i vantaggi dei lavori verdi?



- Contribuzione alla conservazione dell'ambiente e alla lotta al cambiamento climatico
- I paesi possono diventare più competitivi a livello economico (stimolano l'economia)
- Opportunità di creare nuovi posti di lavoro, di riqualificare i disoccupati, in un momento di recessione economica
- Promozione dell'uso di risorse energetiche rinnovabili nazionali e di tecnologie avanzate

Dimensioni più ampie dell'efficienza energetica e delle risorse, sradicamento della povertà, equità sociale e benessere umano.

Lavori verdi nel settore economico



ESPANSIONE

Reciclaggio,
agricoltura
biologica, eco
turismo...

EVOLUZIONE

Costruzione,
produzione,
allevamento e
agricoltura...

DECLINO

Combustibili
fossili...

Da considerare



- L'occupazione verde è indispensabile per la creazione di posti di lavoro e la crescita del PIL
- Le PMI sono altamente interconnesse all'interno delle catene del valore, creando significativi effetti di spillover
- L'occupazione verde può essere sostenuta al meglio attraverso interventi a vario livello, utilizzando un'ampia scelta di strumenti
- I giovani possono essere ben indirizzati, dal momento che i requisiti di ingress sono bassi e la disponibilità alla protezione dell'ambiente è alta.

Esempi di lavori verdi

- Installatori di pannelli solari
- Costruzione e produzione ecologica
- Ingegnere ambientale
- Carriere nel settore agricolo
- Professionisti del trasporto ecologico
- Produttore di aiuto a basso consumo di carburante
- Agricoltore sostenibile
- Agricoltore in ambito agro-forestale
- Lavoratori nella sivilcoltura certificata
- Raccoglitori di rifiuti elettronici
- Architetti e ingegneri che progettano
- Tecnologie ed energie rinnovabili
- Prodotti per l'efficienza energetica



Unità 2

Competenza verdi: *GreenComp*



Cofinanziato
dall'Unione Europea

Cosa si intende per *GreenComp*?

GreenComp descrive una serie di **competenze sostenibili** che possono aiutare gli studenti a pensare, pianificare e agire con empatia, responsabilità e attenzione per il pianeta.



Obiettivi di Sviluppo Sostenibile



Cosa si intende per *GreenComp* e quali sono gli obiettivi



Apprendimento per la transizione verde

- *GreenComp* risponde alla crescente esigenza delle persone di **migliorare e sviluppare le conoscenze, le competenze e le attitudini** per vivere, lavorare e agire in modo sostenibile.
- L'obiettivo di *GreenComp* è di **promuovere una mentalità di sostenibilità**, aiutando gli utenti a sviluppare le conoscenze, le abilità e le attitudini per pensare, pianificare e agire con empatia, responsabilità e attenzione per il nostro pianeta
- Il Quadro europeo delle competenze sulla sostenibilità *GreenComp* descrive conoscenze, abilità e attitudini che **promuovono modi di pensare, pianificare e agire con empatia, responsabilità e attenzione per il nostro pianeta..** *GreenComp* è una **presentazione ampia e complete delle competenze** costruita sulla base di ricerche precedenti e negoziata tra un'ampia gamma di esperti e soggetti interessati.

Competenze sostenibili



Una **competenza sostenibile** consente agli studenti di incarnare i valori della sostenibilità e di abbracciare i sistemi complessi, al fine di intraprendere o richiedere azioni che ripristinino e mantengano la salute dell'ecosistema e migliorino la giustizia, generando visioni per un futuro sostenibile.

L'apprendimento per la sostenibilità ambientale mira a coltivare una mentalità di sostenibilità dall'infanzia all'età adulta con la consapevolezza che gli esseri umani sono parte della natura e da essa dipendono.

Gli studenti sono dotati di conoscenze, competenze e atteggiamenti che li aiutano a diventare attori del cambiamento e a contribuire individualmente e collettivamente a plasmare il futuro entro i confini del pianeta.

Competenze sostenibili



The visual representation



<https://mappa.fi/sv/greencomp-roadmap/>

Abbracciare i valori della sostenibilità



Sostenere l'equità e la giustizia per le generazioni attuali e quelle future, sostenendo al contempo l'idea che gli esseri umani sono parte della natura

Valutare la sostenibilità – per riflettere sui valori personali; identificare e spiegare come i valori variano tra le persone e nel tempo, valutando criticamente come si allineano con i valori della sostenibilità.

Sostenere l'equità – sostenere l'equità e la giustizia per le generazioni attuali e future e imparare dalle generazioni precedenti per la sostenibilità.

Promuovere la natura – riconoscere che gli esseri umani sono parte della natura e rispettare i bisogni e i diritti delle altre specie e della natura stessa per ripristinare e rigenerare ecosistemi sani e resilienti.

Abbracciare la complessità nella sostenibilità



Pensiero sistematico – approcciarsi un problema di sostenibilità da tutti i punti di vista; considerare il tempo, lo spazio e il contesto per capire come gli elementi interagiscono all'interno e tra i sistemi.

Pensiero critico – Valutare le informazioni e le argomentazioni, identificare i presupposti, mettere in discussione lo status quo e riflettere su come il background personale, sociale e culturali influenzi il pensiero e le conclusioni.

Inquadramento del problema – Per formulare le sfide attuali o potenziali come problemi di sostenibilità in termini di difficoltà, persone coinvolte, tempo e ambito geografico, al fine di identificare approcci adeguati per anticipare e prevenire i problemi e per mitigare e adattare quelli già esistenti.

Immaginare un future sostenibile



Alfabetizzazione al futuro – immaginare un futuro sostenibile e alternativo attraverso scenari alternativi che permettano di identificare i passi necessary per raggiungere il future sostenibile perfetto.

Adattabilità – Gestire le transizioni e le sfide in situazioni di sostenibilità complesse e prendere decisioni relative al futuro di fronte all'incertezza, all'ambiguità e al rischio.

Pensiero esplorativo – Adottare un pensiero relazionale, esplorando e collegando discipline diverse, utilizzando la creatività e la sperimentazione di idee o metodi nuovi.

Agire per la sostenibilità



Agenzia politica – navigare nel sistema politico, individuare le responsabilità politiche per i comportamenti non sostenibili e chiedere politiche efficaci per la sostenibilità

Azione collettiva – agire per il cambiamento in collaborazione con gli altri

Iniziativa del singolo – identificare il proprio potenziale di sostenibilità e contribuire attivamente a migliorare le prospettive della comunità e del pianeta



Unità 3

Opportunità emergenti nel settore verde



Cofinanziato
dall'Unione Europea

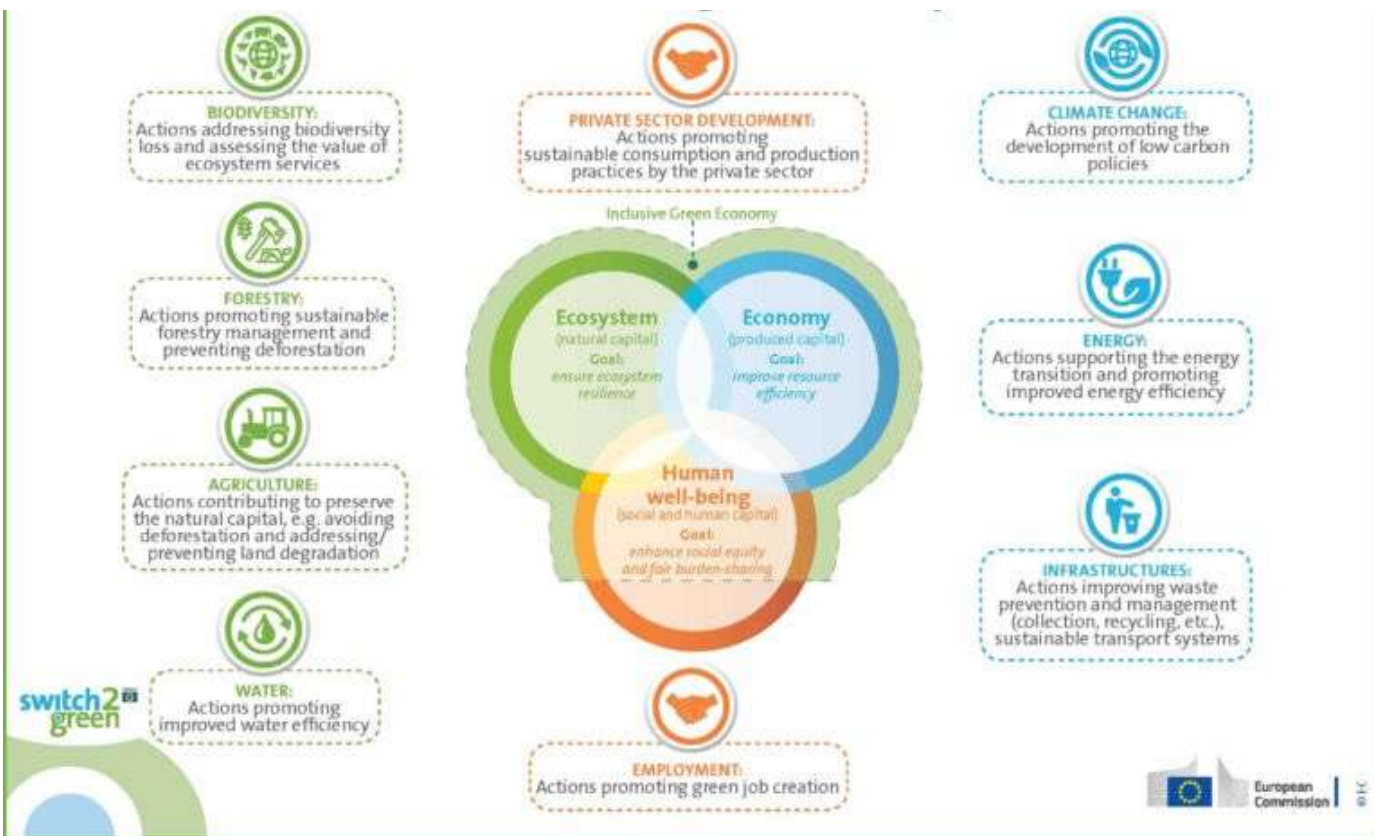
Settore verde

Settore verde – aprire nuovi mercati stimolando la domanda dei beni, dei servizi e delle tecnologie verdi.

“Il settore verde rappresenta un enorme potenziale per la creazione di posti di lavoro e dobbiamo assicurarci che l’Europa possa coglierne in toto i benefici”

Connie Hedegaard, ex commissario europeo per l’Azione per il Clima





Secondo il *Programma ambientale delle Nazioni Unite*, “il lavoro in attività agricole, manifatturiere, di ricerca e sviluppo (R&S), amministrative e di servizio che contribuiscono in modo sostanziale a preservare o ripristinare la qualità ambientale”.

In particolare, ma non esclusivamente, si tratta di lavori che aiutano a proteggere gli ecosistemi e la biodiversità, a ridurre il consumo di energia, materiali e acqua attraverso strategie ad alta efficienza, a decarbonizzare l’economia e a ridurre o evitare del tutto la produzione di tutte le forme di rifiuti e di inquinamento.”



Potenziale di promozione del lavoro dignitoso e di sviluppo di imprese verdi lungo la gerarchia dei rifiuti, con particolare attenzione alla raccolta, allo smistamento e al riciclaggio dei rifiuti.



Economia circolare

Dare forma alla transizione verso un'economia più verde, ricca di posti di lavoro e socialmente giusta.

L'economia circolare consente alle persone di sfruttare le opportunità emergenti ad essa collegate e migliorerà il loro profilo professionale grazie all'acquisizione di nuove competenze sempre più richieste in futuro.



Una delle opportunità emergenti nel settore verde è l'agricoltura sostenibile. Sia l'agricoltura biologica che quella verticale sono in crescita.

La produzione e la distribuzione di alimenti sostenibili sono sempre più un'opzione preferita dal pubblico.



Energia rinnovabile

Le risorse energetiche solari, eoliche e sostenibili in generale sono molto richieste e quindi anche i **posti di lavoro** nella ricerca, nello sviluppo e nella manutenzione in questo campo sono in crescita.



Le politiche europee richiedono tasse di riciclaggio sempre più elevati e stabiliscono criteri di progettazione ecologica più severi.

L'ecodesign si è esteso dagli imballaggi ai tetti degli edifici e a vari prodotti.



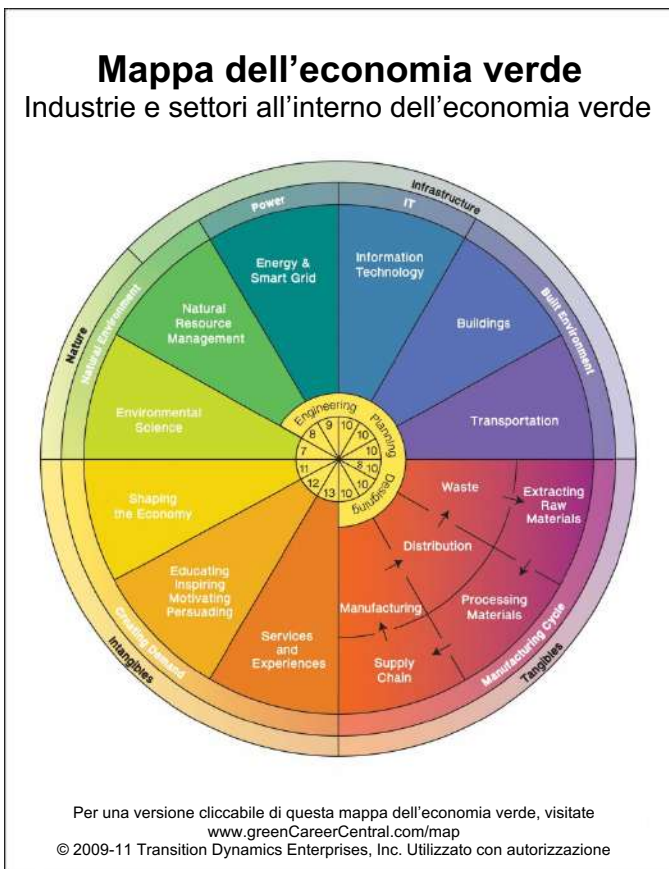
Architettura verde

L'architettura verde impiega l'innovazione tecnologica per ridurre al minimo gli effetti negativi della progettazione, della costruzione e della gestione di un edificio sull'ambiente e sugli esseri viventi, garantendone la qualità di vita per molti anni a venire.



Pensate

- Sistemi di energia rinnovabile
- Edilizia verde
- Agricoltura
- Moda
- Sistema dei trasporti
- Settore pubblico
- Adattamento ai cambiamenti climatici
- Riduzione e gestione dei rifiuti
- Educazione
- Consulenza e ricerca
- Settore no-profit



Unità 4

Kit per l'imprenditoria verde: competenze, scelta di un contesto lavorativo verde, *personal branding*, cliente e nicchia di mercato, primo approccio all'idea di business verde.



Cofinanziato
dall'Unione Europea

Siete alla ricerca del lavoro dei sogni nel campo della sostenibilità, del cambiamento climatico e dell'economia green, ma è difficile sapere da dove cominciare.

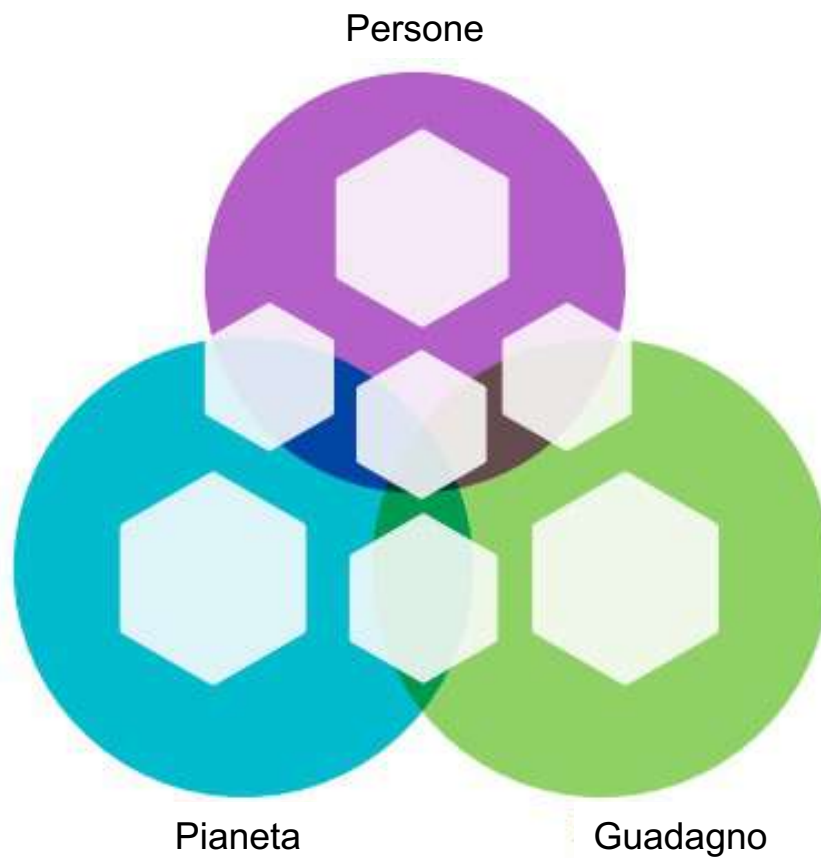
Proviamo!!!

La transizione verso l'imprenditoria verde richiede una pianificazione e una strategia intelligenti.

Cose da fare:

- Valutazione delle competenze, delle conoscenze e della passione per la sostenibilità
- Identificare le aree di conoscenza in cui si può fare la differenza nel settore verde.





Personal Branding

Business eco-compatibile: è necessario far passare il messaggio che la propria attività è

**BUONA PER L'AMBIENTE,
BUONA PER IL PIANETA.**

È necessario ricordare ai potenziali clienti il “perché”: perchè fate quello che fate?



- Definire il vostro pubblico di riferimento e le sue preferenze in materia di sostenibilità.
- Identificare un mercato con opportunità (nicchia) in linea con la vostra idea di business.



