

01 UP-SKILLING EUROPE TOOLKITS

EDUCAZIONE ALL' IMPRENDITORIA SOCIALE



01 UP-SKILLING EUROPE TOOLKIT

EDUCAZIONE ALL'IMPRENDITORIA SOCIALE

UP-SKILLING EUROPE TOOLKITS

**TOOLKIT 1: EDUCAZIONE
ALL'IMPRENDITORIA
SOCIALE**

WWW.UPSKILLINGEUROPE.EU

Autori

Capitolo 1: Media Partners SRL

Salvo diversamente specificato, questo lavoro è sotto una licenza Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 License internazionale. È attribuito a Media Partners SRL.

Capitolo 2: Interactive English Language School and Syllogos Idioktition Kentron Xenon Glosson Nomou Larissas (SIKXGNL)

Salvo diversamente specificato, questo lavoro è sotto una licenza Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 License internazionale. È attribuito a Interactive English Language School e SIKXGNL.

Capitolo 3: Stowarzyszenie WIOSNA

Salvo diversamente specificato, questo lavoro è sotto una licenza Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 License internazionale. È attribuito a Stowarzyszenie WIOSNA.

Capitolo 4: Media Partners SRL

Salvo diversamente specificato, questo lavoro è sotto una licenza Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 License internazionale. È attribuito a Media Partners SRL.

Capitolo 5: Cantiere Giovani

Salvo diversamente specificato, questo lavoro è sotto una licenza Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 License internazionale. È attribuito a Cantiere Giovani.

Gli autori di questo toolkit sono impegnati a rispettare i diritti di proprietà intellettuale di altri, e hanno preso tutti gli sforzi ragionevoli per assicurare che la riproduzione di contenuti (testo, immagini, etc.) in questo toolkit è fatto con il pieno consenso dei titolari dei diritti d'autore e che tutti i titolari di diritti d'autore sono riconosciuti in tali riproduzioni. Se ritenete che il vostro copyright non è stato pienamente rispettato, si prega di contattarci via e-mail all'indirizzo projectmanager@upskillingeurope.eu.

Se avete intenzione di utilizzare parti del contenuto con materiali il cui titolare del copyright non sono gli autori di questo toolkit è vostra responsabilità. Assicuratevi di farlo rispettando i diritti d'autore del titolare originale.

TRADUZIONE: Cantiere Giovani

PROGETTO GRAFICO ED IMPAGINAZIONE: Cantiere Giovani

FOTO COPERTINA: Fotolia.it

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno dell'Unione Europea. Questa pubblicazione riflette il punto di vista degli autori, e l'Unione europea non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Website: www.upskillingeurope.eu

Preambolo

Nel 2012, 124,5 milioni di persone (24,8% della popolazione) nell'UE erano a rischio di povertà o di esclusione sociale, rispetto al 24,3% nel 2011 e 23,7% nel 2008 (Eurostat News Release 184 / 2013 - 2013/12/05). In questo contesto, il progetto europeo "Up-skilling Europe" è stato creato per migliorare l'occupabilità degli adulti a rischio di esclusione sociale in Europa attraverso un processo di sviluppo e l'aggiornamento delle competenze.

Per raggiungere questo obiettivo, sei organizzazioni di sei paesi europei hanno unito le forze per sviluppare materiali didattici su misura per le specifiche esigenze di adulti a rischio di esclusione sociale. Il progetto è stato eseguito da un partenariato intersettoriale guidato dal Comune di Alcalá de Guadaira, un'autorità pubblica spagnola, in collaborazione con: fornitori di educazione degli adulti: Interactive English Language School (Regno Unito) e SIKXGNL (Grecia) - due organizzazioni specializzate nell'insegnamento delle lingue, e Media Partners (Romania) - una società privata specializzata in imprenditoria sociale; organizzazioni del settore sociale: Stowarzyszenie WIOSNA e Cantiere Giovani - due ONG provenienti da Polonia e Italia.

I materiali didattici sviluppati dai partner sono 5 toolkit per fornire gli adulti a rischio di esclusione sociale con una serie di competenze di base e trasversali per migliorare la loro occupabilità:

- Toolkit 1: Educazione all'Imprenditoria Sociale
- Toolkit 2: ICT training (formazione alle Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione)
- Toolkit 3: English Teaching (insegnamento della lingua inglese)
- Toolkit 4: Apprendimento Permanente
- Toolkit 5: Mobilità per l'Apprendimento

Il progetto, co-finanziato dall'Unione Europea nell'ambito del programma Erasmus +, è un trampolino di lancio verso una società europea pienamente inclusiva in cui ogni cittadino europeo ha accesso a un'istruzione di alta qualità e di occupazione.

Indice generale

CAPITOLO 01	07
INTRODUZIONE ALL'IMPRENDITORIA SOCIALE	
CAPITOLO 02	29
INTRODUZIONE ALL'APPRENDIMENTO ATTIVO	
CAPITOLO 03	47
LAVORARE CON ADULTI A RISCHIO DI ESCLUSIONE SOCIALE	
CAPITOLO 04	71
METODI DI APPRENDIMENTO ATTIVO, STRUMENTI E MATERIALI	
CAPITOLO 05	139
VALUTAZIONE E RICONOSCIMENTO DI ABILITÀ E COMPETENZE. SKILLPASS.	

CAPITOLO 01

Introduzione all'imprenditoria sociale

INTRODUZIONE	8
UNA DEFINIZIONE D'IMPRESA SOCIALE	10
STORIE VERE DI IMPRESE SOCIALI DI SUCCESSO	13
CONCLUSIONI	16
INTRODUZIONE AL CAPITOLO 4 DEL TOOLKIT SULL'IMPRENDITORIA SOCIALE	17
LETTURE CONSIGLIATE	26
BIBLIOGRAFIA	27

Introduzione

In Europa, il numero di persone a rischio di povertà o di esclusione sociale è considerevolmente alto, nonostante lo scopo principale dell'UE 2020 di "elevare almeno 20 milioni di persone dal rischio di povertà o di esclusione sociale entro il 2020" (Eurostat, 2014). Nel 2012, più di 120 milioni di persone in UE28 erano a rischio di povertà o di esclusione sociale, rappresentando il 24,8% della popolazione totale UE28 (Commissione Europea, 2014). Si definiscono persone a rischio di povertà o di esclusione sociale coloro che si trovano in almeno una delle seguenti tre condizioni (Commissione Europea_ Target Europei 2020):

- 1) a rischio di povertà, cioè al di sotto della soglia di povertà;
- 2) in una situazione di grave deprivazione materiale;
- 3) vivono in famiglie con bassa intensità lavorativa.

Esistono notevoli differenze tra gli Stati Membri. I paesi con i tassi più alti sono Bulgaria (49.3%), Romania (42,7%), Lettonia (36.6%), Grecia (34,6%), Lituania (32.5%), Ungheria e Croazia (entrambe circa 32%), mentre i tassi inferiori sono stati registrati in Olanda (15.0%), Repubblica Ceca (15,4%) e Finlandia (17,2%) (Eurostat, 2014).

Per contrastare la povertà e l'esclusione sociale e supportare l'obiettivo di UE 2020 di aumentare l'inclusione, le persone a rischio devono essere supportate in maniera efficace così che possano partecipare pienamente all'economia e alla società. Pertanto, i paesi devono cercare di combattere la disoccupazione e devono promuovere l'occupabilità.

Le persone a rischio di esclusione sociale rientrano generalmente in uno dei seguenti gruppi: adulti scarsamente qualificati, individui che hanno abbandonato anticipatamente la scuola, adulti e anziani (+50) disoccupati da lungo tempo e persone con disabilità fisica. Queste sono tutte categorie con bisogni e desideri particolari e gli interventi di integrazione dovrebbero essere specifici per adattarsi ai loro particolari bisogni.

Una delle soluzioni indicate dall'Unione Europea per combattere l'esclusione sociale è il supporto alle imprese sociali e all'imprenditoria sociale. Nelle ultime decadi, le imprese sociali hanno raggiunto un'importanza considerevole nei dibattiti di politica europea, poiché è stato riconosciuto che queste hanno un grande potenziale nel contribuire "non solo alla creazione di posti di lavoro, ma anche nell'affrontare più ampi bisogni sociali ed economici, e nel promuovere società più connesse e inclusive "(Commissione Europea/OECD, 2013). Nel 2001, le imprese sociali erano pari al 10% del numero totale di imprese in Europa, per un totale di 2 milioni di enti. Queste imprese hanno impiegato 11 milioni di persone, cioè il 6% del numero totale di persone impiegate in Europa (Buzducea, 2013). Le imprese sociali sono considerate importanti nel contribuire allo sviluppo delle comunità di cui fanno parte tramite la creazione di impiego e l'inclusione di persone a rischio (Buzducea, 2013).

Nonostante questi dati incoraggianti, l'economia sociale è un concetto relativamente nuovo che è emerso solo poche decadi fa all'interno di gruppi e comunità sociali. L'economia sociale è sviluppata come un meccanismo di mutuo aiuto tra gruppi con attività e/o bisogni simili (mutue e cooperative) o altre organizzazioni con obiettivi simili, come le ONG. L'economia sociale ha continuato ulteriormente a svilupparsi dal momento in cui gli sforzi sociali degli Stati Europei hanno iniziato a confrontarsi con una serie di sfide come: crisi economiche, l'invecchiamento della popolazione Europea ecc. (FAV, 2011). In questo contesto, l'economia sociale diventa sempre più rilevante poiché rappresenta una soluzione innovativa nell'affrontare diversi problemi sociali (FAV,

2011). Nei successivi paragrafi, discuteremo del significato dell'imprenditoria sociale, di quali sono i suoi principi e presenteremo 5 esempi di imprese sociali di successo.

Una definizione di impresa sociale

L'impresa sociale, il principale motore dell'economia sociale, è un concetto molto discusso attorno al quale scienziati di vari campi come amministrazione, economia e finanza si confrontano per offrire una definizione comprensibile. A causa della novità del concetto e a causa delle particolarità dell'economia sociale, che ha una struttura intermedia tra attività sociali e commerciali, identificare una definizione comune può rappresentare una sfida. Quello che cercheremo di fare è spiegare inizialmente il concetto e le sue peculiarità, per guidarci in una definizione di imprenditoria sociale e di imprese sociali.

Short et al. (2009) sostengono che l'imprenditoria sociale è caratterizzata dall'espansione della "logica di creazione di valore" nel settore sociale, lasciando così gli studiosi liberi di sviluppare definizioni di questo concetto nei diversi ambiti: no profit, a scopo di lucro, pubblico o una combinazione dei tre (Short et al. 2009). A causa di ciò, le definizioni di imprenditoria sociale possono variare in un intervallo da ampio a stretto (Austin et al. 2006). Le definizioni più ampie considerano che "l'imprenditoria sociale può riferirsi ad un'attività innovativa con un obiettivo sociale sia nel settore a scopo di lucro, come le aziende commerciali con uno scopo sociale, sia nel settore no-profit, o a cavallo tra i diversi settori, come alcune forme strutturalmente ibride che mescolano approcci no-profit e a scopo di lucro" (Austin et al. 2006). Comunque, nel caso delle definizioni più strette, "l'imprenditoria sociale generalmente si riferisce al fenomeno dell'applicazione di competenze commerciali e competenze di marketing nel settore no-profit, come quando le organizzazioni no-profit sviluppano approcci innovativi per guadagnare profitti" (Austin et al., 2006). La differenza tra questi approcci è che mentre le definizioni più ampie ammettono che l'imprenditoria sociale può avere luogo anche all'interno delle imprese, per organizzazioni a scopo di lucro che scelgono di creare valore in un contesto sociale, le definizioni più strette limitano il concetto al settore del no-profit.

La Tabella 1 presenta una lista di definizioni di imprenditoria sociale attualmente esistenti in letteratura.

Tabella 1: Definizioni di Imprenditoria Sociale (Cukier et. Al. 2011)

<i>Austin, J., Stephenson, H., & Wei-Skillern, J., 2006</i>	L'imprenditoria sociale è un'attività innovativa che crea valore sociale, che può verificarsi all'interno o trasversalmente ai settori no-profit, commerciali o istituzionali.
<i>Johnson, 2000</i>	L'imprenditoria sociale emerge come un approccio innovativo in relazione ai complessi bisogni sociali. Poiché pongono l'accento sulla risoluzione dei problemi e sull'innovazione sociale, le attività di imprenditoria sociale sfumano i tradizionali contorni tra i settori pubblici, privati e no-profit e enfatizzano il modello ibrido tra attività a scopo di lucro e organizzazioni no-profit.
<i>Nichols, A., 2007</i>	L'imprenditoria sociale comporta innovazioni studiate per migliorare in modo esplicito il benessere della società, queste innovazioni sono condotte da organizzazioni imprenditoriali che iniziano, guidano o contribuiscono a cambiamenti della società.
<i>Mair, J. & Marti, I., 2006</i>	Imprenditoria sociale: Modelli innovativi per fornire prodotti e servizi che soddisfano i bisogni primari (diretti) insoddisfatti a causa delle istituzioni politiche o economiche.

Fonte: Adattamento da Cukier et al., 2011

Molti studiosi, comunque, come Short et al. (2009) e Austin et al. (2006) raccomandano di abbracciare la definizione più ampia del concetto, come quella proposta da Mair e Marti (2006:37) (Austin et al. 2006), che sottolinea: “In primo luogo vediamo l’imprenditoria sociale come un processo di creazione di valore attraverso la combinazione di risorse in modalità nuove. In secondo luogo, queste combinazioni di risorse intendono soprattutto esplorare e sfruttare opportunità per creare valore sociale stimolando un cambiamento sociale e incontrando bisogni sociali. E in terzo luogo, vedendolo come un processo, l’impresa sociale comporta l’offerta di servizi e prodotti ma si riferisce anche alla creazione di nuove organizzazioni. Soprattutto, l’imprenditoria sociale, come viene vista in questo articolo, può esistere allo stesso modo in una nuova organizzazione o in una più strutturata, dove può essere etichettata come ‘imprenditoria sociale’” (Short et al. 2009).

Si può facilmente notare dalle idee presentate prima che la definizione comune tra le varie accezioni è che la caratteristica principale dell’imprenditoria sociale è l’obiettivo di creare un valore sociale, piuttosto che un valore azionario (Zadek et Thake, 1997 in Austin et al. 2006). Questa attività sarà generalmente accompagnata dall’innovazione, vista come “creazione di qualcosa di nuovo, piuttosto che la semplice replica di pratiche o imprese esistenti” (Austin et al. 2006).

Sulla base della letteratura in materia, l’Unione Europea definisce l’imprenditoria sociale come quelle imprese che “cercano di servire gli interessi della comunità (obiettivi sociali, ambientali) piuttosto che raggiungere la massimizzazione del profitto”. Dal momento che vengono spesso impiegati i membri più fragili della società (persone socialmente escluse), queste imprese contribuiscono a creare coesione sociale, occupazione e riduzione di ineguaglianze (CE - Imprenditoria sociale; CE - Imprese sociali).

Alla luce di questa varietà di definizioni di imprenditoria sociale, presenti non solo tra gli studiosi ma anche tra i diversi Stati Membri dell’UE, la Commissione Europea suggerisce di descrivere le imprese sociali in base a caratteristiche condivise, come (Comitato Economico e Sociale Europeo):

- Avere obiettivi principalmente sociali, in opposizione a obiettivi di profitto, che producono benefici sociali al servizio del pubblico e dei suoi membri;
- Essere principalmente no-profit,
- Avere varie figure legali e modelli, come cooperative, mutue, associazioni di volontariato, fondazioni, aziende no profit e a scopo di lucro; spesso combinando diverse figure legali e cambiando all’occorrenza figura, in base ai bisogni.
- Essere operatori economici che producono merci e servizi (spesso di interesse generale), con un grande elemento di innovazione sociale;
- Operare come enti indipendenti, fortemente caratterizzati da partecipazione, decisioni condivise (da staff, utenti, membri), democrazia (sia rappresentativa che diretta);
- Essere spesso derivate o associate a un’organizzazione della società civile

Inoltre, l’EMES, la rete di ricerca Europea (FAV, 2011) ha identificato quattro criteri economici e 5 criteri sociali che un’impresa dovrebbe soddisfare per essere considerata un’impresa sociale. Questi elementi sono indicati qui di seguito nella Tabella 2:

Tabella 2: Criteri economici e sociali per le imprese sociali

Criteri economici	Criteri sociali
Produzione di merci o offerta di servizi. Contrariamente alle organizzazioni no-profit tradizionali, le imprese sociali sono coinvolte nella produzione di merci e/o servizi, che assicurano la loro esistenza e sostenibilità.	L'obiettivo esplicito è il beneficio sociale della comunità. Le imprese sociali sono pensate per servire un gruppo o una comunità dal punto di vista sociale e per promuovere un approccio sociale.
Un alto grado di autonomia. Le imprese sociali sono create e gestite come iniziative private. Non sono soggette a controllo delle autorità pubbliche, anche se possono beneficiare di vari incentivi offerti da queste autorità.	Un'iniziativa lanciata da un gruppo di individui. Le imprese sociali sono il risultato di un processo collettivo, che coinvolge le persone che appartengono a una comunità, un gruppo con bisogni e obiettivi ben definiti.
Accettano un livello considerevole di rischio economico. Chi crea queste imprese accetta i rischi generati dall'immissione di un'impresa nel mercato, e il loro ulteriore successo dipenderà dalla conoscenza, dall'esperienza e dal talento del loro fondatori nell'assicurarsi le risorse necessarie.	Il potere decisionale in un'impresa sociale non è connesso all'ammontare del capitale investito. Questo significa che il voto o il metodo decisionale relativo alle attività dell'impresa sociale non dipendono dalla quantità di azioni possedute dai membri dell'azienda.
Offrono un certo livello di impiego, che può essere poi implementato dal lavoro volontario. Tuttavia, queste imprese non si basano unicamente sul lavoro volontario come potrebbe accadere per le organizzazioni no-profit tradizionali.	Uno stile di management partecipativo che coinvolge sia i fornitori che i beneficiari di un prodotto.
	Limitata o nessuna distribuzione di profitto. Il profitto è generalmente reinvestito nello sviluppo o in altre attività sociali e raramente viene distribuito tra gli azionisti.