Primo approccio all'idea di business verde

- Sviluppare un *business plan* dettagliato per la vostra idea verde
- Considerare le opzioni di finanziamento, le partnership e le fasi iniziali di lancio dell'attività.





 Green Up
yourself 

Esercizio pratico



Cofinanziato
dall'Unione Europea



Risorse materiali:

- Accesso ad internet
- piattaforma per riunioni virtuali con possibilità di sala riunioni

Durata: 30 minuti.

Descrizione dell'esercizio.

Nome: 4 parole

Obiettivo di apprendimento:

illustrare le sfide e le opportunità dell'apprendimento e della condivisione con gli altri. Utilizzando un approccio "pensa, combina e condividi" i partecipanti riflettono da soli sulle quattro caratteristiche principali dei lavori verdi prima di impegnarsi in un dialogo e in una negoziazione per concordare le quattro parole come gruppo.

Competenze: pensiero critico, comunicazione, negoziazione.

Svolgimento

1. Dite al gruppo che stiamo per esplorare le caratteristiche principali dei lavori verdi. Questo ci metterà alla prova come singoli individui e come gruppo. Rifletteremo su queste sfide dopo l'esercizio.
2. Chiedete ai partecipanti di pensare, a 4 parole: "le quattro caratteristiche più importanti dei lavori verdi. È molto importante che il gruppo non utilizzi frasi o espressioni.
3. Dopo che ciascun gruppo ha ottenuto quattro parole, formate delle coppie e chiedete a ciascuna di scegliere solo quattro parole per "I lavori verdi sono...". Dopo, chiedete loro di trovare un'altra coppia per formare un gruppo di quattro; anche in questo caso devono concordare solo quattro parole tra loro.
4. Ripetete questa procedura fino a quando nella stanza virtuale ci saranno solo due grandi gruppi e ognuno avrà solo quattro parole. Ora date a questi due grandi gruppi dieci minuti per concordare le quattro parole finali che rappresenteranno il giudizio dell'intero gruppo sulle caratteristiche chiave dei lavori verdi.





Green Up
yourself

Esercizio pratico



Cofinanziato
dall'Unione Europea



Risorse materiali:

- *GreenComp*
- Accesso ad internet
- Piattaforma per riunioni virtuali con possibilità di sala riunioni
- Materiali a disposizione

Durata: 30 minuti.

Descrizione dell'esercizio.

Nome: Competenze sostenibili

Obiettivo di apprendimento:
rafforzare le capacità dei partecipanti di identificare le 12 competenze di sostenibilità nella pratica relative a GreenComp.

Competenze: capire il concetto di competenze di sostenibilità. Capacità di identificare le competenze chiave di sostenibilità.

Svolgimento

- Introduzione (3 mesi): introdurre brevemente l'esercizio. Spiega al gruppo che si divideranno in due squadre per affrontare una competizione e consegna loro un testo da leggere.
- Dai 15 minuti di tempo ad ogni squadra per leggere il testo e rintracciare le competenze di sostenibilità contenute nel testo.
- Chiedi alle due squadre di scegliere un nome e di scriverli su un foglio virtuale con una linea al centro per dividerle. Questo servirà a registrar i punteggi.
- Una persona della squadra leggerà il testo ed sottolineerà le competenze di sostenibilità identificate; i membri dell'altra squadra potranno essere d'accordo o contestare.
- La stessa cosa sarà fatta anche dalla seconda squadra: una persona leggerà il testo e individuerà le competenze sostenibili. A questo punto i membri dell'altra squadra potranno essere d'accordo o meno.
- Vince un punto la squadra che identifica la competenza corretta.
- Vince la gara, la squadra con più punti.





The logo for 'Green Up Yourself' features a stylized white figure with arms raised, resembling a person or a plant, positioned to the left of the text. The text 'Green Up' is stacked above 'ourself', with a small green leaf icon at the end of the word 'ourself'. The entire logo is set against a solid green background.

Esercizio pratico



Cofinanziato
dall'Unione Europea



Descrizione dell'esercizio.



Nome: Albero dei problemi “Verdi”

Obiettivo di apprendimento: l'albero problema identifica il problema principale, gli effetti del problema principale e le questioni sottostanti che contribuiscono allo stato attuale. I partecipanti riflettono sui problemi che affronteranno con le loro imprese verdi, identificando e rintracciando le cause del problema prima di reimmaginare le cause come obiettivi per l'azione verde.

Competenze: pianificazione e gestione aziendale, identificazione e analisi dei problemi, pianificazione e gestione, ndentificazione degli obiettivi.

Competenze:

- pianificazione e gestione aziendale
- identificazione e analisi dei problemi
- pianificazione e gestione
- identificazione degli obiettivi

Risorse materiali:

- Kit di strumenti per un cittadino attivo
- Programma di educazione non formale LAG AGRO LIDER (ONG)

Durata: 50 minuti.



Svolgimento



Risorse materiali:

- Kit di strumenti per un cittadino attivo
- Programma di educazione non formale LAG AGRO LIDER (ONG)

Durata: 50 minuti.

- Condividete con il gruppo: adesso rifletteremo sui problemi ambientali che abbiamo identificato. Mostrate l'immagine di un albero dei problemi (5 minuti).
- Condividere con il gruppo: gli alberi dei problemi sono un modo semplice per mostrare le cause e gli effetti che creano un problema specifico. La scrittura di un albero dei problemi consente di suddividere il problema in parti gestibili. Vi aiuta a identificare le possibili aree di intervento.
- Gli alberi dei problemi spesso suggeriscono che ci sono relazioni lineari di causa effetto che portano al problema, mentre nella maggior parte dei casi la realtà è più complessa.
- Condividere con il gruppo: il primo passo è concordare una definizione generale del problema. (10 minuti)
- Chiedere ad ogni gruppo di scrivere il problema che ha identificato al centro dell'albero (lavagna virtuale).
- Ogni gruppo deve discutere e identificare le cause del problema su pezzi separate di cartoncino virtuale o note adesive e posizionarli intorno o sotto il problema. Condividete con il gruppo che, man mano che emergono le idee sulle cause, queste possono essere riscritte e riorganizzate.
- Condividete con il gruppo che questo richiederà capacità di dialogo e di lavoro di squadra, soprattutto perchè la realtà è più complessa – non c'è una risposta giusta. (30 minuti).
- Ricordate al gruppo di considerare come il problema che vogliono affrontare possa essere vissuto in modo diverso da donne e uomini, ragazze e ragazzi e altri gruppi sociali all'interno della comunità.
- Invitate ogni gruppo a fare una breve presentazione del proprio albero dei problemi e invitate i partecipanti a fare una breve presentazione del proprio albero dei problemi e invitate il gruppo a dire se ritiene che si tratti di una rappresentazione accurata e a indicare le aree che potrebbero essere modificate.

- *GreenComp* – Il Quadro europeo delle competenze in materia di sostenibilità
<https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC128040>
- Lavorare per lo sviluppo sostenibile, opportunità di lavoro dignitoso e inclusione sociale nell'economia verde
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_181836.pdf
- Lavori verdi: verso un lavoro dignitoso in un mondo sostenibile e a basse emissioni di carbonio,
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_098504.pdf
- SUCCESSI E OPPORTUNITÀ DEI LAVORI VERDI PER L'EUROPA,
https://www.greensefa.eu/legacy/fileadmin/dam/Documents/Publications/GND/Green_jobs_EN_01.pdf
- Modello di valutazione dei lavori verdi (*Green Jobs Assessment Model* - GJAM)
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_emp/@emp_ent/documents/genericdocument/wcms_678011.pdf
- I 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (OSS) dell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile https://sdgs.un.org/sites/default/files/2020-09/SDG%20Resource%20Document_Targets%20Overview.pdf
- Competenze verdi: spunti e raccomandazioni da una revisione sistematica della letteratura
https://www.researchgate.net/publication/343926835_Green_competencies_insights_and_recommendations_from_a_systematic_literature_review?enrichId=rgreq-86977e3fc02360aa9b779939a6dadcd66-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzM0MzkyNjgzNTtBUzoxMDUwMDIwNzYxNTY3MjMyQDE2Mjc2NTU4NjYzMjE%3D&el=1_x_3&_esc=publicationCoverPdf

Bibliografia



- Economia verde, risultati e indicatori per lo sviluppo https://www.switchtogreen.eu/wp-content/uploads/2020/09/Results_Chain-Green-Economy_AUG21.pdf
- La trasformazione dell'occupazione e delle competenze. Approfondimenti da uno scenario di previsione delle competenze del *Green Deal* europeo, <file:///C:/Users/user/Downloads/the%20green%20employment%20and%20skills%20transformation-TI0121539ENN.pdf>
- Domanda e offerta di competenze in Europa: previsioni per il 2012. Cedefop, 26. <https://www.cedefop.europa.eu/fr/publications-and-resources/publications/5526>
- Comprendere il cambiamento tecnologico e il fabbisogno di competenze: indagini e previsioni sulle competenze. Guida pratica del Cedefops https://www.cedefop.europa.eu/files/4197_en.pdf
- Digitale, più verde e più resiliente: spunti dalla previsione delle competenze europee del Cedefop <http://data.europa.eu/doi/10.2801/154094>
- APPROCCIO ALLA TRANSIZIONE DELL'ECONOMIA VERDEE 2021-2025, <file:///C:/Users/user/Downloads/GET%202021%20-%202025%20Document.pdf>
- Rapporto globale sulle competenze verdi 2022, <https://economicgraph.linkedin.com/content/dam/me/economicgraph/en-us/global-green-skills-report/global-green-skills-report-pdf/li-green-economy-report-2022.pdf>



Modulo 3

Cosa si intende per imprenditoria verde?



Cofinanziato
dall'Unione Europea

 Green Up
Yourself

 Indice

Ben arrivati al modulo 3: l'imprenditoria verde!



L'obiettivo principale di questo modulo è quello di introdurre gli student all'entusiasmante mondo dell'imprenditoria verde. Si propone di aiutarli a comprendere l'importanza della sostenibilità ambientale e come questa possa aprire nuove strade per l'occupazione e le opportunità di business nel settore verde.

Nel corso di questo percorso, verranno esplorati vari aspetti, a partire da un'ampia comprensione dell'imprenditorialità stessa. L'obiettivo è quello di fornire agli studenti le conoscenze necessarie per identificare le opportunità di lavoro nel settore verde e le idee imprenditoriali innovative.

- Unità 1: Cos'è l'imprenditorialità e l'imprenditorilità con impatto
- Unità 2: Imprenditorialità rurale ed esempi di progetti di imprenditorialità rurale
- Unità 3: Obiettivi di sviluppo sostenibile e imprenditorialità
- Unità 4: Competenze imprenditoriali (*Entrepreneurial competencies - entrecomp*)

Unità 1

Cosa si intende per imprenditorialità e imprenditorialità con impatto



Cofinanziato
dall'Unione Europea

Cos'è l'imprenditorialità?



- **Creare qualcosa di nuovo e utile**
- **Rischiare e lavorare sodo**
- **Libertà finanziaria e personale**
- **Innovazione, assunzione di rischi e creazione di valore**

Perchè è importante l'imprenditorialità?

- Innovazione
- Creazione di posti di lavoro
- Influenza sociale positiva
- Promozione di talenti individuali



Tipi di imprenditorialità



Imprenditorialità sociale

- Gli imprenditori sociali avviano imprese con la missione di affrontare problemi sociali, come la povertà o l'istruzione.
- Il loro obiettivo è quello di avere un impatto positivo sulla società, sostenendo al contempo le loro imprese.

Imprenditori verdi

- Gli imprenditori verdi puntano sulla sostenibilità e sulla tutela ambientale.
- Costruiscono aziende che riducono al minimo i danni al pianeta e si adoperano per ripristinarlo.

Imprenditori orientati all'impatto

- Gli imprenditori orientati all'impatto combinano obiettivi sociali e ambientali con le aziende.
- Il loro obiettivo è quello di creare un cambiamento positivo gestendo un'impresa di successo.

Imprenditorialità con impatto...

L'imprenditorialità orientata all'impatto dà priorità sia ai profitti che agli impatti positivi sulla società

Questi imprenditori fondano aziende con la missione di affrontare questioni sociali o ambientali fondamentali, utilizzando le loro competenze e risorse per promuovere un cambiamento positivo.



Definire l'imprenditoria verde



- L'imprenditorialità verde è molto più che avere dipendenti eco-consapevoli. È un termine ampio che afferisce a diverse attività commerciali.
- In sostanza, imprenditoria verde significa creare e gestire aziende che non solo sono redditizie, ma hanno anche un impatto positivo sull'ambiente e sulla società.
- Queste aziende non si limitano a essere ecologiche solo all'apparenza, ma sono profondamente impegnate a trovare modi innovativi per proteggere il pianeta e rendere il mondo un posto migliore attraverso le loro attività.

Il viaggio dell'imprenditrice verde Nour Kays, fondatrice di NK NourKeays

Video:

Il viaggio dell'imprenditrice verde Nour Kays, fondatrice di NK NourKays - Libano.

Clicca PLAY per vedere il video 🖱️



Unità 2

Imprenditorialità rurale ed esempi di progetti di imprenditorialità rurale.



Cofinanziato
dall'Unione Europea

Definire l'imprenditorialità rurale



- L'imprenditorialità verde si riferisce alla pratica di creare e gestire imprese in aree rurali o non urbane.
- Comprende un'ampia gamma di attività economiche, dall'agricoltura e l'agroalimentare alla produzione, ai servizi e alle imprese tecnologie.

Obiettivi dell'imprenditorialità rurale

- L'obiettivo principale dell'imprenditorialità rurale è di stimolare la crescita economica e lo sviluppo delle comunità rurali.
- Cerca di migliorare la qualità della vita dei residenti nelle zone rurali creando opportunità di lavoro, aumentando le fasce di reddito e riducendo la povertà.

Definire l'imprenditorialità rurale



Caratteristiche chiave

- Le iniziative imprenditoriali nelle aree rurali spesso si concentrano sulla valorizzazione delle risorse locali e delle conoscenze tradizionali.
- Queste imprese possono rispondere a esigenze rurali uniche, come la sicurezza alimentare, l'assistenza sanitaria rurale o lo sviluppo delle infrastrutture.

Diversità delle imprese rurali

- L'imprenditorialità rurale non si limita all'agricoltura, ma comprende un'ampia gamma di attività, tra cui la produzione su piccola scala, l'artigianato, il turismo e le imprese che forniscono servizi.

Definire l'imprenditorialità rurale



Impatto sui mezzi di sussistenza:

- contribuisce a mantenere le persone qualificate e i talenti nelle comunità rurali, evitando la migrazione verso città in cerca di prospettive di lavoro migliori.
- il reddito generato dalle imprese locali rende le aree rurali meno vulnerabili dal punto di vista economico, migliorando la resilienza compressiva alle sfide economiche.
- l'imprenditorialità rurale spesso coinvolge imprese che abbracciano le tradizioni e le culture locali, preservando l'identità unica delle comunità rurali.
- Riducendo la necessità di migrazione rurale – urbana, l'imprenditoria rurale contribuisce alla sostenibilità e alla vitalità delle comunità rurali.

Perché l'imprenditorialità rurale è importante

- Lottare contro la povertà e la disoccupazione
- Promuovere il commercio estero
- Trattenere le persone nelle aree rurali
- Lottare contro i problemi sociali
- Usare le risorse locali in modo intelligente



Sfide nell'imprenditorialità rurale

- Accesso limitato al capitale
- Infrastrutture insufficienti
- Opportunità di mercato limitate
- Sfide stagionali e metereologiche



Unità 3

Obiettivi di Sviluppo Sostenibili e imprenditorialità.



Cofinanziato
dall'Unione Europea

Verso l'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile



- L'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile prevede 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (OSS) e 169 traguardi da raggiungere entro il 2030
- Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, entrati ufficialmente in vigore il 1° gennaio 2016, sono un appello universale all'azione per porre fine alla povertà, proteggere il pianeta e migliorare le vite e le prospettive di tutti
- Comprendono cinque grandi aree: persone, prosperità, pianeta, pace e partnership (le "5P").
- I 17 Obiettivi sono tutti interconnessi e, per non lasciare indietro nessuno, è importante raggiungerli tutti entro il 2030.
- Non sono vincolanti, ma simboleggiano un'opportunità senza precedenti per avviare il mondo su un percorso sostenibile e garantire una vita dignitosa a tutti.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Approfondisci
le OSS

qui!



- **Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (OSS)** sono una serie di 17 obiettivi globali adottati da tutti gli Stati membri delle Nazioni Unite per affrontare le sfide globali più urgenti, tra cui la povertà, la disuguaglianza, il cambiamento climatico, il degrado ambientale, la pace e la giustizia.
- **L'imprenditorialità svolge un ruolo fondamentale** nel raggiungimento di questi obiettivi.
- **L'allineamento tra imprenditorialità e OSS** non è casuale ma piuttosto una collaborazione strategica.
- **Comprendere questo allineamento** è fondamentale per gli imprenditori, gli investitori, i politici e la società in generale. Incoraggia le pratiche commerciali sostenibili, promuove l'innovazione e accelera i progressi verso un mondo più equo e resiliente.

Elementi di imprese sostenibili



- Ridurre il consumo di energia
- Ridurre i rifiuti
- Utilizzare i materiali sostenibili
- Supportare i fornitori locali
- Mobilità urbana – Trasporti



Vantaggi delle imprese sostenibili

- **Proprietari:** risparmi sui costi, miglioramento della reputazione, migliore accesso agli investimenti, rispetto delle norme
- **Impiegati:** soddisfazione sul lavoro, crescita professionale, luoghi di lavoro più sicuri
- **Clienti:** accesso a prodotti eco-compatibili, scelte socialmente responsabili
- **Ambiente:** minore impronta di carbonio, conservazione delle risorse, mitigazione dei cambiamenti climatici



Fonti di finanziamento per le imprese sostenibili

- Molte **sovvenzioni e premi** da parte di agenzie governative, organizzazioni no profit e fondazioni offrono un sostegno finanziario iniziale per avviare progetti di sostenibilità.
- **Per ottenere sovvenzioni e premi** valutare i criteri di ammissibilità e la procedura di richiesta per assicurarsi che la propria azienda sia idonea. Quindi, preparare una domanda solida che metta in evidenza il proprio modello di impresa sostenibile.