Fonte: FAV, 2011

Da quello che abbiamo indicato sopra, possiamo anche evidenziare alcuni dei principi fondamentali dell'imprenditoria sociale. Secondo la Commissione Europea /OCSE e la Commissione europea 2013, questi principi includono, ma non sono limitati a:

- Risolvere problemi sociali usando modelli di business
- Promuovere il bene sociale
- Solidarietà e giustizia sociale
- Il primato delle persone sul capitale
- Pari opportunità
- Supportare lo sviluppo sostenibile
- Servire il pubblico
- Evidenziare l'etica

In questo contesto dobbiamo anche tenere in considerazione che l'imprenditoria sociale è un campo relativamente nuovo, ed è in continuo sviluppo. Pertanto, sia le definizioni che i suoi principi vengono costantemente aggiornati.

Storie vere di imprese sociali di successo

Juratri, un'impresa sociale francese – Questo esempio è tratto da Commissione Europea/ OECD, 2013

Fondata nel 1993 come società a responsabilità limitata a Lons-le-Saunier (città principale di Giura di circa 20.000 abitanti), Juratri divenne una cooperativa (SCOP, *société cooperative et participative*) a Dicembre 2006. Fin dalla sua fondazione, il fulcro dell'attività è stato lo sviluppo di un processo di integrazione sociale e professionale di persone escluse dal mercato del lavoro, attraverso un progetto economico legato alla raccolta differenziata dei rifiuti (Rifiuti domestici e industriali e rifiuti di apparecchiature elettriche ed elettroniche).

Il fatturato di Juratri nel 2011 era pari a 6.158.913 euro, con un aumento del 15% dal 2010 e del 190% rispetto dal 2006. La cooperativa conta 135 dipendenti e sono stati creati negli ultimi cinque anni 53 nuovi posti di lavoro. 63 persone sono impiegate in un "processo di integrazione", cioè lavorano con un contratto a tempo determinato di integrazione e sono attentamente seguiti con una supervisione e il monitoraggio. Queste tipologie di contratto sono mirate a facilitare l'integrazione delle persone disoccupate che affrontano le difficoltà del mercato del lavoro. Nel 2011, Juratri mirava a sostenere le persone con nessuna qualifica formale, con situazioni di alloggio instabile, giovani e beneficiari di sussidi sociali.

Il successo di Juratri, nella creazione di posti di lavoro e nel sostenere le attività di integrazione, affonda le sue radici non solo nella sua competenza e impegno in un settore molto forte (rifiuti elettrici ed elettronici) ma anche nelle misure di politica pubblica a sostegno delle attività.

In Francia, l'integrazione attraverso l'attività economica è sancita dal Codice del lavoro, e la legge del 1998 sulla lotta contro l'esclusione fornisce un quadro di riferimento per le organizzazioni che si occupano di economia sociale.

La legge del 1998 richiede un accordo tra imprese coinvolte in attività di economia sociale e lo Stato, che, tra le altre cose, indica il numero di posizioni di integrazione che possono essere supportate dall'agenzia pubblica DIRECCTE (Direzione regionale per le imprese, concorrenza, consumo, lavoro e occupazione). Per ogni posizione di integrazione, l'impresa riceve più di 9.681 euro l'anno dallo Stato. Gli impiegati che beneficiano di questi programmi devono registrarsi all'ufficio di collocamento. Vengono poi assunti con un contratto di integrazione a tempo determinato, che può essere rinnovato due volte per un periodo non superiore a 24 mesi. Nel 2012 sono stati finanziati 62 posti di lavoro.

Juratri riceve un sostegno dalla Regione, per la formazione dei dipendenti impegnati nel processo di integrazione (3.000 euro per «posizione di integrazione»).

Nel 2012, Juratri ha investito più di 2 milioni di euro per affermarsi come leader nel campo del riciclaggio, con un'infrastruttura altamente innovativa e performante. Juratri ha finanziato questo investimento con fondi propri (65%) e sussidi (35%) provenienti dal Consiglio Generale, dal Consiglio Regionale, dall'ADEME (L'Agenzia Francese di gestione dell'ambiente e dell'energia) e dal Fondo Europeo per lo sviluppo regionale (FESR).

Per maggiori informazioni visitare il sito <http://juratri.fr>.

Biancaneve (www.ajutaticopiii.ro)

Questa impresa sociale è parte della Fondazione Aiuto ai Bambini Romania (FundatiaAjutatiCopii) e fu fondata con lo scopo di supportare bambini e giovani con bisogni speciali e a rischio di esclusione sociale. L'obiettivo

principale dell'impresa sociale è l'inclusione professionale di giovani a rischio di esclusione e di persone con lievi forme di disabilità, a Cluj-Napoca.

L'unità sociale si trova a Gherla (circa 30 km da Cluj-Napoca) e offre i seguenti servizi: pulizia, sartoria, lavaggio a secco, manutenzione di aree verdi.

L'attività fu fondata nel 1994 e, a partire dal 2006, l'impresa sociale Biancaneve è stata registrata come unità protetta dalla legge 448/2006. Il suo principale obiettivo è quello di creare opportunità di impiego per persone con disabilità e/o con difficoltà sociali o a rischio di esclusione sociale, e di incrementare le opportunità del gruppo target di avere una vita sociale e professionale attiva. Un obiettivo secondario è quello di sostenere parzialmente i progetti sociali della fondazione, tramite i guadagni del lavaggio a secco.

Nel corso degli anni, le attività dell'unità protetta hanno assunto diverse nature, considerando i bisogni dei clienti.

Attività di lavaggio a secco - questa è la linea di impiego più risalente, e correntemente impiega 3 persone con diversi gradi di disabilità. I servizi offerti includono: lavaggio, asciugatura e stiratura.

Attività di pulizia - sono assicurate da una squadra mobile composta da persone con leggere forme di disabilità e/o socialmente svantaggiate.

Manutenzione di aree verdi - questa attività è realizzata da una squadra mobile composta da persone con leggere forme di disabilità e/o socialmente svantaggiate.

Sartoria - questa è un'attività occasionale, che dipende dalla richiesta di mercato, dalle abilità e dalle risorse dei propri impiegati. Questa unità sociale offre 4 categorie di servizi principali:

- Pulizia;
- Lavaggio a secco;
- Sartoria;
- Manutenzione aree verdi.

Per te (www.pentruvoi.ro)

L'azienda sociale "Per te" è stata fondata nel 2007 a Timisoara (Romania occidentale) dalla fondazione Per te ed è stata registrata come unità protetta dalla legge 448/2006. Al momento impiega 45 persone con disabilità mentali. L'ente produce biglietti d'auguri, decorazioni artigianali e gioielleria (orecchini, spille, bracciali e collane). Per conservare le opportunità di impiego, l'unità protetta stabilisce accordi di cooperazione con aziende di successo di Timisoara e di altre città Rumene, per la distribuzione dei propri prodotti.

Canvas Bag (www.atelieruldepanza.ro)

Atelierul de panza (Canvas Bag) è un'impresa sociale registrata come unità protetta dalla legge 448/2006. L'ente sociale fu fondato nel 2009 dall'associazione ViitorPlus a Bucarest. Produce prodotti di tela di cotone non trattato, grezzo e non dipinto. Nel 2013, l'unità sociale ha avuto un fatturato di 13.150 euro, ha 6 persone impiegate, tra le quali 3 persone disabili che hanno l'opportunità di lavorare da casa. L'unità sociale produce approssimativamente 17.000 borse di tela ogni anno. Il suo portafoglio clienti include: Carrefour Romania, Catena, Banca Garanti, Museo Astra, British Council Romania.

Per altri esempi di imprese sociali di successo attive, visita i siti:

<http://www.socialeconomyeurope.eu/>

<http://www.institute4se.com/success-stories/>

Conclusioni

Per concludere, la tabella sotto fornisce le caratteristiche chiave condivise dalle imprese sociali, così come i principi guida delle imprese che operano in questo campo. Bisogna tenere in considerazione che nessuna lista è esaustiva, poiché i dati vengono continuamente sviluppati e aggiunti.