Fonti di finanziamento per le imprese sostenibili



- **Un investitore d'impatto** può essere un individuo o un'organizzazione con l'obiettivo di avere un impatto positivo sulla società e sull'ambiente, ottenendo al contempo un ritorno finanziario sui propri investimenti.
- **Per attirare gli investimenti d'impatto**, è necessario iniziare a definire chiaramente la propria missione e i propri obiettivi d'impatto. Questo aiuta a identificare gli investitori che si allineano ai propri valori e al proprio modello di impresa. Gli investitori d'impatto spesso cercano aziende guidate da team dedicati con competenze in materia di sostenibilità.

Fonti di finanziamento per le imprese sostenibili

- Piattaforme di *crowdfunding* sono siti web in cui persone, aziende o gruppi possono raccogliere fondi per un particolare progetto da molti individui, spesso facendo piccole donazioni. Alcune piattaforme di *crowdfunding* si concentrano su cause ambientali o sociali, come *Kickstarter*, *Indiegogo* o *GoFundMe*.
- Per avere successo nel *crowdfunding*, seguite questi passaggi: spiegate l'obiettivo del vostro progetto, l'obiettivo di finanziamento e la tempistica, evidenziando gli aspetti di sostenibilità.



Unità 4

Competenze imprenditoriali (*Entrepreneurial competencies - entrecomp*)



Cofinanziato
dall'Unione Europea

Quadro europeo delle competenze imprenditoriali

Video:

*Quadro europeo delle competenze
imprenditoriali*

Clicca PLAY per vedere il video 🖱️



Competenze imprenditoriali di base

- **Riconoscimento delle opportunità e innovazione**

Gli imprenditori hanno un'abilità speciale nell'individuare le opportunità dove gli altri non le vedono. Hanno idee innovative che possono soddisfare le esigenze delle persone o risolvere i problemi. Essendo innovativi pensano in modo creativo per trasformare queste idee in qualcosa di reale e prezioso.

- **Creatività e risoluzione dei problemi**

Il pensiero creativo è un punto di forza degli imprenditori di successo. Vedono le sfide come opportunità e riescono a trovare soluzioni uniche quando sorgono dei problemi, gli imprenditori usano la loro creatività per superarli.



- **Assunzioni di rischi e decisioni**

Gli imprenditori non hanno paura di correre rischi calcolati per raggiungere i loro obiettivi.

Valutano attentamente i pro e i contro prima di prendere decisioni.

Anche di fronte all'incertezza, fanno scelte che fanno progredire le loro aziende.

- **Iniziativa e auto-motivazione**

Gli imprenditori sono persone che lavorano in solitaria e prendono l'iniziativa per far accadere le cose.

Stabiliscono gli obiettivi, rimangono concentrati e lavorano instancabilmente per raggiungerli.

L'automotivazione li spinge ad andare avanti, soprattutto nei momenti difficili.

Qualità personali per l'imprenditorialità

- **Fiducia in se stessi e resilienza**

Gli imprenditori credono in se stessi e nelle loro idee.

Le persone resilienti si riprendono dalle battute d'arresto e imparano dai fallimenti.

Adattabilità e flessibilità

Gli imprenditori si adattano ai cambiamenti del mercato, della tecnologia o delle esigenze dei clienti.

L'apertura a diversi approcci consente agli imprenditori di cambiare direzione quando è necessario, rendendo più facile cogliere nuove opportunità.



Competenze interpersonali per un'impresonditorialità efficace



- **Comunicazione e *networking***

Gli imprenditori devono trasmettere le loro idee in modo chiaro ai membri del team, agli investitori e ai clienti. Una comunicazione efficace favorisce la comprensione e l'allineamento.

- **Lavoro di squadra e collaborazione**

Gli imprenditori di successo conoscono l'importanza del lavoro di squadra e della collaborazione. Riuniscono un team talentuoso e diversificato, promuovendo un'atmosfera dove i contributi di ognuno sono valorizzati.

- **Leadership e gestione**

Gli imprenditori devono dare l'esempio e ispirare i loro team. Una forte leadership motiva i dipendenti e aiuta a guidare l'azienda verso il successo.

- L'apprendimento continuo nell'imprenditoria

Nel panorama in continua evoluzione dell'imprenditoria, l'apprendimento continuo non solo è vantaggioso, ma è un obbligo.

- Apertura a nuove idee e feedback

Gli imprenditori prosperano quando sono aperti a nuove idee e feedback.

- Ricerca di conoscenza e miglioramento delle competenze

Gli imprenditori di successo sono avidi cercatori di conoscenza.

- Adattamento ai cambiamenti del contesto aziendale

L'adattabilità è un segno distintivo del successo imprenditoriale.



Sviluppare le competenze imprenditoriali

- Corsi e workshop online:

Piattaforme come *Coursera*, *edX* e *LinkedIn Learning* offrono un'ampia gamma di corsi, dalla strategia aziendale alla creatività e innovazione. **Risorse:**

- ["Specializzazione in imprenditoria" di Coursera](#)
- [Formato laboratorio](#)
- [Struttura Entrecomp](#)

- Opportunità di *mentorship* e *networking*:

Cercate la guida di mentori e ampliate la vostra rete all'interno della comunità imprenditoriale. La *mentorship* fornisce preziose intuizioni, mentre il *networking* apre le porte a collaborazioni e partnership. **Risorse:** [LinkedIn](#)



Green Up
yourself

Esercizio pratico



Cofinanziato
dall'Unione Europea



Descrizione dell'esercizio.

Nome: siete pronti a diventare imprenditori?

Obiettivo di apprendimento: valutare le qualità/abilità personali necessarie per diventare un imprenditore, identificare le abilità più importanti che le persone dovrebbero sviluppare per diventare imprenditori.

Competenze: comprendere meglio come le persone sviluppano le attitudini, le conoscenze e le abilità specifiche necessarie per l'imprenditorialità.

Svolgimento



- Introduzione (5 minuti): iniziate introducendo il concetto di imprenditorialità e la sua importanza, soprattutto nelle aree rurali. Spiegare che l'attività mira ad aiutare il proprio potenziale imprenditoriale e ad identificare le aree di sviluppo.
- Approfondimento delle competenze (10 minuti): fornite una lista di competenze imprenditoriali e qualità, simili alle aree del test EQ (per esempio, riconoscimento delle opportunità, assunzione di rischi, creatività, leadership, adattabilità, risoluzione dei problemi). Spiegate brevemente ogni competenza.
- Autovalutazione (10 minuti): fornire una serie di domande o di scenari relativi a ciascuna competenza. Per esempio:
 - *“pensate a un momento in cui avete individuate un problema o un'opportunità nella vostra comunità. Come avete reagito e quali azioni avete intrapreso?”*
 - *“descrivete una situazione in cui avete dovuto correre un rischio o prendere una decisione importante. Quanto vi siete sentiti a vostro agio?”*
 - *“riflettete sulla vostra capacità di lavorare in gruppo. Potete fornire un esempio di un Progetto collaborativo di successo?”*

Risorse materiali:

- Strumenti digitali per i partecipanti affinché possano registrar le proprie risposte

Durata: 30 minuti.



Svolgimento (continuazione)



Risorse materiali:

- Strumenti digitali per i partecipanti affinché possano registrar le proprie risposte

Durata: 30 minuti.

- I partecipanti devono registrare le loro risposte per ogni domanda o scenario.
- Discussione (5 minuti): incoraggiate i partecipanti a condividere le loro risposte in piccoli gruppi o coppie. Discutete le competenze o le qualità in cui credono di eccellere e le aree che potrebbero voler migliorare. Facilitate una discussione di gruppo sull'importanza di queste competenze nell'imprenditorialità.
- Piano d'azione personale (5 minuti): chiedete ai partecipanti di riflettere su ciò che hanno imparato sul loro potenziale imprenditoriale. Chiedete loro di scrivere uno o due passi da compiere per sviluppare ulteriormente le loro competenze imprenditoriali.
- Conclusione (5 minuti): concludete l'attività riassumendo i punti chiave e incoraggiando i partecipanti a continuare a esplorare e sviluppare il proprio potenziale imprenditoriale.



Green Up
yourself

Esercizio pratico



Cofinanziato
dall'Unione Europea



Descrizione dell'esercizio.

Nome: costruire un'impresa etica e responsabile

Obiettivi di apprendimento: questa attività aiuterà i partecipanti a comprendere meglio gli approcci etici e responsabili e i principi che un'azienda/un imprenditore dovrebbe seguire. I partecipanti in questa attività costruiranno la propria azienda immaginaria

Competenze: Comprendere le responsabilità degli imprenditori e delle aziende nei confronti delle varie parti interessate. Esplorare i principi etici che guidano le pratiche commerciali responsabili. Creare un'azienda immaginaria con politiche etiche allineate ai dieci principi del *Global Compact* delle Nazioni Unite.

Svolgimento



- Introduzione: iniziare dando il benvenuto ai partecipanti e introducendo il tema della costruzione di un'azienda etica e responsabile.
- Comprendere le responsabilità: discutere il concetto di responsabilità negli affari. Sottolineare che le imprese hanno responsabilità nei confronti delle varie parti interessate, tra cui clienti, dipendenti, fornitori e comunità.
- *Global Compact* delle Nazioni Unite: condividere con i partecipanti un link o un riferimento per accedere ai dieci principi online.
- Attività di gruppo: dividete i partecipanti in piccoli gruppi e chiedete a ciascun gruppo di creare un'azienda immaginaria con un'idea commerciale o un settore specifico. Chiedere a ciascun gruppo di discutere e definire le politiche e le responsabilità della propria azienda nei confronti delle parti interessate, tra cui clienti, dipendenti, fornitori e comunità.

Risorse materiali:

- Presentazione slide
- chat o discussione
- <https://www.oecd.org/daf/inv/mne/48004323.pdf>
- <https://unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>

Durata: 30 minuti.



Svolgimento (continuazione)



Risorse materiali:

- slides
- chat o discussione,
- <https://www.oecd.org/daf/inv/mne/48004323.pdf>
- <https://unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>

Durata: 30 minuti.

- Discussione di gruppo: chiedete a ogni gruppo di presentare una sintesi delle politiche e delle responsabilità della loro azienda immaginaria.
 - *Incoraggiate la discussione e le domande degli altri gruppi*
- Riflessione (5 minuti):
 - *Aprite la parola alle riflessioni e agli spunti dei partecipanti.*
 - *Incoraggiate i partecipanti a condividere ciò che hanno imparato sulle pratiche commerciali etiche e responsabili.*
 - *Discutete l'impatto di tali pratiche sulla società e sull'azienda stessa.*

- Nuove definizioni di imprenditorialità. Disponibili su: <https://www.entrepreneursdata.com/new-definitions-of-entrepreneurship-2023/#:~:text=According%20to%20Chrisman%2C%20Chua%2C%20and.or%20society%20as%20a%20whole.>
- Imprese rurali. Disponibile su: https://ec.europa.eu/enrd/thematic-work/smart-and-competitive-rural-areas/rural-businesses_en.html
- Progetto di sostegno alle imprenditorialità rurale. Disponibile su: <https://www.ifad.org/documents/38711624/40089492/Rural+Entrepreneurship+Support+Project.pdf/2befdb69-0218-4e25-b527-51e672280033?t=1611227071000>
- Politica delle imprese rurali. Disponibile su: https://www.ifad.org/documents/38711624/39417939/ruralenterprise_e.pdf/704804f0-52cc-42c3-8ec7-21aa7585d128
- Promuovere una crescita economica inclusiva e sostenibile, occupazione e lavoro dignitoso per tutti. Disponibile su: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/economic-growth/>
- Obiettivi di sviluppo sostenibile. Disponibile su: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/sustainable-development-goals_en

- Cos'è *l'impact investing*? Disponibile su: <https://thegiin.org/impact-investing/need-to-know/>
- *Crowdfunding*: cos'è, come funziona, siti web conosciuti. Disponibile su: <https://www.investopedia.com/terms/c/crowdfunding.asp>
- Un *Green Deal* europeo. Disponibile su: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en
- Rapporto della Commissione mondiale per l'ambiente e lo sviluppo: il nostro futuro. Disponibile su: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>
- Finanziamenti verdi. Disponibile su : <https://www.unep.org/regions/asia-and-pacific/regional-initiatives/supporting-resource-efficiency/green-financing>
- I 17 Obiettivi. Disponibile su: <https://sdgs.un.org/goals>
- Sostenere i paesi nell'accelerazione dei progressi verso gli OSS. Disponibile su: <https://jointsdgfund.org/>



Modulo 4

Risorse per avviare un'impresa verde nell'UE.
Parte 1: l'idea imprenditoriale



Cofinanziato
dall'Unione Europea



- Unità 1: che cosa si intende per idea imprenditoriale
- Unità 2: grandi tendenze
- Unità 3: Trasformare un'idea in un'impresa, utilizzando l'approccio del *Design Thinking*
- Unità 4: analisi degli utenti
- Unità 5: sviluppo dell'idea
- Unità 6: prototipazione e presentazione di un'idea

Unità 1

Che cosa si intende per idea imprenditoriale: conoscere lo sconosciuto



Cofinanziato
dall'Unione Europea

L'idea imprenditoriale

Un'**idea imprenditoriale** è un concetto che può essere utilizzato per ottenere un guadagno economico, solitamente incentrato su un prodotto o un servizio che può essere offerto in cambio di denaro. Un'idea è la prima pietra miliare nel processo di costruzione di un'impresa di successo.

- Un'idea imprenditoriale promettente deve:
- essere innovativa
- essere unica
- risolvere dei problemi
- essere redditizia
- essere comprensibile

Un'idea imprenditoriale è spesso legata al suo creatore, che deve identificare la proposta di valore dell'azienda per lanciarla sul mercato e stabilire un vantaggio competitivo.

(Wikipedia)



Creare un'idea
imprenditoriale è
molto difficile

92% delle idee imprenditoriali falliscono entro il
primo anno di vita

PERCHÈ?

Dietro le quinte dell'idea imprenditoriale



Top 20 ragioni per cui le start-up falliscono

Fonte: AGE e per innovare, immagine contenuta nel PPT "From Zero to start-up: first steps to turn an idea into a business".

D.Scalia

Dietro le quinte dell'idea imprenditoriale



Il modo per ottenere idee non è cercare di pensarle. È cercare problemi validi che potete risolvere e che il mercato avrà (ancora) domani.

L'importanza di trovare il problema giusto

Unità 2

Grandi tendenze: tendenze attuali e future e potenziale di innovazione



Cofinanziato
dall'Unione Europea

Grandi tendenze e bisogni locali

Cambiamento demografico

- **Crescita della popolazione mondiale:** 3,0 miliardi nel 1960; 7,5 miliardi nel 2017 e 9,0 miliardi nel 2037.
- **Aumento del flusso migratorio e calo demografico in Occidente:** stiamo assistendo a un flusso senza precedenti di "migranti economici" dall'Occidente all'Oriente in cerca di opportunità di crescita e di una migliore qualità della vita. L'effetto è che gli **Stati Uniti e l'Europa, non più poli di attrazione esclusivi**, competeranno con altri continenti per attrarre investimenti e giovani talenti.
- **Invecchiamento della popolazione**



Video: *la popolazione umana nel tempo*

Clicca **PLAY** per guardare il video ➔



L'individualizzazione raggiunge una nuova fase

- L'individualismo come fenomeno globale: da.... 6 gradi di distanza ...a 1 grado di distanza
- Una nuova forma di comunicazione sociale: il cambiamento delle relazioni grazie ai social media
- Biografie e identità complesse
- Dai mercati di massa ai micro-mercati



Grandi tendenze e bisogni locali

Cultura digitale:

- Web 4.0
- Grandi dati
- Città intelligenti
- Medicina digitale



Grandi tendenze e bisogni locali

Cambiamenti nei ruoli di genere

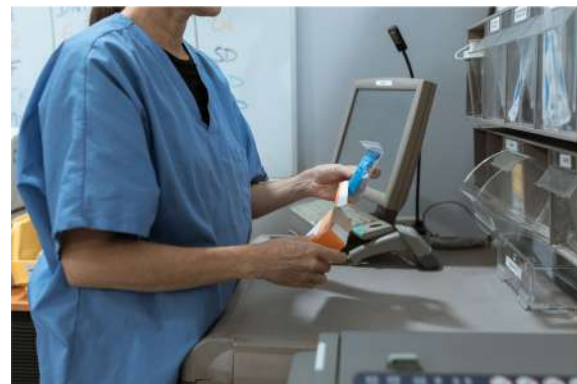
- Rottura dei ruoli di genere tradizionali
- Ruolo sempre più importante delle donne sul posto di lavoro
- Apprezzamento delle competenze sociali
- Crescente importanza di un sano equilibrio tra lavoro e vita privata
- Nuove strutture familiari e stili di vita



Grandi tendenze e bisogni locali

Cambiamento climatico

- **Un mondo con risorse scarse:** la scarsità di risorse naturali potrebbe diventare una delle principali cause di conflitto tra Paesi che hanno difficoltà a garantire il benessere dei propri cittadini.
- **Ambiente:** a concentrazione di CO₂ nell'atmosfera terrestre continuerà ad aumentare. Questa fotografia del futuro è contenuta nel Libro verde della Commissione europea sul trasporto urbano, che mostra come il traffico nelle città generi oggi il 40% delle emissioni di CO₂.
- **Transizione dall'economia lineare a quella circolare:** stanno emergendo nuove industrie e modelli di business che mirano a migliorare l'impatto ambientale riducendo la dipendenza delle attività economiche dai combustibili fossili (petrolio, carbone e gas) e aumentando l'uso di energia da fonti rinnovabili (ad esempio solare, eolica, geotermica).



Grandi tendenze e bisogni locali

Nuovi modelli di consumo

- **Polarizzazione della ricchezza:** così oggi quasi il 50% della ricchezza mondiale è nelle mani dell'1% della popolazione e l'86% della ricchezza globale (240 trilioni di dollari) è posseduta dall'8,6% della popolazione adulta (425 milioni di persone).
- I Paesi del Terzo mondo godono di maggiore prosperità e i consumi dei Paesi di recente industrializzazione recuperano terreno.
- Consumo sostenibile in Occidente (commercio eco-bio-equo) Crescente importanza del consumo collaborativo: dal modello di business "sell to lease".