Social enterprises shared characteristics (European Economic and Social Committee)	Social entrepreneurship principles (European Commission/OECD 2013, European Commission 2013)
• Obiettivi principalmente sociali, in contrasto con obiettivi di profitto, che producono benefici sociali per il pubblico o i propri membri; • Essere principalmente no-profit, gli utili vanno reinvestiti e non distribuiti tra azionisti privati o proprietari; • Avere una varietà di forme legali e modelli: cooperative, mutue, associazioni di volontariato, fondazioni, compagnie no profit e a scopo di lucro; spesso combinando forme legali diverse e talvolta cambiando forma a seconda dei bisogni; • Essere operatori economici che producono merci e servizi (spesso di interesse generale), con un forte elemento di innovazione; • Operare come entità indipendenti, con un forte elemento di partecipazione (staff, utenti, membri) e di democrazia (sia rappresentativa che diretta); • Essere spesso derivati o associati a un'organizzazione della società civile	• Risolvere un problema sociale usando modelli commerciali • Promuovere il bene sociale • Solidarietà sociale e giustizia • Il primato delle persone sul capitale • Pari opportunità • Sostenere lo sviluppo sostenibile • Servire il pubblico • Evidenziare l'etica

Introduzione al Capitolo 4 del Toolkit sull'imprenditoria sociale

Il toolkit di imprenditoria sociale mira a fornire un approccio innovativo alla formazione all'imprenditorialità sociale, ed è personalizzato per persone a rischio di esclusione sociale.

a. Struttura del toolkit

Il toolkit è stato progettato per 72 ore di formazione, distribuite in tre unità principali:

Unità 1 (18 ore): Competenze imprenditoriali

Questa unità è dedicata allo sviluppo di competenze imprenditoriali. Include esercizi e attività per sviluppare le seguenti abilità: lavoro di squadra, creatività, vendita e negoziazione, servizio clienti e parlare in pubblico.

Abbiamo utilizzato un approccio combinato di apprendimento, mischiando presentazioni, esercizi, studio dei casi e giochi di ruolo per rendere l'apprendimento pratico e divertente. Le attività proposte in questa unità si basano sulla precedente esperienza dei partecipanti, affinché si crei il contesto adatto per pensare e riflettere sulle proprie realizzazioni, competenze e punti di forza. Consideriamo questo aspetto di fondamentale importanza, perché le persone a rischio di esclusione sociale generalmente tendono ad essere demotivate e si considerano inferiori rispetto ad altri gruppi.

Per questo motivo abbiamo incluso soprattutto attività come giochi "Life Highlights" che creano il contesto adatto per identificarsi e apprezzare i propri successi. Altre attività, come "Music Mania", hanno lo scopo di aiutare i partecipanti a rilassarsi e a considerare i problemi da differenti prospettive, al fine di dimostrare che non c'è solo un modo di procedere ma in realtà molti approcci. Allo stesso tempo, attività come *L'uovo che cade* e *La dimostrazione del biscotto Oreo* hanno lo scopo di far lavorare i partecipanti in squadra e di sviluppare soluzioni creative per le proprie abilità di imprenditoria. Al fine di dare ai partecipanti un senso allo scopo della frequenza dei corsi di formazione inclusi nelle tre unità, questa prima unità comprende anche una valutazione iniziale, in cui i partecipanti compilano un questionario per valutare le proprie competenze di imprenditorialità. Tutte le attività che proponiamo quindi si baseranno su questa auto-valutazione iniziale, così che alla fine i partecipanti saranno in grado di vedere da dove hanno iniziato e cosa hanno realizzato, aumentando così la loro motivazione.

Unità 2 (36 Ore): Proposta di valore

La seconda unità fornisce ai partecipanti la struttura della proposta di valore (missione, obiettivi, situazione e analisi SWOT, analisi della concorrenza, strategia di prodotto, strategia dei prezzi, distribuzione strategica e strategia di promozionale, reclutamento del personale e motivazione, funzionamento economico e piano di implementazione, analisi dei rischi). I partecipanti non acquisiranno solo la conoscenza ma anche le competenze rilevanti per la creazione della propria proposta di valore. Ai partecipanti viene offerto orientamento e supporto per la scrittura della propria proposta di valore a partire dai problemi e dalle opportunità di imprenditoria sociale che riscontrano nella loro comunità. Le proposte di valore sono strettamente legate a particolari preoccupazioni dei partecipanti ma al tempo stesso offrono soluzioni ai problemi della loro comunità. Crediamo che tale approccio renda i partecipanti consapevoli del fatto che le soluzioni ai loro problemi esistono e dimostrano loro che hanno un impatto sullo sviluppo personale e sullo

sviluppo della Comunità. I principali metodi utilizzati nella progettazione di questa unità comprendono presentazione, esercizi, esempi di vita reale nonché giochi e lavori di gruppo. Gli esempi utilizzati in questa unità si basano su altre unità sociali, dimostrando così ai partecipanti che un approccio simile può avere successo. Anche questa seconda unità è pensata per persone a rischio di esclusione sociale. Pertanto, le attività toccano problemi e preoccupazioni che i partecipanti potrebbero affrontare come: mancanza di fiducia negli altri – questo è trattato dal gioco rompighiaccio "*Cammino della fiducia*"; il fatto che essi potrebbero non esercitare attività ricreative – questo è trattato dal gioco "*Ballare sulla carta*", attività che dà loro l'opportunità di danzare in coppia, così come attività volte a sviluppare le loro percezioni e la comprensione di ciò che gli altri potrebbero sentire utilizzando attività come "*Come mi sento?*". Un'altra serie di attività, come "*Slogan e frasi aziendali*" è volta a sensibilizzare l'opinione dei partecipanti per quanto riguarda le aziende che operano sul mercato, come un primo passo per diventare più consapevoli del contesto economico in cui le loro unità saranno operative.

In ultimo, ma non per importanza, durante questa seconda unità i partecipanti avranno anche la possibilità di praticare le competenze sviluppate nella prima parte della formazione, di applicare le conoscenze acquisite lavorando in team e di presentarle ai loro colleghi.

Unità 3 (18 ore): Imprenditoria sociale

Questa unità sottolinea l'importanza di soluzioni innovative ai problemi che i partecipanti o la loro comunità si trovano ad affrontare. I partecipanti hanno l'opportunità di scrivere la propria proposta di valore. In questo sforzo, i partecipanti beneficiano del supporto del trainer.

b. Struttura della proposta di valore

Nella struttura della proposta di valore, i partecipanti lavoreranno sulla comprensione dei principali elementi da prendere in considerazione quando si forma un'impresa. Questi sono:

1. Dettagli identificativi – nome della compagnia, proprietà pubblica/privata, azienda/ONG ecc.
2. Sommario - una breve presentazione delle idee principali incluse nella proposta di valore
3. Contenuto
4. Storia – eventualmente– una breve presentazione di ciò che è stato raggiunto fino a questo momento, sfide affrontate ecc.
5. Informazioni di mercato
 - a. Prodotto
 - b. Clienti e analisi del cliente
 - c. Analisi della concorrenza
 - d. Prezzo
 - e. Distribuzione
 - f. Promozione
6. Risorse Umane
7. Piano operativo
8. Analisi finanziaria
9. Analisi dei rischi

Tutti gli elementi della proposta di valore sono illustrati nell'unità 2 utilizzando l'esempio di un'unità sociale che produce borse di tela. Al fine di facilitare l'apprendimento, il metodo utilizzato implica la presentazione dell'elemento della proposta di valore che viene poi discusso insieme ai partecipanti, utilizzando l'esempio dell'unità sociale Canvas Bag e poi messo in pratica dai partecipanti che, in squadre, redigono la relativa sezione della proposta di valore per un'impresa di loro scelta.

c. Contenuto virtuale

Per questo Toolkit di imprenditoria sociale, possono essere condotte le seguenti attività di formazione virtuale:

1. I partecipanti possono fare un'autovalutazione e un test di valutazione online. Possono anche completare il modulo di feedback finale online. Questi moduli sono disponibili qui:

a. Test di autovalutazione: <https://drive.google.com/open?id=1oHu8JENlrZYDIUNy6rky-45s0jZrlxz4HQvxs5l1bOc>

b. Test di valutazione dell'Unità 2: <https://drive.google.com/open?id=1CRWHvCE1U0-8GNojub5SwlZtnZYYHRPcXWZPeAqpOgo>

b. Modulo di feedback: https://drive.google.com/open?id=1HOa7MZvo3Ns8g-7c_wdWnPqj0CVOLFVGjr2oUxMmvCQ

2. Le proposte di valore create nell'Unità 3 possono essere caricate sulla piattaforma/blog ecc. del progetto.

3. I partecipanti possono utilizzare internet per le loro ricerche. Se è disponibile la connessione internet, dovrebbero essere incoraggiati ad usarlo per:

- Ricerche sulla concorrenza
- Ricerche sui prezzi imposti dalla concorrenza
- Ricerche sulle varie strategie promozionali e sui costi associati
- Tasse locali e il loro valore
- Cercare immagini e templates interessanti da utilizzare nelle loro presentazioni
- Consigli per la progettazione e la distribuzione di una presentazione, e sul lancio delle vendite

d. Competenze (conoscenze, competenze e abilità) acquisite

Alla fine delle 72 ore di corso, i partecipanti avranno acquisito le seguenti conoscenze, competenze e abilità:

a. Conoscenze

Abilità imprenditoriali

Alla fine del corso, i partecipanti saranno in grado di:

- Spiegare le differenze tra un gruppo e una squadra;
- Descrivere i vari ruoli di squadra;
- Descrivere le quattro fasi di formazione di una squadra;
- Elencare almeno 3 modi di stimolare la creatività;
- Elencare almeno 3 suggerimenti per preparare una presentazione;
- Spiegare cosa è il servizio clienti;

Imprese e imprenditoria

Alla fine del corso, i partecipanti saranno in grado di:

- Spiegare la differenza tra attività commerciali e imprese sociali;
- Spiegare la differenza tra imprenditoria e imprenditoria sociale;
- Dare una definizione del termine imprenditore;
- Elencare le principali qualità di un imprenditore;

- Spiegare perché gli imprenditori si comportano diversamente;

Proposta di valore

Alla fine del corso, i partecipanti saranno in grado di:

- Elencare gli elementi che compongono una proposta di valore;
- Spiegare il significato di ciascun elemento che compone una proposta di valore;

b. Abilità e capacità

Abilità imprenditoriali

Alla fine del training, i partecipanti saranno in grado di:

- Lavorare efficacemente in squadra;
- Adattarsi in maniera efficace alle personalità e allo stile lavorativo degli altri membri della squadra;
- Creare le impostazioni per lo sviluppo della creatività;
- Preparare una presentazione;
- Eseguire una presentazione;
- Offrire servizio assistenza clienti;

Imprese e imprenditoria

Alla fine del training, i partecipanti saranno in grado di:

- Identificare eventuali cambiamenti nell'ambiente che possono creare opportunità;
- Gestire il cambiamento;

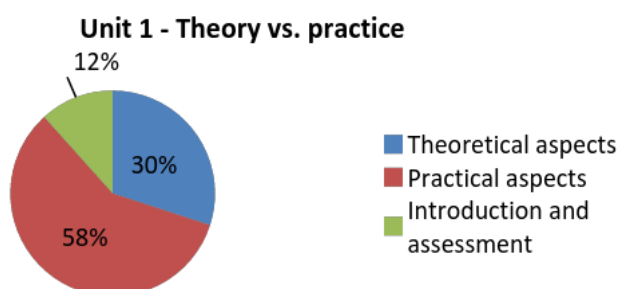
Proposta di valore

Alla fine del training, i partecipanti saranno in grado di:

- Scrivere una proposta di valore;
- Eseguire un'analisi di mercato;
- Eseguire un'analisi della concorrenza;
- Stabilire il prezzo per il prodotto/servizio;
- Progettare una strategia promozionale per il prodotto/prezzo;
- Calcolare i ricavi, costi e profitti previsti;
- Eseguire un'analisi dei CV e dei colloqui;
- Creare il diagramma di Gantt per l'attuazione della proposta di valore;
- Analizzare e neutralizzare i rischi.

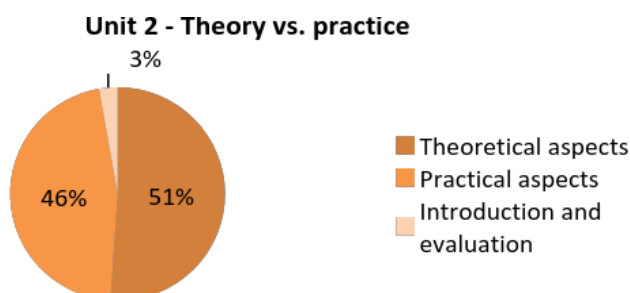
e. Teoria contro pratica

Il toolkit è stato progettato per offrire ai partecipanti sia la conoscenza che le competenze necessarie per mettere in pratica le loro proposte di valore. Allo stesso tempo, nello sviluppo del Capitolo 4 del toolkit, abbiamo considerato anche i principi di apprendimento degli adulti e il fatto che questi hanno la necessità di porre immediatamente l'apprendimento in pratica. Pertanto, la scissione tra teoria, pratica e i vari elementi introduttivi/di valutazione per ogni unità vengono presentati nel grafico seguente.

Grafico1: Unità 1 Rapporto di teoria contro pratica

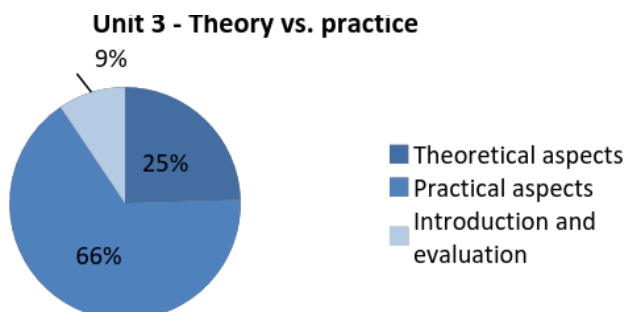
L'Unità 1, finalizzata allo sviluppo di competenze imprenditoriali tra i partecipanti, ha un forte aspetto pratico in cui i partecipanti applicano tutte le conoscenze e sviluppano capacità di lavorare in squadra, di parlare in pubblico, di vendita e negoziazione, assistenza al cliente e abilità creative. Pertanto, gli aspetti pratici sono pari al 58% del contenuto dell'unità. L'introduzione iniziale e l'autovalutazione delle competenze imprenditoriali dei partecipanti, incluse in questa unità ammontano al 12% del contenuto.

Per quanto riguarda l'unità 2, questa è più tecnica, come mostrato nel grafico 2 qui sotto.

Grafico 2: Unità 2 Rapporto di teoria contro pratica

L'Unità 2 è dedicata a introdurre la struttura della proposta di valore. A causa della sua natura, questa unità è un po' più tecnica ed è per questo che la parte teorica copre il 51% del contenuto dell'unità. Tuttavia, la teoria non è presentata in una forma tipo conferenza, ma piuttosto attraverso discussioni facilitate dal formatore.

L'Unità 3, come illustrato nel grafico sottostante, si concentra molto sugli aspetti pratici (66%) dal momento che i partecipanti ora hanno la possibilità di mettere in pratica tutto ciò che hanno imparato. In questa unità i partecipanti redigono le proprie proposte di valore sotto la stretta guida del trainer.

Grafico 3: Unità 3 Rapporto di teoria e pratica

Come si può facilmente notare dai grafici qui sopra, tutte le tre unità hanno una componente pratica molto forte che varia in quantità secondo le specifiche e gli obiettivi di ciascuna unità.

f. Uso di attività ed esercizi

I metodi utilizzati nel toolkit prenderanno in considerazione le principali caratteristiche delle persone a rischio di esclusione sociale: il fatto che hanno cattive condizioni di vita, un stile di vita malsano, che sono impossibilitati a partecipare a varie attività culturali, ricreative ed eventi, rende loro difficile relazionarsi e fidarsi di coloro che li circondano. Obiettivo del toolkit è presentare un approccio olistico in modo che esso non solo si concentri sullo sviluppo di competenze di imprenditorialità, ma aiuti anche i partecipanti a superare alcuni ostacoli che stanno affrontando.

Alcuni esempi di queste attività sono:

- a. Per affrontare il fatto che il gruppo target non partecipa ad attività ricreative e ha uno stile di vita malsano: viene insegnato il lavoro di squadra, coinvolgendo i partecipanti in attività di gruppo che sono divertenti, coinvolgenti e richiedono il movimento. (*L'uovo che cade, Ballare sulla carta*)
- b. Per affrontare il fatto che i partecipanti trovano difficile interagire con altre persone o esprimere quello che pensano: svilupperemo una serie di attività basate su giochi di improvvisazione, giochi di ruolo ecc. (*Conferenza stampa, Come mi sento? Il cammino della fiducia, La storia continua*)
- c. Per affrontare il fatto che i partecipanti trovano difficile immaginare una situazione migliore per loro stessi, o immaginare soluzioni possibili perché sono molto consapevoli del loro stato e delle limitazioni che sia loro che le loro famiglie affrontano: proporremo attività basate su giochi che si fondano sullo sfogo dell'immaginazione, così come attività relazionali basate sulla capacità individuale di immaginare differenti situazioni e contesti (*"Life highlights", Music mania*)

Tutte le attività incluse nell'unità 3 sono state scelte tenendo conto di quanto segue:

- a. il contenuto della formazione e i bisogni che i partecipanti affrontano – le attività sono state scelte al fine di aggiungere valore al contenuto del training, di aiutare i partecipanti a sviluppare le proprie competenze utilizzando un approccio di apprendimento misto (cioè abbiamo usato attività svolte in team o individualmente, attività che implicano anche l'uso di internet, power point, attività che richiedono ai partecipanti di fare esercizio fisico ecc.)
- b. la natura del gruppo target (bambini, adulti, disabili ecc.) – le attività selezionate possono essere fatte facilmente con differenti categorie di gruppi, indipendentemente dalla loro età. La maggior parte delle attività sono adatte anche a persone disabili. Comunque, in quest'ultima situazione, il trainer dovrebbe valutare l'idoneità di alcune attività in base alla situazione specifica.
- c. la dimensione del gruppo – tutte le attività sono adatte per gruppi tra i 10 e le 25 persone.
- d. il posto dove avrà luogo il training (all'interno/all'esterno ecc.) – le attività che proponiamo combinano attività da fare all'interno e all'esterno. La maggior parte delle attività può essere fatta in entrambi gli ambienti.

Indicheremo ora alcuni campioni di attività considerate, insieme alla spiegazione razionale per la loro inclusione:

1. *"Life highlights game"* consente ai partecipanti di riflettere sulla loro vita, di sentire in prima persona passioni, amori e personalità di ognuno. Il gioco permette ai partecipanti di conoscersi più a fondo, ad un livello più intimo.
2. *"Picture pieces game"* (si basa sul bisogno dei partecipanti di comprendere che non sono isolati) - i partecipanti si trovano ad affrontare il problema di non sapere perché o come il loro lavoro ha effetto sull'immagine finale. Questa attività di risoluzione dei problemi insegnerà ai partecipanti come lavorare in squadra e come gestire la divisione di un lavoro, di comprendere che ogni persona che lavora sulla propria parte contribuisce ad un complessivo risultato di gruppo.

3. *Music Mania* (si basa sull'esigenza dei partecipanti di attività ricreative) - la musica ha un effetto calmante sulle nostre emozioni e può aiutarci a generare idee. La ricerca ha dimostrato che alcuni tipi di musica possono influenzare gli umori e la produttività. I nostri centri del cervello connessi con le risposte emotive sono legati anche alla nostra capacità di funzionare in modo creativo. La musica ha il potenziale di stimolare questi centri del cervello e ci aiuta a pensare idee creative. La musica e la creatività coinvolgono processi e funzioni simili, così come l'intuizione, l'uso di simboli astratti e olistici l'interpretazione dei dati. La composizione musicale è un'attività creativa. Dato questo rapporto tra musica e creatività, ha senso che la musica può contribuire a stimolare nuove idee. Sviluppare la creatività lasciando la mente libera è un'abilità molto importante e ci permette di adattarci e di migliorare. I partecipanti imparano che ciascuno dovrebbe essere aperto a nuove idee, a lasciar fiorire le proprie e a non giudicarle.

4. *Guardati le spalle* (attività all'aperto) – L'attività si svolge all'aperto e mira ad aiutare i partecipanti a sviluppare pazienza e coordinazione.

5. *La vita inventata del mio amico* (si basa sul bisogno dei partecipanti di lasciar correre la propria immaginazione) – Un gioco divertente e creativo che incoraggia a pensare in maniera estemporanea e a sviluppare idee spontanee davanti a un pubblico.

6. *Se avessi una bacchetta magica, cosa cambieresti?* (Si basa sul bisogno dei partecipanti di immaginare una differente realtà e di perseguirla) - Questo è un gioco rompighiaccio che apre la mente, considera diverse possibilità e dona energia al gruppo.

7. *La camminata della fiducia* (si basa sul bisogno dei partecipanti di sviluppare fiducia) – Questa è un'attività che aiuta a sviluppare fiducia nel prossimo. Un leader conduce un compagno attraverso vari ostacoli, usando istruzioni sia verbali che non verbali.

L'idea principale e la novità del capitolo 4 è dunque questo approccio olistico che consente ai partecipanti di sviluppare oltre alle conoscenze specifiche per l'imprenditoria sociale, anche quelle di natura personale. Questo approccio interdisciplinare e transdisciplinare così offre supporto ai partecipanti per superare i loro limiti e la loro condizione, sperimentando interazioni e utilizzando un approccio sul campo in un ambiente che è loro familiare.

g. Guida per il formatore

Per favorire al meglio le attività di apprendimento incluse nel toolkit, in basso è presente una guida per il trainer su quello che si deve o non si deve fare.

Cosa deve fare o non fare il trainer

FARE	NON FARE
Essere puntuale per la lezione	Arrivare in ritardo
Preparare la stanza delle attività ed assicurarsi di avere tutto quello che serve.	Buttare via il materiale che non viene usato durante il training.
Organizzare tutte le dispense e il materiale da utilizzare.	Gestire il corso tra rumore e confusione.
Accogliere i partecipanti al loro arrivo	Arrivare subito all'argomento, senza appropriate introduzioni.
Indicare chiaramente lo scopo e gli obiettivi del corso.	Guardare il pavimento o il soffitto

Mantenere il contatto visivo con i partecipanti.	Ignorare le reazioni dei partecipanti sul contenuto e lo sviluppo della propria sessione.
Osservare se i partecipanti sono interessati, annoiati, stanchi, persi ecc.	Utilizzare solo domande chiuse
Apparire calmo e sicuro	Fermarsi solo in un punto della stanza
Usare solo domande aperte per stimolare la partecipazione e la discussione.	Coprire la lavagna mentre si scrive su di essa.
Incoraggiare i partecipanti ad esprimere le proprie opinioni.	Leggere il testo degli strumenti visivi
Muoversi attraverso la stanza	Introdurre le idee principali verso la fine
Essere sempre rivolto ai partecipanti	
Quando si usano dispense, permettere ai partecipanti di scaricarle e leggerle.	
Alla fine della sessione, fare un breve riassunto di tutto quello di cui si è discusso.	
Evidenziare i punti principali e le conclusioni.	

Adattato da: http://www.unodc.org/pdf/india/publications/guide_for_Trainers/12_appendix3-checklistofdosdontswhenlecturing.pdf

h. Selezione dei partecipanti

Il materiale proposto per le tre unità della sessione, rende il toolkit adatto per ogni categoria di partecipanti. Pertanto, non ci sono raccomandazioni particolari da seguire quando si sceglie il gruppo target. Tuttavia, se si desidera ottenere un gruppo omogeneo con interesse nell'argomento trattato, si può sottoporre il questionario in basso. Il questionario ha lo scopo di identificare il grado di interesse potenziale che i partecipanti possono mostrare nell'argomento e la loro motivazione nella formazione della propria impresa. Raccomandiamo di selezionare i partecipanti che rispondano sì ad almeno 4 delle domande proposte e di considerare la loro motivazione nel prendere parte al corso di formazione.

Breve questionario pre-corso

Rispondere alle domande in basso, cercando le risposte desiderate.

Breve questionario pre-corso			
1. Ti piacerebbe avere una fonte supplementare di reddito per te e per la tua famiglia?	Sì	No	Non so
2. Ti piacerebbe essere il capo di te stesso?	Sì	No	Non so
3. Ti piacerebbe sapere come puoi essere utile alla tua comunità?	Sì	No	Non so
4. Hai identificato un problema nella tua comunità che ti piacerebbe affrontare?	Sì	No	Non so
5. Se hai risposto "Sì" alla domanda n.4, indica il problema che hai identificato qui sotto:			
6. Ti piacerebbe sapere quali sono le fasi per creare una proposta di valore?	Sì	No	Non so
7. Ti piacerebbe imparare come sviluppare un prodotto/servizio?	Sì	No	Non so
8. Ti piacerebbe sapere come promuovere un prodotto/servizio?	Sì	No	Non so
9. Ti piacerebbe sapere come calcolare il reddito, i costi e il profitto di una proposta di valore?	Sì	No	Non so
10. Ti piacerebbe seguire un corso di imprenditoria sociale?	Sì	No	Non so
11. Se hai risposto "Sì" alla domanda n.10, indica i motivi per cui ti piacerebbe seguire un corso di imprenditoria sociale, qui sotto:			

Lettere consigliate

Per una visione più completa dell'imprenditoria sociale e dei risultati raggiunti finora, consigliamo di consultare il seguente materiale:

Documenti ufficiali

Documenti ufficiali della Commissione Europea sull'Imprenditoria Sociale:

http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/index_en.htm

Commissione Europea – Imprese sociali:

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/social-economy/social-enterprises/index_en.htm

Commissione Europea – Fondi di imprenditoria sociale:

http://ec.europa.eu/finance/investment/social_investment_funds/index_en.htm

Libri

Nicholls, A. (ed.), *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*, Oxford: Oxford University Press, 2006.