Unità 3

L'approccio *design thinking*

Trasformare un'idea in un'impresa, utilizzando l'approccio del *design thinking*



Cofinanziato
dall'Unione Europea

Cosa si intende per *design thinking*

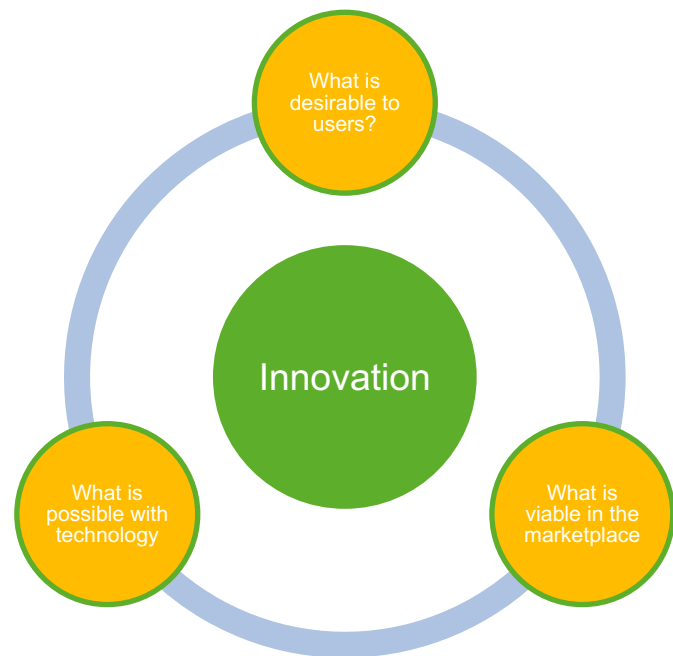
Il *Design thinking* è un processo interattivo che utilizza l'empatia per comprendere l'utente al centro del prodotto o della soluzione che si sta sviluppando. È un approccio basato sulle soluzioni che consente alle persone di generare una serie di idee diverse e creative che possono essere prototipate, testate e migliorate rapidamente. Per questi motivi, è spesso utilizzato dai team che cercano di innovare e risolvere sfide complesse.



La metodologia *design thinking*

L'obiettivo del *design thinking* è quello di raggiungere:

- cultura dell'innovazione costante in base alle esigenze degli utenti/mercato
- capacità di modifica



Il processo di *design thinking*



Esigenze di scoperta e di esplorazione

Lo scopo della **fase di ricerca** è quello di comprendere le esigenze, le barriere e i vincoli del nostro mercato e dei nostri utenti.

- Senza giudizi
- Senza ipotesi



*Se avessi chiesto ai miei clienti
cosa volevano, mi avrebbero
risposto un cavallo più veloce.*

Henry Ford.



Il comportamento del ricercatore



vs.

Vedere il mondo con gli occhi del cliente

VS

Vedere il mondo attraverso la prospettiva dell'azienda

- Empatia e percezione della loro esperienza
- Curiosità e interesse genuini per i partecipanti
- Costruire relazioni e fiducia

Unità 4

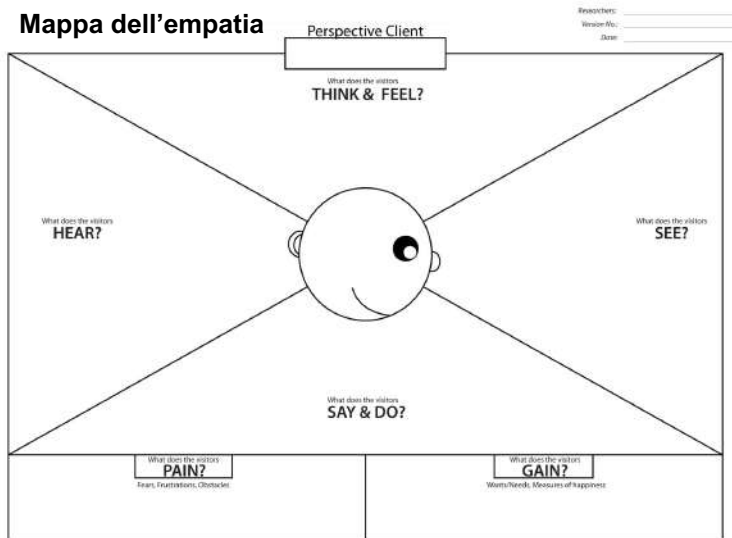
Analisi dei clienti: mappa dell'empatia VS mappatura delle persone



Cofinanziato
dall'Unione Europea

Mappa dell'empatia VS mappatura della persona

Mappa dell'empatia



Mappa dell'empatia

Fonte: <https://workingincontent.com/resources/user-centered-content>

CUSTOMER PERSONA



Jennifer D. Gephart

Age 32
Occupation Finance Project Manager
Education MBA
Location Austin, TX
Status Single

Interests	Goals	Pain Points/Frustrations
Cycling, shopping in Lake Travis, currently drives, first dating with friends, volunteering at the local animal shelter.	Better communication across various departments Clear, defined due dates and accountability for tasks Do more with less money	Delays or slow communication Disorganized work environment Lack of accountability in tasks across team members
Motivations	Challenges	Needs & Expectations
Recognition from board, supervisors and peers Personal reward from successful deals Opportunity for raise or promotion Satisfying clients and delivering optimal results	Increase revenue fast Increase sales team productivity Delays or slow communication	Slack integration All-in-one project management tool that has clear due dates for projects Gantt charts Notifications for easy and quick collaboration
Technology & Social Media	Content-Type Preferences	Brands & Influences
She uses Apple devices Browse on her phone but makes more action decisions on her desktop Uses Instagram, Facebook, LinkedIn, and Twitter	Wall Street Journal Forbes Fortune Business Week The Economist Trade Publications Bloomberg New York Times	Slack Google Apple Amazon Microsoft Facebook

Cliente

Fonte: <https://openclassrooms.com/en/courses/4555276-conduct-design-and-user-research/4788941-create-personas-and-journey-maps/>

Perché usare lo strumento della mappa dell'empatia

La **mappa dell'empatia** è uno strumento collaborativo che consente un'esplorazione condivisa delle esigenze dei diversi consumatori.

La mappa dell'empatia favorisce la creazione di prodotti e servizi incentrati sull'utente:

- Rivela la conoscenza meno esplicita, il "perché" dietro le azioni, le scelte e le decisioni degli utenti, mettendo in evidenza i loro bisogni e consentendo una progettazione basata su esigenze reali.
- Invita a interiorizzare le esperienze degli utenti, consentendo di andare oltre le informazioni più generiche o superficiali. Spiana la strada a una progettazione innovativa.
- Aiuta a riflettere su situazioni reali e concrete e a modificare rapidamente le soluzioni sulla base delle esperienze delle persone.



Empatia

Profonda comprensione dei problemi e delle realtà delle persone per cui si progetta

Video: *Cos'è una mappa sull'empatia*

Clicca PLAY per vedere il video 



Descrittori della mappa dell'empatia



PENSIERO E SENTIMENTO -> Cosa è importante / Cosa volete / pensate? Come vi sentireste ad avere questo prodotto/servizio?

VEDERE -> Cosa vedete in altri prodotti/servizi simili? E nella vostra cerchia di conoscenti?

ASCOLTARE -> Cosa dicono le persone intorno a voi? E l'opinione pubblica? Cosa percepite?

DIRE E FARE -> Cosa dite di questa innovazione? Come vi comportate e cosa fate? Userete questo prodotto/servizio? Lo consiglierete/promuoverete?

PAURA -> Ostacoli - rischi - svantaggi nella creazione di questo prodotto/servizio. Avete paura che questa innovazione non funzioni?

VANTAGGI -> Benefici - guadagni nella creazione di questo prodotto/servizio. Pensate che avrà un impatto positivo? Pensate che aiuterà altre persone?

Descrittori della mappa dell'empatia

La mappatura delle persone consiste nella creazione di profili fittizi ma realistici dei nostri utenti target. Riflettono caratteristiche come attributi personali, obiettivi, motivazioni, atteggiamenti e altro ancora.

Le descrizioni includono:

- modelli di comportamento
- obiettivi
- competenze
- atteggiamenti
- informazioni di sfondo
- l'ambiente in cui opera una persona

Informazioni personali (e immagini o avatar)	Interessi	Obiettivi	Punti dolenti/frustrazione
	Motivazioni	Sfide	Necessità e aspettative
	Tecnologia e social media	Preferenze sul tipo di contenuto	Brands e influenze

Video: *Creare Persone per la ricerca sull'esperienza utente*

Clicca **PLAY** per vedere il video 🖱️



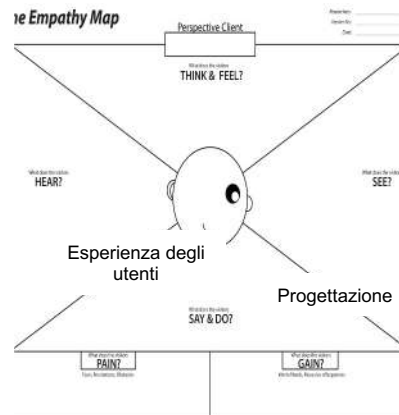
Perché questi strumenti sono importanti?

- Una profonda comprensione del pubblico di riferimento è fondamentale per creare idee/soluzioni significative.
- Gli utenti aiutano il team a trovare la risposta a una delle domande più importanti: "per chi stiamo progettando?".
- Comprendendo le aspettative, le preoccupazioni e le motivazioni degli utenti target, è possibile progettare un prodotto che soddisfi le esigenze degli utenti e che abbia quindi successo.



Citazione di Angelou "I've learned that people will forget what you said, people will forget what you did, but people will never forget how you made them feel."

Esperienza degli utenti VS progettazione



Unità 5

Sviluppare un'idea
Brainstorming e proposta di valore



Cofinanziato
dall'Unione Europea

Brainstorming e creazione di un'idea

- Il *brainstorming* permette di pensare in modo ampio e senza vincoli organizzativi, operativi o tecnologici.
- La pratica di generare soluzioni impraticabili spesso fa nascere idee rilevanti e ragionevoli. Può essere necessario generare 100 idee (molte delle quali sciocche o impossibili) per arrivare a tre soluzioni veramente utili.
- Durante il *brainstorming*, le soluzioni vengono create pensando solo al cliente.



Consigli sul *brainstorming*

Evitare il pensiero distruttivo

Incoraggiare le idee strane

Costruire sulle idee degli altri

Focalizzarsi sull'argomento

Rinvviare il giudizio

Una conversazione alla volta

Pensare ai brand

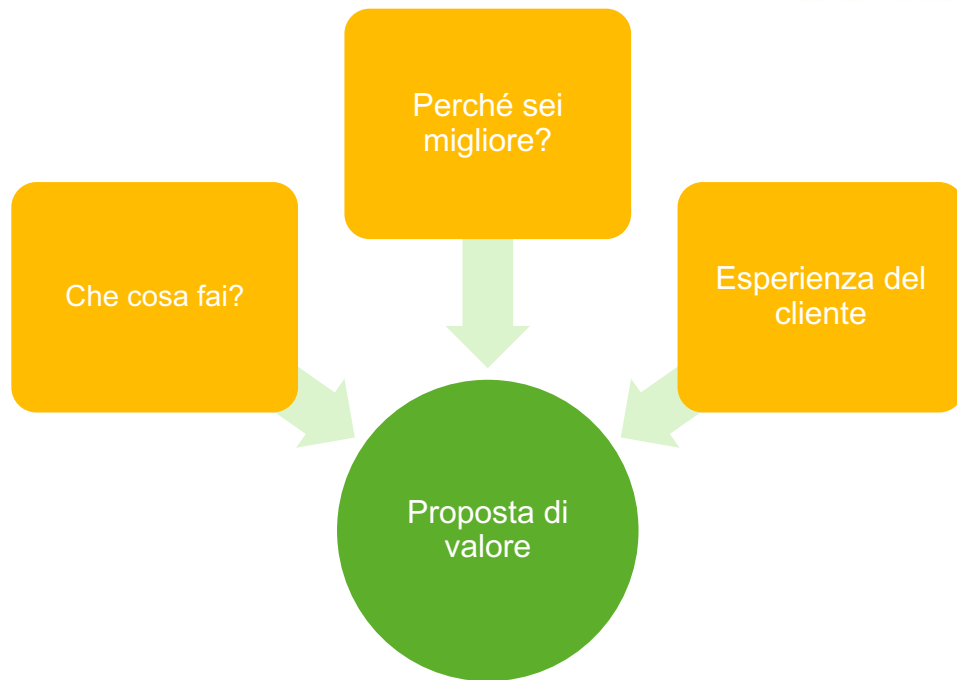
Essere visionari

Proposta di valore

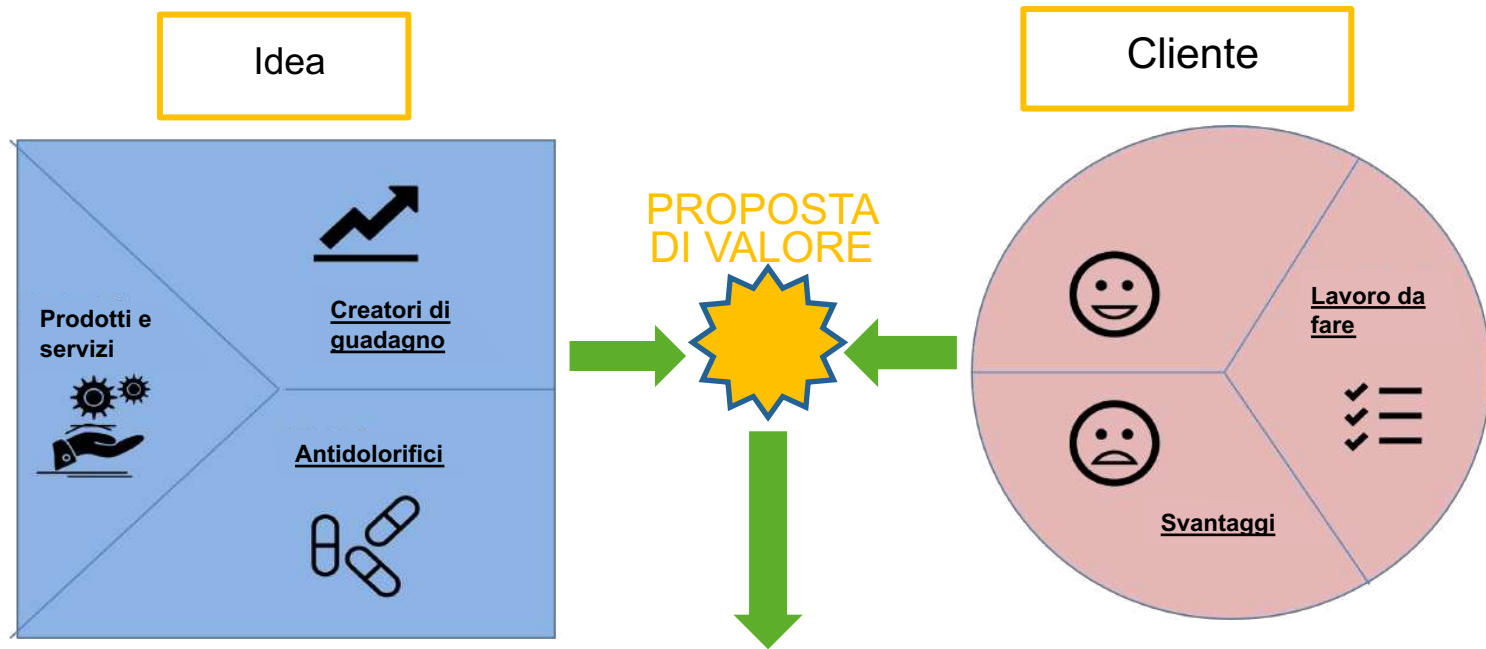
È uno strumento per entrare in empatia con i clienti, identificare bisogni e desideri per capire quali prodotti o servizi sono disposti ad acquistare.

Video: *Il Value Proposition Canvas di Strategyzer.com spiegato attraverso l'esempio di Uber*

👉 **Clicca PLAY per vedere il video**



Creare la propria proposta di valore canvas



Il nostro (prodotto/servizio) aiuta (la clientela) che vuole (lavoro da fare), evitando/riducendo... (svantaggi) e creando/aumentando... (guadagno)

Unità 6

Creare il prototipo
Da un'idea astratta a un prototipo concreto



Cofinanziato
dall'Unione Europea

- In ogni processo di sviluppo di un'idea commerciale è importante costruire un **prototipo** per testare le soluzioni e imparare dai feedback. È molto importante che la visualizzazione di idee e concetti inizi a crescere dalla prospettiva 2D a quella 3D.
- Un prototipo è un primo campione o modello costruito per testare un concetto o un processo (Wikipedia).
- **Prototipazione** consiste nel costruire per pensare. Ciò significa creare la soluzione in modo da poterla comunicare agli altri e migliorare l'idea. I prototipi sono VIVI (migliorabili).
- L'obiettivo della prototipazione è creare esperienze alle quali gli utenti possano reagire e dare un feedback. I prototipi creano una conversazione (discussione con gli utenti).



Prototipazione rapida

I prototipi a bassa fedeltà (rapidi) svolgono un ruolo importante: consentono ai progettisti di testare rapidamente le idee per migliorare il progetto finale.

Quando gli utenti guardano i prototipi a bassa risoluzione, vedono un potenziale

**Bassa risoluzione
prototipi rapidi**



Quando gli utenti guardano prototipi altamente sofisticati, vedono problemi

**Alta risoluzione
Prototipi rapidi**



Prototipi a bassa risoluzione VS prototipi ad alta risoluzione

Consigli per la prototipazione rapida

- Evitare il pensiero distruttivo
- Le dimensioni della prototipazione: più grande non è necessariamente meglio
- Costruire pensando all'utente (utente al centro di tutto)
- Raccontare la storia e non cercare di costruire sul prototipo estetico (non perdere tempo)
- Evitare la connessione emotiva con l'idea
- Evitare di prendere decisioni definitive prima di costruire un prototipo o prima di testarlo

Cosa può essere un prototipo rapido?

- **Schizzi:** usateli per comunicare ed esplorare le idee nelle prime fasi del processo di progettazione.
- **Prototipi di carta:** usateli per esplorare nuove soluzioni in una fase leggermente più avanzata nel processo di progettazione.
- **Wireframe:** usateli per focalizzarsi sulla collocazione dei contenuti, sulla struttura dell'informazione e sulle funzionalità.



Cosa può essere un prototipo rapido?

- **Prototipi lego:** utilizzateli per esplorare i prodotti fisici e per creare empatia attraverso la rievocazione dei viaggi degli utenti.
- **Prototipi di esperienza utente/storytelling:** utilizzateli per simulare i sistemi, l'interattività complessa o le tecnologie future prima di spendere risorse per la costruzione.
- **Altro:** esempi di prototipazione di servizi

Prototipazione di servizi



Presentare il proprio prototipo

- Scegliere e connettere le idee in una storia.
- Definire i “touchpoints” degli ingredienti importanti.
- Costruire lo storytelling basandovi su di essi.





 Green Up
yourself 

Esercizio pratico



Cofinanziato
dall'Unione Europea



Descrizione dell'esercizio.

Nome: mappatura delle persone

Obiettivi di apprendimento: acquisire conoscenze sulla mappatura delle persone e sui relativi descrittori. Pensare in modo empatico. Imparare a concentrarsi sulle soluzioni alle frustrazioni e ai bisogni degli utenti. Mettere in pratica l'empatia. Pensare in modo profondo a una "persona"

Competenze: contestualizzazione dei problemi, creatività

Svolgimento

Spiegare dettagliatamente la procedura per risolvere l'esercizio. Organizzare in modo sequenziale, per mezzo di un elenco puntato, ogni fase per svolgere l'esercizio.

1. Leggere le slide relative alla mappatura delle persone e guardare il video proposto
2. Pensare alla propria persona
3. Compilare le 10 caselle
4. Presentare la propria persona ai compagni/formatori



Risorse materiali:

- Modello vuoto della mappatura delle persone
- <https://frescopad.com/persona-map-definition/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=u44pBnAn7cM&t=18s>

Durata: 45-60 minuti.



Green Up
yourself

Esercizio pratico



Cofinanziato
dall'Unione Europea



Descrizione dell'esercizio.

Nome: proposta di valore canvas

Obiettivi di apprendimento: acquisire conoscenze sulla proposta di valore canva e i suoi descrittori. Pensare in modo empatico. Imparare a concentrarsi sulle soluzioni alle frustrazioni e ai bisogni degli utenti. Essere in grado di definire il “valore” di un'idea imprenditoriale

Competenze: creatività. Pensare in modo sistemico. Pensare in modo critico. Contestualizzare i problemi. Pensare in modo esplorativo. Individuare le opportunità. Valorizzare le idee.

Svolgimento

Spiegare in modo dettagliato la procedura per risolvere l'esercizio. Organizzare in modo sequenziale, per mezzo di un elenco puntato, ogni fase per svolgere l'esercizio.

1. Leggere le slide relative alla proposta di valore canva e guardare il video proposto
2. Iniziare a compilare la parte relativa al proprio cliente
3. Compilare la parte relativa alla vostra idea
4. Pensare alla vostra proposta di valore
5. Presentare la propria idea ai compagni/formatori (vedesi diapositiva 32)



Risorse materiali:

- Modello vuoto canva di proposta di valore
- <https://www.youtube.com/watch?v=kIWkRiynPAo>

Durata: 45-60 minuti.



Modulo 5

Risorse per avviare un'impresa verde nell'UE.
Parte 2: linee guida per sviluppare un *business plan* verde.

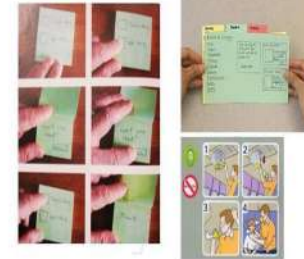


Cofinanziato
dall'Unione Europea



- Unità 1: cosa si intende per modello di business?
- Unità 2: modelli chiave per lo sviluppo di un *Business Plan*:
 - Business Model Canvas*
 - Lean Canvas*
 - Social Lean Canvas*
- Unità 3: come sviluppare un modello di impresa verde?
 - Social Lean Canvas*
- Unità 4: presentazione di una proposta:
 - Elevator pitch*
 - Pitch Deck*

Service prototyping



«L'imprenditore che è in noi vede opportunità ovunque si guardi, molte persone invece vedono solo problemi.»



Michael E. Gerber

Unità 1

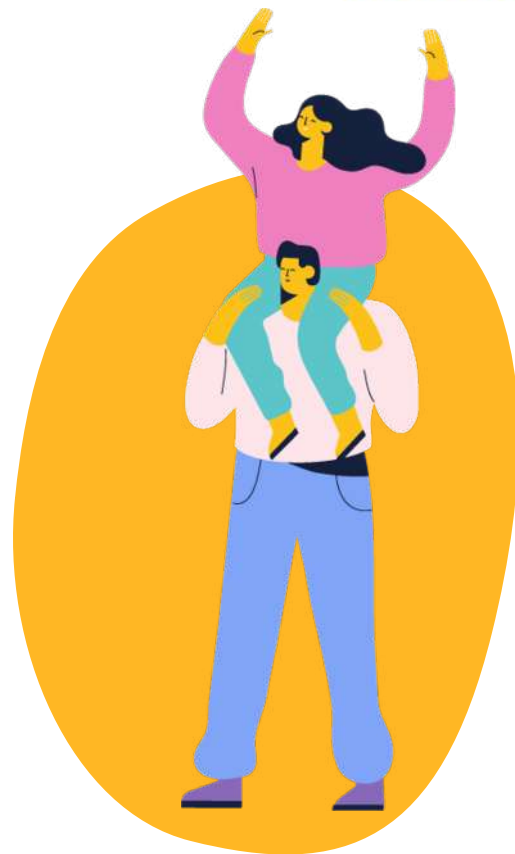
Cosa si intende per modello di business?



Cofinanziato
dall'Unione Europea

Probabilmente, a un certo punto, avete avuto l'opportunità di affrontare la grande domanda che si pongono molte persone che vogliono gestire un'attività in proprio:

- Come posso organizzare TUTTE le azioni che devo compiere per lanciare la mia IDEA imprenditoriale?
- Cosa dovrei considerare per far sì che la mia IDEA imprenditoriale abbia successo e sia sostenibile?
- Quali aspetti dovrei considerare prima di avviare un'attività imprenditoriale sostenibile?



Riflettere sul modello imprenditoriale è il modo migliore per adattarsi a un mondo in continua evoluzione (Tim Clarks, 2011).



Ci troviamo di fronte a un **mercato** turbolento e in continua evoluzione, a causa di fattori che sfuggono al nostro controllo. Ad esempio - una recessione economica, dei cambiamenti demografici drastici, dei fattori ambientali che hanno dato origine alla **transizione verde**.

Anche questi cambiamenti sfuggono al controllo delle aziende e hanno un forte impatto sui nostri modelli imprenditoriali.

La **transizione verde**, che è un processo che risponde ai cambiamenti necessari per controllare e invertire i danni ambientali, sta richiedendo alle aziende importanti cambiamenti nei modelli imprenditoriali per diventare più competitive sul mercato.



Cos'è un modello imprenditoriale?

Definizione

Con parole semplici.

Un modello imprenditoriale è un processo che spiega come un'impresa o un'attività imprenditoriale:

genera

conquista

fornisce



valore

Nel nostro caso

Il **valore** è strettamente legato a: cambiamento climatico, riduzione dell'impronta di carbonio, stili di vita sostenibili e rispettosi dell'ambiente.



Secondo Alexander Osterwalder (2010)

I modelli di business possono essere intesi come mappe che descrivono il *modus operandi* di un'azienda.

Così come un architetto prepara i progetti per la costruzione di un edificio, gli imprenditori progettano modelli di business che li guidino durante la creazione di un'azienda.

In altre parole:

È il processo che un'azienda segue per ottenere profitti e generare un impatto positivo per lo sviluppo sostenibile.



Qual è la base della progettazione del modello di business?

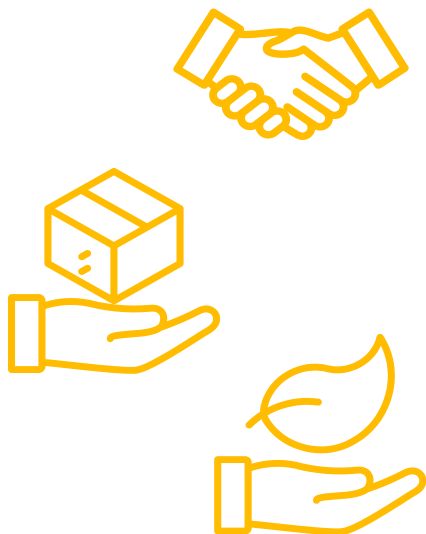
Il modello di business è orientato o cerca di rispondere a due domande chiave.

1. Chi è il cliente (caratteristiche)?
2. Di quale servizio il cliente ha veramente bisogno (esigenze)?

Per questo motivo i modelli di business sono progettati per generare risorse che soddisfano le esigenze del proprio segmento di clientela.

Coprire le reali esigenze e la domanda del segmento di clientela è molto importante perché da questo dipende la sostenibilità dell'azienda.





Con lo sviluppo del modello di business vi supporteremo nell'identificare e descrivere in dettaglio:

i clienti della vostra idea di azienda sostenibile o verde.

- i compiti o le attività che la vostra impresa verde deve svolgere per soddisfare le esigenze dei vostri clienti.
- le esigenze o i problemi legati al degrado ambientale che vi preoccupano e che potrebbero migliorare le condizioni dei vostri clienti.

Unità 2

Modelli chiave per lo sviluppo di un *Business Plan*.



Cofinanziato
dall'Unione Europea

Introduzione

Come abbiamo visto nella definizione, un Modello di business è un percorso o un processo che descrive passo dopo passo i componenti chiave per creare un'azienda che genera risorse.

In questa sezione esploreremo i tre modelli più importanti, a partire dal *Business Model Canvas*, che costituisce la base per i due modelli successivi.

Daremo risalto al modello di Rowan Yeoman e David Moskowitz, in quanto si adatta meglio alle idee imprenditoriali legate alla sostenibilità e all'impatto ambientale positivo.



1. *Business Model Canvas*

Alexander Osterwalder



- È una metodologia che sviluppa in modo semplice e preciso diversi aspetti di un'idea di azienda, necessari per il corretto funzionamento dell'attività imprenditoriale.
- È un modello che fornisce molta visibilità su: **cosa si fa, come lo si fa e chi lo si rivolge.**
- È uno strumento che permette di **avere una visione globale chiara dell'imprenditorialità** che si vuole promuovere.
- È **presentato in modo visivo, su canvas** che permette di proporre idee, rivederle, rinnovarle, spostarle o cambiarle per trovare nuovi modi o soluzioni alle sfide dell'avvio di un'impresa GREEN.
- **Utilizza una metodologia sistemica**, vale a dire che tutti i suoi componenti sono interconnessi.

Una tela di 9 componenti

MODELLO CANVAS

PARTNER CHIAVE

Sapere in anticipo quali sono i partner che possono creare un rapporto di valore. Possono apportare risorse che renderanno più efficiente il vostro modello di business.

ATTIVITÀ CHIAVE

Quali strategie uniche ha la vostra azienda per offrire la sua proposta al cliente?

RISORSE CHIAVE

Quali sono gli asset strategici unici che la vostra azienda possiede per competere?

PROPOSTA DI VALORE

Perché i vostri clienti dovrebbero scegliere voi e non un'altra impresa? Perché comprano? La proposta di valore è il fulcro della ragion d'essere di un'azienda e rappresenta il vostro modo di soddisfare le esigenze dei clienti in modo innovativo.

RELAZIONI CON IL CLIENTE

Come interagite con il cliente durante il suo processo? È fondamentale interagire con i clienti.

CANALI

Come vengono promossi, venduti e forniti i vostri prodotti o servizi? Perché? Funzionano?

SEGMENTO DI CLIENTELA

Chi sono i vostri clienti? Cosa pensano? Cosa vedono? Cosa provano? Cosa fanno? Identificate le caratteristiche dei vostri clienti più importanti e determinate i vostri acquirenti.

STRUTTURA DEI COSTI

Quali sono i principali fattori di costo dell'azienda e come sono collegati ai ricavi? Avendo un'idea della struttura dei costi, saprete quale deve essere il volume minimo delle vostre vendite per ottenere un profitto.

FONTI DI REDDITO

In che modo la vostra proposta di valore genera entrate? Strutturando i costi e i flussi di ricavi si può avere un quadro chiaro di come la propria organizzazione ottiene le entrate. Di quanti clienti ha bisogno la vostra organizzazione ogni anno per generare entrate? Di quante entrate avete bisogno per raggiungere il pareggio?

Un esempio di questo modello

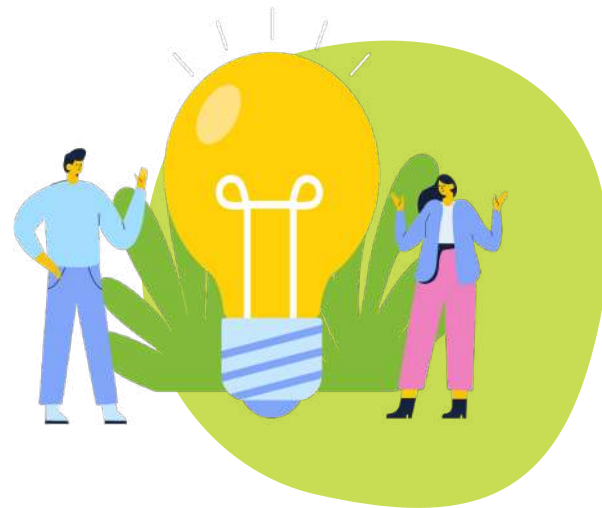


Pillola informativa:

Video:

Spiegazione Business Model Canvas

 **Clicca PLAY per vedere il video**



2. Lean Canvas di Ash Maurya

- Il Lean Canvas è un adattamento del Business Model Canvas.
- È stato progettato da Ash Maurya per gli imprenditori che si trovano nella fase iniziale della loro attività e viene utilizzato per lavorare sull'idea iniziale di una startup.
- Il canvas è diviso in due parti:



Adattamenti dei blocchi del Lean Canvas al tradizionale Modello Osterwalder Canvas



Segmento della clientela

Relazione con la clientela

Partner chiave

Attività chiave

Risorse chiave

È qui che si definisce la figura degli **Early Adopters**. Si tratta di tutte quelle persone per le quali la vostra idea imprenditoriale risolve un problema, come nel modello tradizionale: i vostri potenziali clienti.

Diventa un **vantaggio speciale**.

Si tratta di riflettere in una frase su ciò che rende speciale la vostra idea imprenditoriale rispetto all'offerta del mercato. Che cosa avete che è difficile da copiare per i vostri concorrenti?

Diventa il **problema**

Il problema che il vostro prodotto o servizio risolve è la ragione della vostra idea imprenditoriale. Si raccomanda di individuare i 3 problemi principali del vostro pubblico target

Diventa una **soluzione**

Descrive le possibili soluzioni che potete fornire per risolvere il problema del vostro segmento di clientela. **Almeno 3** caratteristiche del vostro prodotto o servizio.

Diventa **la metrica chiave**

Dobbiamo stabilire quali attività vogliamo misurare e come. Generare una serie molto piccola di indicatori che ci aiutino a prendere decisioni.

3. Social Lean Canvas

Rowan Yeoman & David Moskovitz

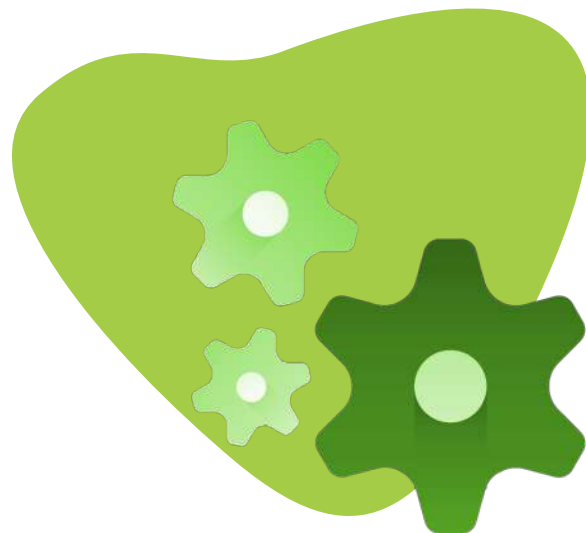
Componenti chiave del modello

- **Obiettivi:** dobbiamo riflettere sulla nostra **motivazione** e su ciò che vogliamo ottenere con lo sviluppo della nostra **idea di imprenditoria verde** (che può essere **no-profit** o **for-profit**).
- **Impatto:** dobbiamo definire l'impatto che lo sviluppo dei nostri prodotti o servizi avrà **sull'area ambientale** e sociale. Misurare l'impatto in relazione alla transizione verde.



Aspetti chiave di questo modello.

- Strumento che consente di analizzare le idee di business nell'ambito dell'imprenditoria sociale e verde.
- Incorpora l'obiettivo o la missione: lo scopo della vostra impresa sociale/verde e l'impatto che genera sul territorio.
- Cerca il triplice equilibrio nel business: redditività economica a lungo termine, impatto sociale positivo e riduzione dell'impatto negativo sull'ambiente.



Il canvas secondo questo modello



Unità 3

Come sviluppare un'idea di business verde?



Cofinanziato
dall'Unione Europea

Introduzione:

- Per sviluppare il modello è necessario risolvere ogni componente nell'ordine indicato nel canvas di esempio qui sotto.
- La soluzione di ogni componente implica l'impegno nella riflessione, nella ricerca e nella consultazione per rispondere a ciascuna delle domande chiave che si incontreranno in ogni blocco.
- Un'eccezione all'ordine: i punti 1 (segmento di clientela) e 2 (problemi) possono essere compilati seguendo quest'ordine o in ordine inverso (prima si individuano i problemi e poi si riflette su chi "fa male" o su chi soffre di più per questi problemi).
- È importante che i due elementi si incontrino o corrispondano



Seguire questo ordine è IMPORTANTE



Passeremo in rassegna ogni componente del modello Social lean canvas seguendo un esempio.