Mair, J., Robinson, J., Hockerts, K. (eds.), *Social Entrepreneurship*, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2006.

Steyaert, C., Hjorth, D. (eds.), *Entrepreneurship As Social Change: A Third Movements in Entrepreneurship Book*, Cheltenham: Edward Elgar Publishing House, 2006.

Articoli

Alvord, S.H., Brown, L.D., Letts, C.W., *Social Entrepreneurship and Social Transformation: An Exploratory Study*, *The Hauser Center for Nonprofit Organizations and The Kennedy School of Government, Harvard University*, Working Paper 15.

Austin, J. et al. (2006), *Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?*, *Entrepreneurship theory and practice* 30(1): 1-22.

Cukier, W. et al.(2011), *Social Entrepreneurship: A Content Analysis*, *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*, 7(1): 90-119.

Martin, R.L., Osberg, S. (2007), *Social Entrepreneurship: The Case for Definition*, *Stanford Social Innovation Review*, Spring edition.

Seelos, C., Mair, J. (2005), *Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor*, *Business Horizons*, 48: 241-246.

Short, J.C., Moss, T.W., Lumpkin, G.T. (2009), *Research in Social Entrepreneurship: Past Contributions and Future Opportunities*, *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3: 161-194.

Weerawardena, J., Mort, G.S. (2006), *Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model*, *Journal of World Business*, 41: 21-35.

Wronka, M. (2013), Analyzing the success of social enterprises – critical success factors perspective, Active Citizenship by Knowledge Management and Innovation – Management, Knowledge and Learning International Conference, June 2013, Zadar, Croatia, *Conference Proceedings*, pp. 593-605.

Bibliografia

Libri e articoli

Austin, J. et al. (2006), Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?, *Entrepreneurship theory and practice* 30(1): 1-22.

Buzducea, D. (coord.) (2013), Economiasociala a grupurilor vulnerabile, ed. Polirom, Iasi.

Cukier, W. et al. (2011), Social Entrepreneurship: A Content Analysis, *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*, 7(1): 90-119.

Short, J.C. et al. (2009), Research in Social Entrepreneurship: Past Contributions and Future Opportunities, *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3: 161-194.

Reports

Fundatia Alaturi de Voi Romania (FAV), 2011, *Politici, practice si tendinte in economia sociala in Romania si Uniunea Europeana in ansamblu*, Report pubblicato come parte dell'Alleanza per lo sviluppo del progetto di economia sociale, co-finanziato dall'Unione Europea tramite il Sectoral Operational Programme for Human Resources Development 2007-2013.

Documenti ufficiali e siti web

Reports e studi

European Commission/OECD (2013), *Policy Brief on Social Entrepreneurship*, http://www.oecd.org/cfe/leed/Social%20entrepreneurship%20policy%20brief%20EN_FINAL.pdf, accessed 15 March 2015

European Commission, *Europe 2020 targets: Poverty and social exclusion active inclusion strategies*, disponibile su: http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/themes/33_poverty_and_social_inclusion.pdf, accessed 15 November 2014

European Commission, 2014, *Share of young adults having completed tertiary education up to 37%*, disponibile su: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/744770/4445425/3-11042014-AP-EN.pdf/afc6a35d-34b5-460a-9202-5a8988aa5f4f>, accessed 15 November 2014

European Commission, 2013, *Social Economy and Social Entrepreneurship*, Social Europe guide, Volume 4, Directorate General for Employment, Social Affairs and Inclusion, disponibile su: <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=10010&langId=en>, accessed 15 March 2015

Siti ufficiali

Documenti ufficiali della Commissione Europea sull' Imprenditoria sociale: http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/index_en.htm, accessed 15 November 2014

Commissione Europea – Imprese sociali:

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/social-economy/social-enterprises/index_en.htm, accessed 15 November 2014

Eurostat, 2014 – Persone a rischio di povertà o di esclusione sociale:

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/People_at_risk_of_poverty_or_social_exclusion, accessed 15 November 2014

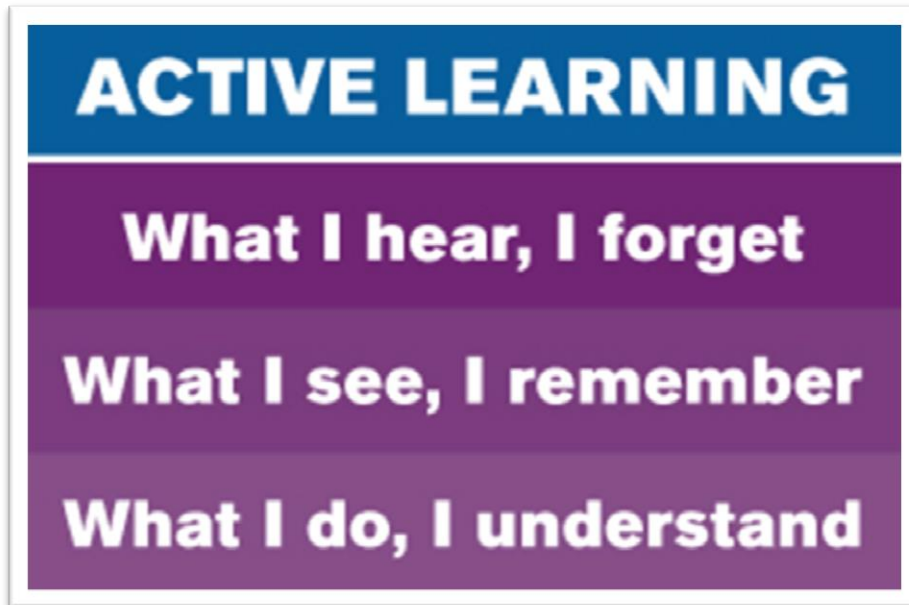
European Economic and Social Committee – Social entrepreneurship and social enterprise, disponibile su:

<http://www.eesc.europa.eu/?i=portal.en.int-opinions.19122>, accessed 15 March 2015

CAPITOLO 02

Introduzione all'apprendimento attivo

DEFINIZIONE	31
COSA SI APPRENDE	32
LO SPETTRO DI COMPETENZE	33
I PRINCIPI DELL'APPRENDIMENTO ATTIVO	35
L'INSEGNANTE E L'APPRENDIMENTO ATTIVO	36
L'APPRENDIMENTO ATTIVO E IL DISCENTE	39
LA PRATICA DELL'INSEGNAMENTO ATTIVO	42
CONCLUSIONI	44
BIBLIOGRAFIA	46

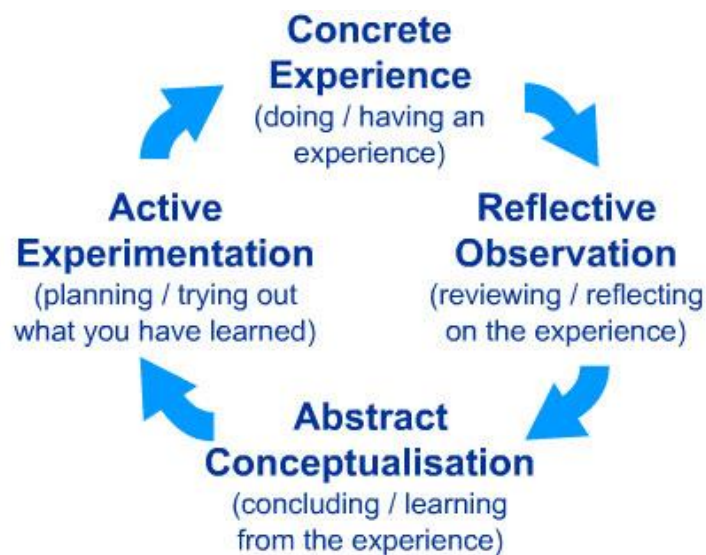


*APPRENDIMENTO ATTIVO
Quello che sento, lo dimentico.
Quello che vedo, lo ricordo.
Quello che faccio, lo capisco.*

Definizione

“L'apprendimento attivo”, inteso come movimento o filosofia è sostanzialmente sinonimo di “apprendimento esperienziale”; una serie di pratiche pedagogiche basate sulla teoria costruttivista di apprendimento, esposta da Jean Piaget. Esso impegna il discente in due aspetti: “fare cose, e riflettere sulle cose che sono state fatte” (Bonwell e Eison, 1991). Come si può vedere dal diagramma in basso, l'apprendimento esperienziale ritiene che il processo di apprendimento non sia di natura lineare ma ciclica; I partecipanti imparano a fare qualcosa di nuovo, riflettono sui propri tentativi, imparano qualcosa da questa riflessione, applicano quello che hanno imparato e continuano così. Nei bambini e negli animali questo è per lo più un processo inconscio e un processo di non consapevolezza di sé; negli adulti è invece un processo molto consapevole e autoconsapevole. Il ciclo di apprendimento esperienziale è mostrato nel diagramma in basso.