L'idea (problema che deve essere affrontato)

Il biologico Bohemios

"Le persone che hanno poco tempo per fare la spesa e preferiscono consumare prodotti biologici direttamente dal produttore non hanno molte opzioni per gli acquisti online. I piccoli produttori devono passare attraverso catene di distribuzione molto grandi per commercializzare i loro prodotti, e per piazzarli sul mercato devono venderli a un prezzo molto basso".

OBJECTIVE				
1 What is the motivation behind the idea and what do we want to achieve with the development of the idea.				
PROBLEM	SOLUTION	VALUE PROPOSITION	DISTRIBUTION ADVANTAGE	CUSTOMER SEGMENT
3 Identify the three main problems of the collective and find out what alternatives to your idea they are using to solve them.	5 State the 3 most important features of your proposal that will help them solve their problem. KEY INDICATORS	4 Make it clear, simple and straightforward what makes your solution special and how you are going to help your customers solve that problem.	10 What makes you special and different, what makes you have a clientele. CHANNELS	2 Identify and know the customer segments you are going to work with. Identify your Early Adopters to start working with.
	9 Establish what results we want to measure and with what indicators.		6 How will you deliver your solution to your customer segments?	
COST STRUCTURE		FINANCIAL SUSTAINABILITY		
8 What are the expenses you will generate during the course of the activity.		7 How you will generate income		
IMPACT				
11 What impact is intended to be generated on the social and/or environmental surroundings.				

0. Obiettivo

Dichiarazione dell'obiettivo della propria idea imprenditoriale.

Qual è il motivo alla base dell'idea imprenditoriale?

Che cosa volete ottenere con essa?

Vediamo un esempio:

Creare un'offerta unica per la commercializzazione e la vendita online di prodotti biologici certificati.

- **Gli agricoltori possono commercializzare i loro prodotti biologici senza intermediari attraverso il commercio equo e solidale.**

1. Il problema

Cerchiamo un problema da risolvere: è urgente? Quante persone che lo hanno, sarebbero disposte a pagare per il nostro prodotto o servizio?

Quale problema ha il vostro cliente che il vostro prodotto/servizio mira a risolvere?

Elencate almeno tre problemi / disturbi principali.

Seguite l'esempio dell'Allegato 5.3.2.

Vediamo un esempio:

Scarsa offerta per l'acquisto di prodotti biologici online e direttamente dal produttore.

- **Catena commerciale, il che significa che i produttori ricevono un valore economico inferiore nella vendita dei loro prodotti.**

2. Segmento della clientela

Per lavorare su questa componente, si utilizzano strumenti di *design thinking* come il diagramma delle persone o la mappa dell'empatia.

Chi è il vostro *Early Adopter*? Per chi stiamo generando questa idea di business? Per chi stiamo creando valore?

Vediamo un esempio:

Abbiamo due segmenti di clientela

- **Consumatori di prodotti biologici che non hanno tempo di fare acquisti in negozio.**
- **Produttori di alimenti biologici.**

3. Proposta di valore

In una frase breve e chiara spiegate ai vostri clienti: come il vostro prodotto o servizio risolve i loro problemi, perché dovrebbero scegliere la vostra iniziativa e quali vantaggi ottengono dal vostro prodotto o servizio.

Cosa offrirete per risolvere i problemi riscontrati nei vostri clienti?
Quali sono i vantaggi della nostra idea imprenditoriale?

Vediamo un esempio:

Clienti di prodotti organici senza tempo per lo shopping in negozio.

- **Acquisti facili e sicuri sulla piattaforma.**
- **Garanzia sui prodotti biologici.**
- **Vicinanza al produttore.**

Prodotti di alimenti biologici.

- **Commercio equo e solidale.**
- **Assistenza sull'app 24 ore su 24, 7 giorni su 7.**
- **Strumenti di comunicazione efficaci per una vendita sicura e protetta.**

4. Soluzione

Identificate ed elencate le tre caratteristiche principali del vostro prodotto/servizio che servono a risolvere o ad affrontare i "disturbi" del vostro segmento di clientela.

Quali attività chiave richiede la nostra proposta di valore? Quali i nostri canali? Quale la nostra sostenibilità finanziaria?

Vediamo un esempio:

Il biologico Bohemios: una piattaforma di mercato che mette in contatto i consumatori di prodotti biologici direttamente con i produttori biologici:

- Vendita diretta dagli agricoltori.
- Vendita online di prodotti biologici.
- Riduzione della catena di distribuzione.

5. Vantaggi differenziali

Evidenziate soprattutto ciò che vi rende speciali rispetto agli altri concorrenti.

Cosa vi rende così speciali da non poter essere copiati dai vostri concorrenti? In genere questo si scopre con il tempo, ma all'inizio potrebbe essere un po' difficile definire quale sia il vostro vantaggio competitivo. Se non lo sapete o non ne siete sicuri, potete lasciare lo spazio vuoto o scrivere perché pensate di distinguervi?

Vediamo un esempio:

- Un mercato che garantisce la qualità dei suoi prodotti.
- Unico nel mercato che mette in contatto diretto i produttori con i consumatori.
- Uno spazio commerciale che sensibilizza sulla catena del valore della produzione biologica.

6. Sostenibilità finanziaria

Indicare i diversi ricavi che si avranno.

Come farete soldi?
Per cosa vi pagheranno i clienti?
Quale margine di profitto otterrete?

Vediamo un esempio:

Consumatori di prodotti biologici.

- 15% dell'importo totale per ogni ordine

Produttori di alimenti biologici.

- Trattenuta del 10% dei ricavi delle vendite.

7. Struttura dei costi

Analizzate i costi che la vostra azienda dovrà sostenere.

Quali costi avrà la vostra idea imprenditoriale?

Quali costi saranno associati alle procedure, alle attività e alle risorse necessarie per far decollare la vostra idea imprenditoriale?

Vediamo un esempio:

- Piattaforme di pagamento come Paypal.
- Hosting di siti web.
- Whatsapp per le aziende.
- Chat bot.
- Società legale (servizi di assistenza legale).
- Denaro disponibile per il pagamento dei servizi di spedizione.
- Risorse umane (assistenza a clienti e produttori)
- Spazio pubblicitario sui social media

8. Metriche chiave

Si tratta di valori espressi numericamente utilizzati per analizzare le prestazioni di una specifica azione o processo all'interno di un'azienda.

Definire gli indicatori per il processo decisionale sul percorso della proposta commerciale. Per le proposte iniziali è importante concentrarsi su indicatori che misurino:

- Volume totale delle vendite
- Acquisizione di clienti
- Ritenzione dei clienti

Vediamo un esempio:

- Numero di consumatori registrati nell'app.
- Numero di produttori affiliati all'app.
- % di prodotti biologici acquistati dalla piattaforma al mese.

9. Canali

Risorse utilizzate per promuovere la nostra proposta di valore.

Attraverso quali canali possiamo portare la nostra idea di business al segmento dei clienti?
Cosa serve per far conoscere ai clienti la nostra proposta di valore?
Che tipo di canali funzionano meglio?

Seguite l'esempio dell'Allegato 5.3.10.

Vediamo un esempio:

Consumatori di prodotti biologici

- Informazioni sull'applicazione: vantaggi, selezione di produttori e prodotti, opzioni di consegna, ecc.
- Gestione della comunicazione con i produttori.
- Informazioni sui social media e sulla pubblicità.

Produttori di alimenti biologici.

- Raggiungiamo il cliente attraverso la piattaforma.
- Canali di comunicazione con i produttori.
- Gestione dei social media e della pubblicità.

10. Impatto

Quali cambiamenti o miglioramenti la mia idea imprenditoriale promuove per la tutela dell'ambiente e lo sviluppo sostenibile.

In che modo la mia idea imprenditoriale va a vantaggio dei miei clienti e del loro ambiente?

Identificare l'impatto della mia proposta in termini di sviluppo sostenibile.

Vediamo un esempio:

- **Promuove un consumo responsabile.** Riduce il consumo di materiali monouso e la produzione di rifiuti.
- **Promuove il commercio equo e la distribuzione del reddito per i piccoli e medi agricoltori biologici.**



Unità 4

Presentazione di una proposta. Le buone idee devono essere comunicate. Come si può mostrare il proprio modello di business?



Cofinanziato
dall'Unione Europea

Comunicazione di progetti imprenditoriali:



Una comunicazione efficace e una presentazione chiara di un progetto imprenditoriale sono fondamentali per il successo di qualsiasi impresa.

Dobbiamo quindi essere in grado di **comunicare le idee in modo chiaro** e conciso per **catturare l'attenzione di investitori, clienti** potenziali e altre parti interessate rilevanti.

Esiste un gran numero di strumenti e risorse disponibili per aiutarci a comunicare e presentare con successo i progetti. In questo modulo ne esamineremo alcuni.

Quali abilità e competenze sono necessarie?

1. **Capacità di sintetizzare e semplificare informazioni complesse.**
2. **Capacità di convincere e motivare il pubblico.**
3. **Capacità di adattare la comunicazione al pubblico specifico.**



Elevator Pitch. Cos'è?

Il nome si riferisce al tempo che avremo a disposizione per il nostro discorso di presentazione. È simile alle brevi conversazioni che possiamo avere in ascensore (30-60 secondi).

Pertanto, la chiave è essere diretti, precisi ed entusiasti nel comunicare il nostro modello di business, e farlo in non più di 30 secondi.

ATTENZIONE, non si sa mai dove e quando si avrà l'opportunità di stupire con la propria iniziativa trasformativa nel settore verde, per ottenere il sostegno o gli investitori di cui si ha bisogno.



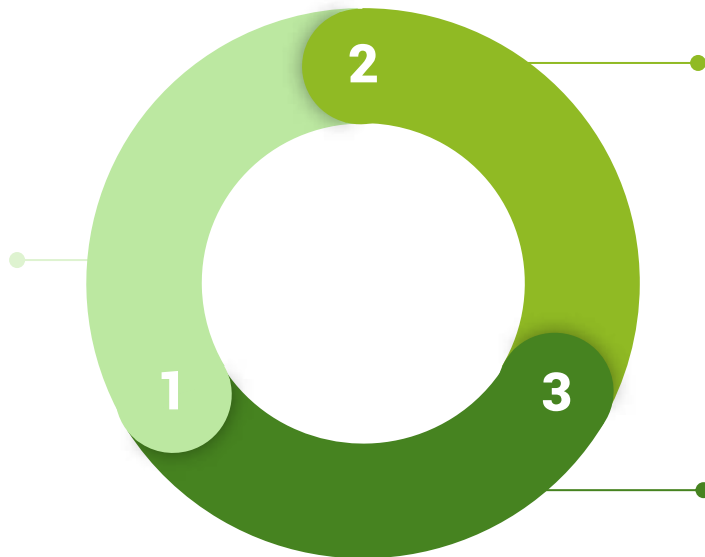
Come preparare un *elevator pitch*?

Preparazione

In primo luogo, è **necessario essere chiari su ciò che si intende comunicare**. Per farlo, è essenziale che conosciate nel dettaglio il vostro modello di business. Rispondete a queste domande chiave: Chi siete? Cosa fa la vostra azienda? Qual è il vostro valore differenziale? Perché dovrebbero investire in voi?

È importante essere **trasparenti, chiari e concreti**. Ad esempio, non dite che produce computer. Siate più chiari: "Ho creato il primo computer al mondo 100% verde".

Non usate parole tecniche nel vostro discorso, perché spesso i potenziali clienti e investitori non conoscono a fondo il vostro settore. Dovete comunicare loro il vostro messaggio in modo chiaro.



Prova

Una volta terminato il discorso,, **repetetelo tutte le volte che vi serve per impararlo e adottarlo. Date tempo al tempo** e adattatelo in modo da poter esprimere le vostre idee con impatto.

È essenziale essere naturali, in modo che non sembri un messaggio automatico, quindi adottate il vostro discorso in modo da poterlo riprodurre con totale apertura e naturalezza.

Presentazione

Quando presentate la vostra proposta a un potenziale cliente o investitore, ricordate che la cosa più importante è **creare una buona impressione**, per suscitare la sensazione di "voglio saperne di più".

Pitch Deck. Cos'è?



È il complemento documentale del discorso di presentazione (*elevator pitch*).

Il *pitch deck* è una tecnica di marketing. Consiste in una rappresentazione visiva (video, ppt interattivo, presentazione digitale) per presentare il vostro progetto imprenditoriale.

L'obiettivo è convincere coloro che possono investire o diventare partner dell'attività imprenditoriale.

OBJECTIVE				
1 What is the motivation behind the idea and what do we want to achieve with the development of the idea.				
PROBLEM	SOLUTION	VALUE PROPOSITION	DIFFERENTIAL ADVANTAGE	CUSTOMER SEGMENT
3 Identify the three main problems of the collective and find out what alternatives to solve them they are going to solve first...	5 State the 3 most important features of your proposal that will help them solve their problem. BY INDICATORS	4 Make it clear, simple and straightforward what makes your solution special and how you are going to help your customers solve their problem.	10 What makes you special and different: what makes you have a USP/USP.	2 Identify and know the customer segments you are going to work with. Identify your Early Adopters to start working with.
	9 Establish what results we want to measure and with what indicators.		6 How will you define your solution to your customer segments?	
COST STRUCTURE			FINANCIAL REQUIREMENT	
8 What are the expenses you will generate during the course of the activity.			7 How you will generate income	
IMPACT				
11 What impact is intended to be generated on the social and/or environmental surroundings.				

Come creare un *Pitch Deck*?

- Assicuratevi di avere un'idea chiara e precisa della vostra attività imprenditoriale e del suo impatto.
- Presentate una visione chiara di come contribuirete a risolvere il problema che avete identificato.
- Spiegate in che modo la vostra impresa è unica e diversa dalle altre già esistenti nel settore verde.
- Fornite un piano su come otterrete dei ricavi e su cosa li renderanno sostenibili.
- Includete dati e statistiche sugli obiettivi di sviluppo sostenibile che impatterete, per sostenere le vostre argomentazioni e dimostrarne la necessità.
- Rendete il vostro discorso visivamente accattivante e facile da seguire, utilizzando grafici e tabelle.
- Cercate di essere molto visivi e di limitare il numero di frasi utilizzate.
- Esercitatevi prima di presentare il vostro discorso e siate pronti a rispondere alle domande e a discutere i dettagli della vostra imprenditorialità.



Pillola informativa:

Video:

Elevator Pitch di Alicia Ro.

 **Clicca PLAY per vedere il video**





 Green Up
yourself 

Esercizio pratico



Cofinanziato
dall'Unione Europea



Descrizione dell'esercizio.

Nome: una tela dipinta di verde.
Sviluppare un'idea imprenditoriale.

Obiettivi di apprendimento: gli studenti identificano gli aspetti chiave di ogni componente del modello di business "Social Lean Canvas" in base all'idea di business verde o sostenibile che hanno generato nel modulo formativo 4.

Competenze: innovazione, creatività, resilienza, responsabilità sociale

Svolgimento



1. Per sviluppare il modello dovrete scrivere la vostra idea di business verde, a seconda di come l'avete sviluppata negli esercizi del modulo formativo 4.
2. Scaricate qui il "Social Lean Canvas".
3. Utilizzando i post-it digitali, scrivete le vostre idee su ciascuno dei componenti della tela.
4. Ricordate che l'ordine è importante, quindi compilate ogni componente secondo l'ordine che vi abbiamo mostrato nell'esempio.

Risorse materiali:

- "Social Lean Canvas" scaricabile
- Post-it digitali.

Durata: 30 minuti



 Green Up
yourself 

Esercizio pratico



Cofinanziato
dall'Unione Europea



Descrizione dell'esercizio.

Nome: Comunicare la vostra idea.
Preparate il vostro *elevator pitch*.

Obiettivi di apprendimento:

Sviluppare il discorso di presentazione del modello di business verde dei partecipanti.

Competenze: innovazione, creatività, resilienza, comunicazione.

Risorse materiali:

- Modelli di documenti Word
- (*Canva, Genially, Power point*)

Durata: 30 minuti.

Svolgimento

Scrivete il vostro discorso di presentazione secondo la seguente struttura:

1. Iniziate con una dichiarazione sorprendente.
2. Spiegate chi siete e qual è la vostra iniziativa.
3. Indicate quali esigenze o problemi coprite con la vostra idea di business verde.
4. Dite quali soluzioni offrite.
5. Confermate i principali vantaggi che qualcuno otterrebbe dalla vostra idea imprenditoriale.
6. Spiegate perché siete la persona giusta (o il vostro progetto è il progetto giusto).
7. Concludete con un invito all'azione.

Una volta scritte le vostre idee, le organizzerete in un'infografica. Sarete voi a decidere il design.

Per lo sviluppo dell'infografica potete utilizzare strumenti come: Canva, Genilly, Power Point, Prezzi, ecc...

Risorse aggiuntive.

Approfondire gli argomenti.



Cofinanziato
dall'Unione Europea

Per ulteriori informazioni



- Come creare il primo *PITCH DECK*?:
<https://www.youtube.com/watch?v=5nomvwcPwak>
- Il canvas sostenibile: un nuovo canvas per l'economia circolare, 2019: <https://eco-circular.com/2019/10/28/el-canvas-sostenible-un-nuevo-lienzo-para-la-economia-circular/>
- *Business Model Canvas* vs. *Lean Canvas* vs. *Value Proposition Canvas*:
https://www.youtube.com/watch?v=hByOlb_CmEE
- *Elevator pitch*: cosa dire quando si hanno 30 secondi per lasciare il segno?: <https://www.becas-santander.com/es/blog/elevator-pitch-ejemplos-tienes-30-segundos.html>
- Esempi *Lean Canvas*:
<https://www.youtube.com/watch?v=2nW9lg-fenY>
- Come integrare gli obiettivi di sviluppo sostenibile in un modello di business:
https://www.elespanol.com/enclave-ods/semanales/20220124/integrar-objetivos-desarrollo-sostenible-modelo-negocio/644185751_0.html
- Spiegazione del *Business Model Canvas*:
<https://www.youtube.com/watch?v=QoAOzMTLP5s>

- CANVAS, ecco come si sviluppa questo modello. Su: <https://www.emprendedores.es/gestion/modelo-3/>
- Alfonso Prim - Lanzo. Modello canvas spiegato passo per passo. Su: <https://innokabi.com/canvas-de-modelo-de-negocio/>
- Obiettivi di sviluppo sostenibile. Modello canvas sostenibile. Su: <https://objetivodesarrollosostenible.com/2020/09/04/lienzo-modelo-sostenible/>
- María Alonso. Modello Canvas: a cosa serve e come farlo passo dopo passo. Su: <https://asana.com/es/resources/business-model-canvas>
- José María Bolufer di Francia -Business. Modello Canvas Sostenibile: migliorare il mondo, migliorare la vostra attività. Su: <https://www.telefonica.com/es/sala-comunicacion/blog/business-model-canvas-sostenible-mejora-el-mundo-mejora-tu-negocio/>
- Manuel Aguirre. Canvas sostenibile: una nuova tela per l'economia circolare. Su: <https://eco-circular.com/2019/10/28/el-canvas-sostenible-un-nuevo-lienzo-para-la-economia-circular/>
- *Elevator pitch* o come convincere un investitore in 30 secondi. Su: bit.ly/43HCmfF
- Il vostro modello di business. Tim Clark, Alexander Osterwalder e Yves Pigneur. Editorial Deusto. 2012.
- Alexander Osterwalder e Yves Pigneur. Generazione di modelli di business. Un manuale per visionari, rivoluzionari e sfidanti. Editorial Deusto. 2011
- Ash Maurya. Come creare il *Lean canvas*. Su: www.innovacion-sistematica.net



Modulo 6

Competenze e strumenti digitali per l'imprenditorialità



Cofinanziato
dall'Unione Europea



Table of contents



- Unità 1: competenze digitali
- Unità 2: strumenti digitali
- Unità 3: strumenti di collaborazione online per il lavoro a distanza - *Google Workspace, Microsoft Teams, Trello, Slack, Dropbox, Monday.com, Asana*
- Unità 4: strumenti di comunicazione - *Skype, Google Meet, Zoom*
- Unità 5: applicazioni di progettazione - *WordPress, Wix, Canva*
- Unità 6: Social networks - *WhatsApp Business, LinkedIn*

Unità 1

Cosa si intende per competenze digitali?



Cofinanziato
dall'Unione Europea

Cosa si intende per competenze digitali?

Si riferisce all'**abilità personale** di utilizzare in modo efficace ed efficiente dispositivi, applicazioni, strumenti e piattaforme digitali per accedere, gestire, analizzare e comunicare informazioni.



- **Comunicazione:** utilizzo delle competenze digitali per facilitare la comunicazione attraverso e-mail, app di messaggistica (*WhatsApp, Slack...*), strumenti di videoconferenza (*Zoom, Google Meet...*) e piattaforme di social media.
- **Collaborazione:** con i membri del team e le parti interessate utilizzando diversi strumenti di collaborazione (*Google Workspace, Microsoft Teams...*)
- Questi strumenti migliorano l'efficienza e la produttività.
- **Gestione dei progetti:** l'utilizzo di strumenti di gestione dei progetti (*Trello, Asana, Monday.com*) aiuta a pianificare, organizzare e tenere traccia dei progetti per garantire un flusso di lavoro regolare e un completamento tempestivo.

- **Creazione e progettazione di contenuti:** L'applicazione delle competenze digitali per creare e progettare contenuti visivi (utilizzando strumenti come *Canva*) aiuta a migliorare gli sforzi di marketing, le presentazioni e la rappresentazione del marchio.
- **Gestione e condivisione dei file:** L'uso di strumenti di archiviazione e condivisione dei file (*Dropbox*, ...) garantisce una collaborazione efficace e l'accessibilità alle informazioni.
- **Networking e sviluppo professionale:** Utilizzare le competenze digitali per fare rete, creare connessioni professionali e accedere a risorse e opportunità formative utilizzando piattaforme come LinkedIn.

Utilizzo di competenze digitali



- **Lavoro a distanza e imprenditorialità:** Gli strumenti digitali possono consentire il lavoro a distanza e l'imprenditorialità, sfruttando le competenze digitali per comunicare, gestire progetti, condurre riunioni e coordinare le operazioni aziendali.
- **Adattabilità e apprendimento:** Sviluppare una mentalità di apprendimento continuo e di adattabilità per stare al passo con le tecnologie in evoluzione, migliorando le proprie competenze digitali per rimanere competitivi nel panorama digitale.

In breve, le competenze digitali sono **abilità essenziali** che consentono agli individui di utilizzare efficacemente gli strumenti e le tecnologie digitali per vari scopi, tra cui la comunicazione, la collaborazione, la gestione dei progetti, la creazione di contenuti, il networking e la crescita professionale. **Queste competenze sono fondamentali per il successo nell'era digitale moderna.**

Video:

Perchè le competenze digitali sono importanti | David Timis

 **Clicca PLAY per vedere il video**



Unità 2

Cosa si intende per strumenti digitali?



Cofinanziato
dall'Unione Europea

Cosa sono gli strumenti digitali?



Uno **strumento digitale** è un'applicazione, una piattaforma o un programma basato su software e progettato per assistere individui, aziende o organizzazioni nello svolgimento di compiti specifici, nel raggiungimento di obiettivi o nel miglioramento della produttività nell'ambiente digitale.

Questi strumenti **sfruttano le tecnologie digitali per fornire funzionalità e caratteristiche** che semplificano i processi, la comunicazione, la gestione dei dati e la collaborazione.

Cosa sono gli strumenti digitali?

Gli **strumenti digitali** sono strumenti fondamentali che sfruttano la potenza della tecnologia per semplificare le attività, migliorare la collaborazione e consentire a individui e organizzazioni di raggiungere i propri obiettivi in modo efficiente ed efficace nell'era digitale.



Unità 3

Strumenti di collaborazione online per il lavoro a distanza: *Google Workspace, Microsoft Teams, Trello, Slack, Dropbox, Monday.com, Asana*



Cofinanziato
dall'Unione Europea

L'uso di *Google Workspace* nell'imprenditoria

- **Collaborazione in tempo reale di documenti:** utilizzo di *Google Docs*, *Sheets* e *Slides* per la collaborazione in tempo reale su documenti, fogli di calcolo e presentazioni tra i membri del team.
- **Video Conferenze:** utilizzare *Google Meet* per riunioni, presentazioni e discussioni virtuali con i membri del team, i clienti o le parti interessate.
- **Email and Comunicazione:** sfruttate *Gmail* per comunicazioni professionali via e-mail all'interno e all'esterno dell'organizzazione.
- **Collaborazione di gruppo:** utilizzo di *Google Drive* per archiviare, accedere e condividere i file con i membri del team, favorendo una facile collaborazione sui progetti.

Punti di forza:

- Integrazione perfetta di vari strumenti di comunicazione e collaborazione.
- Collaborazione in tempo reale sui documenti.
- Scalabile per aziende di tutte le dimensioni.
- Funzioni di sicurezza avanzate per la protezione dei dati.

Punti deboli:

- L'interfaccia potrebbe risultare eccessiva per i nuovi utenti.
- Curva di apprendimento per comprendere l'intera suite di applicazioni.

L'uso di *Microsoft Teams* nell'imprenditoria:

- **Chat e comunicazione:** utilizzo della funzione di chat per una messaggistica rapida e diretta tra i membri del team.
- **Videoconferenze:** ospitare riunioni virtuali, webinar e videoconferenze utilizzando *Microsoft Teams*, consentendo una comunicazione remota efficace.
- **Collaborazione con i documenti:** collaborare su documenti, fogli di calcolo e presentazioni in tempo reale utilizzando le applicazioni di *Microsoft Office* all'interno di *Teams*.
- **Integrazione con altri strumenti:** Integrazione con altre applicazioni *Microsoft* per un flusso di lavoro continuo e una maggiore produttività.

Punti di forza:

- Hub di collaborazione completo che integra strumenti di comunicazione e produttività.
- Stretta integrazione con la suite *Microsoft Office*.
- Ampia personalizzazione e integrazione di app di terze parti.

Punti deboli:

- Alcune funzioni possono presentare una curva di apprendimento per i nuovi utenti.
- Potrebbe essere necessario un sistema *Microsoft*-centrico per ottenere la massima efficacia.

L'utilizzo di *Trello* nell'imprenditoria:

- **Gestione dei progetti** - utilizzate le schede di *Trello* per gestire progetti, attività e progressi in modo visivo e organizzato.
- **Assegnazione dei compiti** - assegnate i compiti ai membri del team, impostate le date di scadenza e monitorate i progressi utilizzando le schede di *Trello*.
- **Visualizzazione dei flussi di lavoro** - progettate i flussi di lavoro e visualizzate l'avanzamento delle attività dall'inizio al completamento, migliorando la trasparenza del progetto.

Punti di forza:

- Interfaccia intuitiva, facile da configurare e utilizzare.
- Gestione flessibile di attività e progetti con un approccio visivo.
- Integrazione con diverse app e strumenti.

Punti deboli:

- Le funzioni avanzate possono richiedere un piano a pagamento.
- Non è adatto a progetti molto complessi o su larga scala.

L'utilizzo di *Slack* nell'imprenditoria:

- **Comunicazione di squadra** - comunicare con i membri del team e i clienti in tempo reale utilizzando canali e messaggistica diretta. Utilizzare le bacheche di *Trello* per gestire progetti, attività e progressi in modo visivo e organizzato.
- **Condivisione di file** - condividete file e documenti e collaborate su di essi direttamente all'interno di *Slack*.
- **Integrazione con altri strumenti** - integrazione con vari strumenti di terze parti per centralizzare le notifiche e il flusso di lavoro.

Punti di forza:

- Comunicazione istantanea ed efficiente con i membri del team.
- Ampie integrazioni con altre applicazioni e servizi.
- Altamente personalizzabile con una serie di plugin e componenti aggiuntivi.

Punti deboli:

- Le informazioni possono essere disperse in numerosi canali.
- Può richiedere una gestione attiva per evitare il sovraccarico di comunicazione.

L'utilizzo di *Dropbox* nell'impresitoria:

- **Archiviazione dei file** - archiviate, accedete e condividete i file in modo sicuro con i membri del team, i clienti o i partner utilizzando *Dropbox*.
- **Collaborazione su file** - collaborate sui file, fornite feedback e tenete traccia delle modifiche all'interno delle cartelle condivise.
- **Backup e ripristino** - utilizzate *Dropbox* per il backup dei dati aziendali critici e per facilitare il ripristino in caso di perdita.

Punti di forza:

- Archiviazione e condivisione dei file di facile utilizzo.
- Collaborazione in tempo reale sui file con i membri del team.
- Facile accessibilità e sincronizzazione tra i vari dispositivi.

Punti deboli:

- Funzioni di collaborazione limitate rispetto agli strumenti di gestione dei progetti specializzati.
- I prezzi possono aumentare con i requisiti di archiviazione.

L'utilizzo di *Monday.com* nell'imprenditoria:

- **Gestione dei progetti** - utilizzate schede e colonne per gestire progetti, attività e scadenze in modo visivo e organizzato.
- **Assegnazione e tracciamento dei compiti** - assegnate i compiti ai membri del team, stabilite le priorità e seguite i progressi utilizzando la piattaforma.
- **Automazione dei flussi di lavoro** - automatizzare le attività e i processi ripetitivi per snellire i flussi di lavoro e migliorare l'efficienza.

Punti di forza:

- Interfaccia altamente personalizzabile e visivamente accattivante.
- Efficace tracciamento dei progetti e visualizzazione dei progressi.
- Integrazione con varie applicazioni e strumenti.

Punti deboli:

- I costi possono aumentare per i team più numerosi o per le funzioni avanzate.
- Curva di apprendimento per impostazioni e configurazioni complesse.

L'utilizzo di *Asana* nell'imprenditoria:

- **Gestione di attività e progetti** - utilizzate *Asana* per creare e gestire in modo efficace attività, progetti, scadenze e priorità. *Asana* è una piattaforma web e mobile di "gestione del lavoro" progettata per aiutare i team a organizzare, tracciare e gestire il proprio lavoro.

Unità 4

Strumenti di comunicazione: *Skype, Google Meet, and Zoom* – strumenti che offrono videoconferenze



Cofinanziato
dall'Unione Europea

L'uso di *Skype* nell'imprenditoria:

- **Riunioni a distanza** - per condurre riunioni a distanza con i membri del team, i clienti o le parti interessate, consentendo la comunicazione e la collaborazione in tempo reale.
- **Colloqui e assunzioni** - utilizzate *Skype* per i colloqui di lavoro e le valutazioni dei candidati da remoto, semplificando il processo di assunzione, soprattutto per i candidati da remoto o internazionali.
- **Comunicazione con i clienti** - è possibile comunicare con i clienti via *Skype* per fornire aggiornamenti, consulenze sui progetti e discutere i requisiti, creando solide relazioni con i clienti.
- **Collaborazione con i team da remoto** - collegatevi con i membri dei team da remoto o con i freelance per discutere e aggiornare i progetti, favorendo la collaborazione e il lavoro di squadra.

Skype – utilizzo nell'impresonditoria



Punti di forza:

- Facile da usare e ampiamente utilizzato.
- Supporta comunicazioni video, vocali e di testo.
- Conveniente per riunioni individuali o di piccoli gruppi.
- Possibilità di effettuare chiamate internazionali.

Punti deboli:

- Limitato a 50 partecipanti in una chiamata di gruppo (versione gratuita).
- Alcune funzioni possono richiedere un abbonamento.
- Potrebbe non avere un numero di integrazioni pari a quello di altre piattaforme.

L'utilizzo di *Google Meet* nell'imprenditoria:

- **Riunioni di team** - ospitano riunioni e discussioni di team, assicurando che i team remoti e distribuiti rimangano connessi e informati.
- **Consultazioni con i clienti** - organizzate consultazioni virtuali con clienti o potenziali clienti per discutere requisiti, proposte o presentazioni.
- **Webinar e formazione** – per condurre webinar, sessioni di formazione o workshop per dipendenti o clienti utilizzando la funzione webinar di *Google Meet*.
- **Integrazione con Google Workspace** - si integra perfettamente con *Google Workspace*, facilitando la pianificazione e la partecipazione alle riunioni direttamente da *Google Calendar*.

Punti di forza:

- Integrazione con *Google Workspace* e altre applicazioni *Google*.
- Video e audio di alta qualità.
- Sicurezza e privacy.
- Funzionalità di traduzione e sottotitolazione in tempo reale.

Punti deboli:

- Le funzioni avanzate possono richiedere un abbonamento.
- Non ci sono molte integrazioni di app di terze parti rispetto ad altre piattaforme.

L'utilizzo di Zoom nell'imprenditoria:

- **Riunioni e collaborazioni di team** - ospitano riunioni di team virtuali, sessioni di brainstorming e collaborazioni di progetto con team remoti o distribuiti.
- **Presentazioni ai clienti** - conducete presentazioni ai clienti e *pitch*, mostrando prodotti, servizi o proposte di progetto.
- **Webinar e formazione** - organizzate webinar, dimostrazioni di prodotti e sessioni di formazione per coinvolgere un pubblico più ampio a scopo educativo.
- **Interviste e onboarding** - condurre colloqui di lavoro, sessioni di *onboarding* e orientamento per i nuovi assunti, soprattutto in contesti lavorativi remoti o ibridi.

Punti di forza:

- Ampia gamma di funzioni, tra cui sale riunioni, sondaggi e lavagne.
- Funzionalità di condivisione video, audio e schermo di alta qualità.
- Integrazioni con varie app e piattaforme.
- Opzioni di registrazione e trascrizione delle riunioni.

Punti deboli:

- La versione gratuita prevede limiti di tempo per le riunioni di gruppo.
- Problemi di sicurezza in passato (migliorati con gli aggiornamenti).
- Il prezzo può essere un po' alto per le piccole imprese.

Gli imprenditori possono scegliere e utilizzare strategicamente questi strumenti di comunicazione in base alle loro esigenze specifiche, alle dinamiche del team e alla natura delle loro interazioni aziendali. Ogni strumento offre caratteristiche e vantaggi unici, che rispondono a diversi aspetti della comunicazione e della collaborazione.

Unità 5

Applicazioni di progettazione: *WordPress, Wix, Canva.*



Cofinanziato
dall'Unione Europea

L'utilizzo di *WordPress* nell'imprenditoria:

- **Creazione di siti web:** *WordPress* è noto soprattutto come sistema di gestione dei contenuti (Content Management System - CMS) utilizzato per creare siti web. Gli imprenditori possono usarlo per creare siti web professionali per le loro aziende, mostrando prodotti, servizi e informazioni aziendali.
- **Fare blog:** *WordPress* è famoso per le sue capacità di fare blog. Gli imprenditori possono gestire blog per condividere approfondimenti e aggiornamenti sul settore e coinvolgere il proprio pubblico.
- **E-commerce:** Con l'aiuto di plugin come *WooCommerce*, gli imprenditori possono trasformare il loro sito *WordPress* in una piattaforma di e-commerce per vendere prodotti o servizi online.
- **Personalizzazione:** *WordPress* offre un'ampia gamma di temi e plugin, che consentono agli imprenditori di personalizzare i propri siti web per adattarli all'identità del proprio marchio e soddisfare le specifiche esigenze aziendali.
- **Ottimizzazione SEO:** *WordPress* dispone di strumenti e plugin SEO integrati che aiutano gli imprenditori a ottimizzare i loro siti web per i motori di ricerca, migliorando la visibilità online.

Punti di forza:

- Altamente personalizzabile con una vasta libreria di temi e plugin.
- Ottimo per siti web e blog ricchi di contenuti.
- Eccellente per l'ottimizzazione SEO.
- Supporta le funzionalità di e-commerce.
- Offre scalabilità per le aziende in crescita.

Punti deboli:

- Richiede alcune conoscenze tecniche per la personalizzazione avanzata.
- La sicurezza e la manutenzione sono essenziali per prevenire le vulnerabilità.

L'utilizzo di *Wix* nell'imprenditoria:

- **Creazione di siti web:** *Wix* è un costruttore di siti web facile da usare che gli imprenditori possono utilizzare per creare rapidamente siti web dall'aspetto professionale.
- **E-commerce:** *Wix* offre modelli e funzionalità di e-commerce, rendendolo adatto agli imprenditori che desiderano avviare negozi online.
- **Presenza online:** *Wix* fornisce agli imprenditori strumenti per gestire la loro presenza online, tra cui la registrazione del dominio, l'hosting e il SEO.
- **Modelli:** *Wix* offre un'ampia varietà di modelli per diversi tipi di business, aiutando gli imprenditori a iniziare la loro presenza online.
- **Ottimizzazione mobile:** *Wix* ottimizza automaticamente i siti web per i dispositivi mobili, garantendo un'esperienza utente senza soluzione di continuità su tutte le piattaforme.

Punti di forza

- Estremamente facile da usare grazie all'interfaccia *drag-and-drop*.
- Offre una varietà di modelli per diversi settori.
- Gestisce l'hosting e la registrazione del dominio.
- Design reattivo per i dispositivi mobili.
- Adatto alle piccole imprese e alle startup.

Punti deboli:

- Personalizzazione avanzata limitata rispetto a *WordPress*.
- Può presentare limitazioni per siti web molto complessi.
- Funzionalità SEO limitate rispetto alle piattaforme SEO dedicate.

L'utilizzo di *Canva* nell'imprenditoria:

- **Progettazione grafica:** *Canva* è uno strumento di progettazione grafica versatile che gli imprenditori possono utilizzare per creare vari materiali di marketing, tra cui grafica per i social media, presentazioni, volantini e altro ancora.
- **Branding:** *Canva* consente agli imprenditori di progettare e mantenere un'identità di marca coerente, creando modelli di marchio per i materiali di marketing.
- **Creazione di contenuti:** Gli imprenditori possono progettare contenuti coinvolgenti per i loro canali di social media, blog e siti web, contribuendo ad attrarre e fidelizzare i clienti.
- **Collaborazione:** *Canva* offre funzioni di collaborazione, rendendo più facile per gli imprenditori lavorare con team, designer e creatori di contenuti.
- **Economico:** *Canva* offre una versione gratuita e una versione Pro a pagamento, che lo rendono conveniente per le aziende di tutte le dimensioni..

Punti di forza:

- Interfaccia facile da usare, non richiede esperienza di progettazione.
- Offre un'ampia gamma di modelli ed elementi di design.
- Supporta la collaborazione con i membri del team.
- Economico, con una versione gratuita.
- Consente di progettare in modo rapido ed efficiente vari materiali di marketing.

Punti deboli:

- Può non essere adatto a progetti di progettazione molto complessi.
- Le capacità di progettazione avanzate sono limitate rispetto ai software di progettazione professionali.
- La versione gratuita ha limitazioni sulle funzioni e sull'accesso agli elementi premium.

Gli imprenditori possono sfruttare queste applicazioni di design per creare e gestire la loro presenza online, i materiali di marketing e il branding, migliorando la visibilità dell'azienda e il coinvolgimento del pubblico di riferimento. La scelta tra questi strumenti dipende dalle esigenze specifiche, dal budget e dal livello di competenza dell'imprenditore in materia di design.

Unità 6

Social networks: *WhatsApp Business, LinkedIn.*



Cofinanziato
dall'Unione Europea

L'utilizzo di *WhatsApp Business* nell'imprenditoria:

- **Comunicazione con i clienti** - utilizzate *WhatsApp Business* per comunicare con i clienti in modo diretto, immediato e personalizzato. Condividete aggiornamenti, rispondete alle domande e fornite assistenza ai clienti.
- **Promozioni e marketing** - utilizzate *WhatsApp Business* per inviare messaggi promozionali, aggiornamenti sui prodotti, offerte e annunci ai vostri clienti. Questo può aiutare a fare marketing e a coinvolgere i clienti in modo mirato.
- **Pianificazione degli appuntamenti** - semplificate le prenotazioni e la pianificazione degli appuntamenti utilizzando *WhatsApp Business* per confermare, riprogrammare o cancellare gli appuntamenti con i clienti.
- **Feedback dei clienti** - raccogliete i feedback dei clienti sui vostri prodotti o servizi usando *WhatsApp Business*. È un modo comodo per i clienti di esprimere le loro opinioni.
- **Conferma e tracciamento degli ordini** - confermate gli ordini, fornite informazioni sulla tracciabilità e tenete aggiornati i clienti sui loro acquisti, migliorando la loro esperienza complessiva.

Punti di forza

- Comunicazione diretta e immediata con i clienti.
- Possibilità di creare liste broadcast per raggiungere più contatti contemporaneamente.
- Offre un profilo aziendale con informazioni essenziali.
- Integrazione con strumenti aziendali e API.
- Ampia base di utenti, che la rende una piattaforma di messaggistica popolare.

Punti deboli:

- Può richiedere molto tempo per la gestione di grandi volumi di messaggi.
- Capacità di automazione limitate rispetto ad altre piattaforme.

LinkedIn– utilizzo nell'imprenditoria



L'utilizzo di LinkedIn nell'imprenditoria:

- **Networking professionale** - connettetevi con altri professionisti, imprenditori, potenziali partner e clienti per ampliare la vostra rete e favorire le collaborazioni.
- **Promozione aziendale** - utilizzate LinkedIn per promuovere la vostra attività, condividere aggiornamenti, articoli e approfondimenti relativi al vostro settore e mostrare i vostri prodotti o servizi.
- **Reclutamento** - pubblicate offerte di lavoro, cercate potenziali candidati e verificate i loro profili per trovare i talenti giusti per la vostra azienda.
- **Condivisione di contenuti** - condividete contenuti di valore, pezzi di thought leadership, case study e whitepaper per affermare la vostra esperienza e coinvolgere il vostro pubblico.
- **Partecipazione a gruppi** - partecipate a gruppi specifici del settore per discutere di tendenze, sfide e soluzioni con i vostri colleghi, ottenendo così preziose intuizioni e conoscenze.

Punti di forza:

- Piattaforma di networking professionale e di creazione di relazioni.
- Permette di fare pubblicità mirata per raggiungere specifici gruppi demografici professionali.
- Ideale per la costruzione della reputazione personale e del marchio.
- Permette la condivisione di contenuti e il coinvolgimento in un contesto professionale.

Punti deboli:

- Aggiornamenti frequenti e coinvolgimento sono spesso necessari per mantenere visibilità e rilevanza.
- Può richiedere molto tempo passare al setaccio un gran numero di richieste di connessione e di messaggi.

Gli imprenditori possono utilizzare efficacemente WhatsApp Business per la comunicazione diretta con i clienti, le promozioni e i feedback, mentre LinkedIn offre una piattaforma per il networking professionale, la promozione aziendale e l'impegno nel settore. La combinazione di entrambi può creare una solida presenza digitale e una strategia di networking per la vostra iniziativa imprenditoriale.



Green Up
yourself

Esercizio pratico



Cofinanziato
dall'Unione Europea



Descrizione dell'esercizio.

Nome: l'uso di *LinkedIn* per il networking

Obiettivo di apprendimento: Questa sfida permette ai partecipanti di impegnarsi attivamente con *LinkedIn*, concentrandosi in particolare su come ottimizzare i loro profili per migliorare il loro marchio imprenditoriale e utilizzare efficacemente il social network per il loro avanzamento professionale.

Competenze: Ottimizzare il proprio profilo *LinkedIn* per sfruttare la potenza dei social network per il successo imprenditoriale e il networking professionale.

Svolgimento



1. Branding imprenditoriale (10 minuti): I partecipanti devono pensare al loro marchio imprenditoriale e a come vogliono essere percepiti professionalmente nello spazio online.
2. Creazione del profilo e branding (10 minuti): I partecipanti devono creare o aggiornare i loro profili LinkedIn concentrandosi sul branding imprenditoriale. Sugerite loro di:
 - *Creare un titolo avvincente che metta in evidenza la loro impresa o le loro aspirazioni imprenditoriali.*
 - *Scrivere un riassunto accattivante che racconti la loro storia imprenditoriale, evidenzi la loro visione e metta in risalto le competenze legate all'imprenditorialità.*
 - *Mostrare la propria esperienza imprenditoriale, i progetti e i risultati ottenuti.*
 - *Elencate le competenze rilevanti per il loro percorso imprenditoriale.*
 - *Sfruttate la sezione dedicata all'istruzione per dimostrare le vostre conoscenze e competenze in materia di imprenditorialità o in campi correlati.*

Risorse materiali:

- Computer

Durata: 30 minuti.



Svolgimento (continuation)



Risorse materiali:

- Computer

Durata: 30 minuti.

3. **Compito di social network (5 minuti):** I partecipanti devono seguire almeno tre influencer o organizzazioni rilevanti legate ai loro interessi imprenditoriali o al loro settore per migliorare il loro feed di LinkedIn.
4. **Collegamento e coinvolgimento (5 minuti):** I partecipanti devono interagire con un post recente di uno degli influencer o delle organizzazioni che hanno seguito, rispondendo con spunti di riflessione o ponendo una domanda pertinente.
5. **Revisione e feedback (5 minuti):** A coppie o in piccoli gruppi, i partecipanti possono esaminare i profili degli altri e fornire un feedback costruttivo su come migliorare il proprio marchio imprenditoriale e l'efficacia del networking.
6. **Riflessione (5 minuti):** I partecipanti devono riflettere su come l'ottimizzazione del loro profilo LinkedIn e il coinvolgimento in contenuti pertinenti possano contribuire al loro marchio imprenditoriale e ai loro sforzi di networking.



 Green Up
yourself 

Esercizio pratico



Cofinanziato
dall'Unione Europea



Descrizione dell'esercizio.

Nome: Strategia di marketing basata su Slack

Obiettivo di apprendimento: Questi esercizi in stile sfida sono progettati per stimolare e coinvolgere i partecipanti, incoraggiandoli ad applicare rapidamente le loro conoscenze e il loro pensiero creativo entro un limite di tempo. Le sfide sono incentrate su Slack e consentono ai partecipanti di affinare le proprie competenze nella selezione di strumenti digitali e nello sviluppo di strategie di marketing in un ambiente stimolante e competitivo.

Competenze: Elaborare una strategia dinamica di marketing digitale utilizzando Slack.

Svolgimento



1. Riepilogo dello scenario aziendale e idee Slack (5 minuti): Riassumete rapidamente l'ipotetico scenario aziendale e fate un brainstorming su come integrare Slack nella strategia di marketing digitale per una comunicazione, una collaborazione e un aggiornamento in tempo reale senza soluzione di continuità.
2. Sprint sulla strategia di marketing (10 minuti): Sviluppate una strategia di marketing digitale dinamica per l'azienda ipotetica, enfatizzando l'uso strategico di Slack per una comunicazione efficace e la collaborazione tra i membri del team.
3. Presentazione rapida (5 minuti): Preparate un breve pitch per presentare la vostra strategia, evidenziando come Slack migliora la comunicazione e la collaborazione all'interno del team e supporta gli sforzi di marketing.
4. Presentazione (fino a 10 minuti): Presentate la vostra strategia al gruppo o al facilitatore, concentrandovi sull'utilizzo di Slack e sul suo impatto sull'approccio al marketing digitale.

Risorse materiali:

- Computer
- Scenario aziendale ipotetico

Durata: 30 minuti.



Esempio di scenario aziendale ipotetico



Risorse materiali:

- Computer
- Scenario aziendale ipotetico

Durata: 30 minuti.

EcoSolutions - Promuovere un futuro sostenibile

EcoSolutions è un'impresa imprenditoriale verde e lungimirante che si concentra sullo sviluppo di soluzioni innovative e sostenibili per affrontare le sfide ambientali. L'azienda si impegna a promuovere un'economia circolare, a ridurre al minimo i rifiuti e a utilizzare le risorse rinnovabili.

Dettagli principali:

1. *Nome dell'azienda: EcoSolutions*
2. *Settore: Ecologia/Ecoimprenditorialità, Sostenibilità, Tecnologia pulita*
3. *Missione: Essere pionieri di tecnologie e servizi ecocompatibili che favoriscono un futuro sostenibile, riducono l'impronta di carbonio e hanno un impatto positivo sulle comunità.*
4. *Target: Individui, aziende e comunità che desiderano adottare soluzioni ecologiche e ridurre il proprio impatto ambientale.*

- Shah-Nelson, C., Blaney, J. R., & Johnson, H. A. (2020). Come le tecnologie HRM e di condivisione delle conoscenze favoriscono la produttività dei team virtuali per le forze lavoro disperse a livello globale: Una revisione sistematica. *Rivista di HRM*, 23(2), 54–71.
- Utilizzo delle fasi di sviluppo del team. Su : <https://hr.mit.edu/learning-topics/teams/articles/stages-development>
- Elenco degli strumenti di collaborazione digitale - Wikipedia. Su: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_collaborative_software
- I 20 principali strumenti di analisi dei dati - Datamation. Su : <https://www.datamation.com/big-data/top-20-data-analytics-tools.html>
- Competenze digitali per un mondo digitale - Commissione europea. Su : <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1079>
- Il quadro di riferimento per l'alfabetizzazione digitale - Jisc. Su : <https://www.jisc.ac.uk/guides/developing-digital-literacies>
- Competenze digitali: Definizioni e quadri di riferimento&citazione; - The Open University. Su: <https://www.open.edu/openlearn/science-maths-technology/digital-literacy/digital-literacy/digital-literacy-definitions-and-frameworks/content-section-2.2>
- Competenze digitali per il 21° secolo - World Economic Forum. Su; <https://www.weforum.org/agenda/2016/06/digital-skills-for-the-21st-century/>

Bibliografia



- *Google Workspace* - panoramica - *Google Cloud*. Su: <https://cloud.google.com/gsuite>
- *Microsoft Teams* – panoramica - *Microsoft*. Su: <https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-teams/group-chat-software>
- *Microsoft Teams* vs. *Slack*: Un confronto per le aziende - *Business News Daily*. Su: <https://www.businessnewsdaily.com/11324-microsoft-teams-vs-slack.html>
- *Trello* - panoramica - *Trello*. Su: <https://trello.com/en>
- *Slack* – panoramica - *Slack*. Su: <https://slack.com/>
- *Dropbox* - Home - *Dropbox*. Su: <https://www.dropbox.com/>
- Cos'è *Dropbox* e come funziona? - *Lifewire*. Su: <https://www.lifewire.com/what-is-dropbox-3486535>
- *Monday.com* - Home - *Monday.com*. Su: <https://monday.com/>
- *Skype* - Home - *Skype*. Su: <https://www.skype.com/>
- *Google Meet* - Home - *Google Workspace*. Su: <https://workspace.google.com/products/meet/>

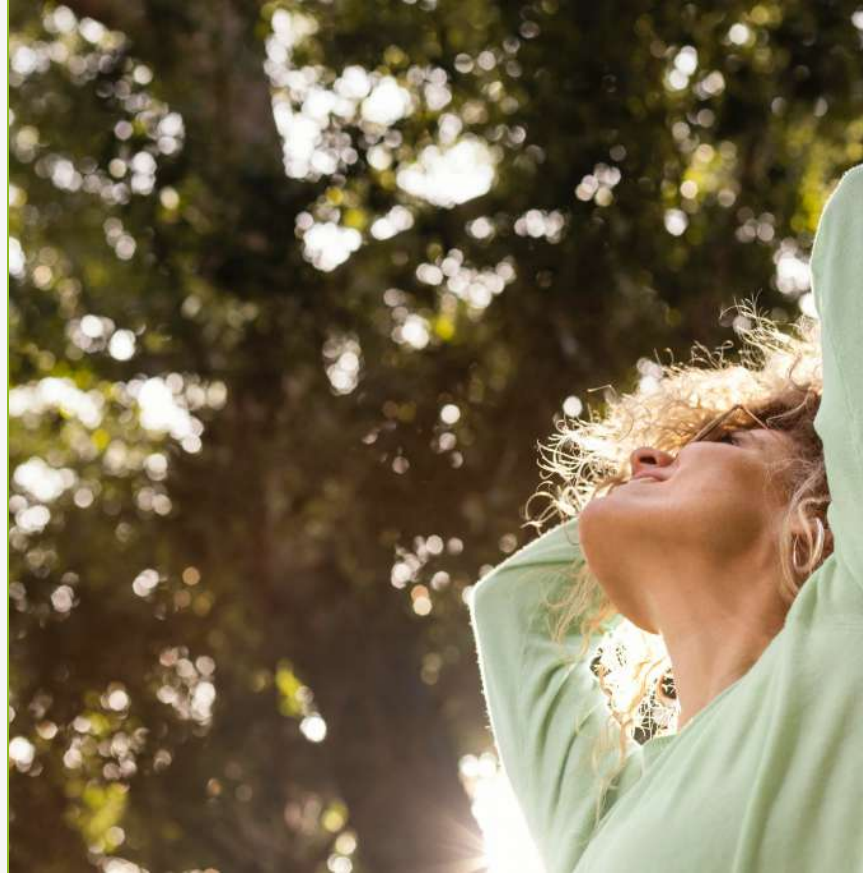
Bibliografia



- *Zoom* - Home- Zoom Video Communications. Su: <https://zoom.us/>
- *WordPress* - Home - *WordPress.org*. Su: <https://wordpress.org/>
- *Wix* - Home- *Wix.com*. Su: <https://www.wix.com/>
- *Canva* - Home - *Canva*. Su: <https://www.canva.com/>
- *WhatsApp Business* - Home - *WhatsApp*. Su: <https://www.whatsapp.com/business/>
- *LinkedIn* - Home - *LinkedIn*. Su: <https://www.linkedin.com/>
- *LinkedIn*: Guida completa – L'equilibrio delle carriere. Su: <https://www.thebalancecareers.com/how-to-use-linkedin-2062597>



info@greenupyourself.eu
www.greenupyourself.eu



**Cofinanziato
dall'Unione Europea**

Il progetto *Green Up Yourself* è cofinanziato dal programma *Erasmus+* dell'Unione Europea. Il contenuto di questa presentazione è di esclusiva responsabilità del partenariato e né la Commissione Europea né l'Agenzia Nazionale Spagnola (ANE) sono responsabili dell'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Seguici su