Il ciclo di apprendimento esperienziale di David Kolb



→ Esperienza concreta (fare o avere un'esperienza) → Osservazione
 riflessiva (revisione/riflessione sulle esperienze) → Concettualizzazione
 astratta (concludere/imparare dalle esperienze) → Sperimentazione attiva
 (pianificare/testare quello che si è appreso) →

Comunque, “l'apprendimento attivo” è una pratica antica come l'apprendimento stesso. Prima dell'istituzionalizzazione dell'apprendimento, i nostri antenati imparavano abilità e conoscenze sul mondo in maniera attiva: attraverso prove e errori. Questo è il modo in cui la nostra specie ha appreso come adattarsi e sopravvivere nei diversi ambienti che ha colonizzato durante la sua storia. Pertanto, “l'apprendimento attivo” è fortemente radicato tra gli umani, e non dovrebbe essere considerato come un'alternativa trendy ai libri tradizionali e all'educazione basata sulla lettura.

Cosa si apprende

Consideriamo le cose che potremmo imparare nella lista in basso e dividiamole in tre gruppi: conoscenze, abilità e entrambe.

Matematica, parlare francese, suonare uno strumento musicale, camminare, il miglior posto dove mangiare tapas ad Alcalá, ballare il flamenco, la grammatica spagnola, la storia della Spagna, quanto è calda una piscina, guidare un'auto, cucinare la paella.

(Una possibile risposta viene data alla fine del capitolo.)

- Acquisire una conoscenza non richiede acquisire un'abilità, ma acquisire un'abilità richiede acquisire prima la conoscenza di quell'abilità.
- Per esempio, studi su bambini non civilizzati, mostrano che questi bambini non inizieranno a camminare su due piedi fino a che non osservano gli altri farlo.
- Abilità e conoscenze vengono acquisite in modi differenti, e dovrebbero essere insegnate tenendo conto di questa differenza.
- Una conoscenza viene acquisita tramite lo studio.
- Le abilità vengono acquisite con la pratica.

Ripensando ai quattro tipi di conoscenza che abbiamo visto nella diapositiva precedente, quali sono i modi migliori per studiare ciascuna di essa?

(Alcune possibili risposte verranno date alla fine del capitolo)

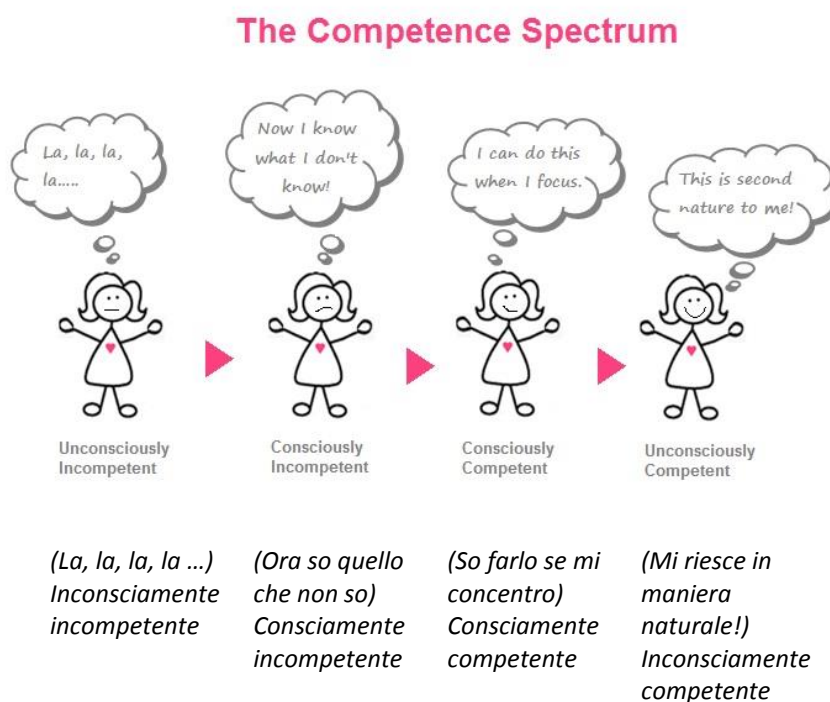
Ripensando agli elementi della lista della diapositiva precedente, inseriti nella categoria "entrambe"; quale sarebbe il modo migliore per imparare ognuno di questi elementi?

(Una risposta possibile viene data alla fine del capitolo.)

Così, abbiamo visto che la conoscenza viene acquisita tramite lo studio, ma per studiare non si intende solo leggere una materia su un libro; i discenti possono studiare facendo domande, osservando, ascoltando, annusando e toccando il loro ambiente circostante per ottenere le informazioni richieste.

In più, le abilità possono essere acquisite solo insieme alla loro conoscenza, anche se le abilità che prendiamo in considerazione sono molto semplici. Un bambino camminerà su due piedi solo se impara, tramite l'osservazione di altre persone, come si fa.

Lo spettro di competenze



<http://primetimebusiness.co.uk/wp-content/uploads/2013/04/The-Competence-Spectrum.jpg>

Nel diagramma in alto viene mostrato il pensiero standard sulle fasi di apprendimento di un'abilità. Utilizzando come esempio imparare a suonare uno strumento musicale, le affermazioni sarebbero di questo tipo:

<i>Inconsciamente incompetente</i>	Non ho mai provato a suonare la chitarra, ma non credo sia così difficile.
<i>Consciamente incompetente</i>	Ho provato a suonare la chitarra, e so che non mi riesce molto bene.
<i>Consciamente competente</i>	So suonare la chitarra se mi concentro.
<i>Inconsciamente competente</i>	So suonare la chitarra senza pensarci.

Comunque, dal punto di vista dello studente, le ultime due fasi possono essere cambiate nel seguente modo:

<i>Inconsciamente incompetente</i>	Non ho mai provato a suonare la chitarra, ma non credo sia così difficile.
------------------------------------	--

<i>Consciamente incompetente</i>	Ho provato a suonare la chitarra, ma non mi riesce molto bene.
<i>Inconsciamente competente</i>	Riesco a suonare la chitarra abbastanza bene, ma non credo di essere molto bravo.
<i>Consciamente competente</i>	So suonare la chitarra molto bene, e ne sono consapevole.

Quando osserviamo lo “spettro di apprendimento” da questa prospettiva, una delle sfide per chi apprende è sapere quando è passato da incompetente a competente, dal momento che la seconda e la terza fase risultano identiche ai suoi occhi. Questo sottolinea l'importanza di sottoporre un feedback accurato ma positivo.

I principi dell'apprendimento attivo

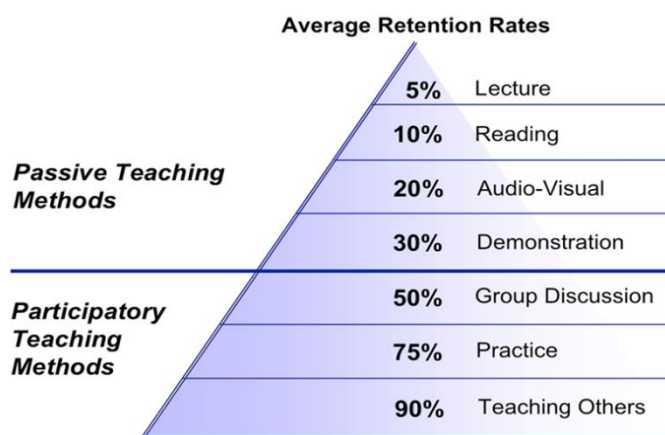
“È importante che bambini e giovani siano consapevoli e capiscano il valore delle abilità che stanno sviluppando. Adulti, professionisti e studenti dovrebbero riflettere insieme sui propri progressi, nella gamma di abilità che considerano importanti per il proprio apprendimento, per il proprio lavoro e per la propria vita.

Il processo di valutazione dovrebbe aiutare bambini e giovani a capire perché le abilità sono importanti, dovrebbe aiutarli a riflettere sul modo in cui stanno sviluppando queste abilità, e a identificare il prossimo passo nello sviluppo e nella comprensione, a capire come inserire le abilità acquisite nel curriculum e nelle loro vite sia dentro che fuori le classi istituzionali” (Educazione in Scozia).

Questo paragrafo è tratto dal curriculum nazionale scozzese, e mostra l'importanza data a questo tipo di insegnamento/apprendimento in alcuni paesi occidentali. Il motivo per cui l'apprendimento attivo è divenuto così popolare è dovuto all'alta percentuale di contenuti che rimangono agli studenti che prendono parte a questi metodi di apprendimento; vedi in basso:

La piramide dell'apprendimento

The Learning Pyramid*



*Adapted from National Training Laboratories. Bethel, Maine

Percentuali medie di ritenzione

Metodi passivi di insegnamento:

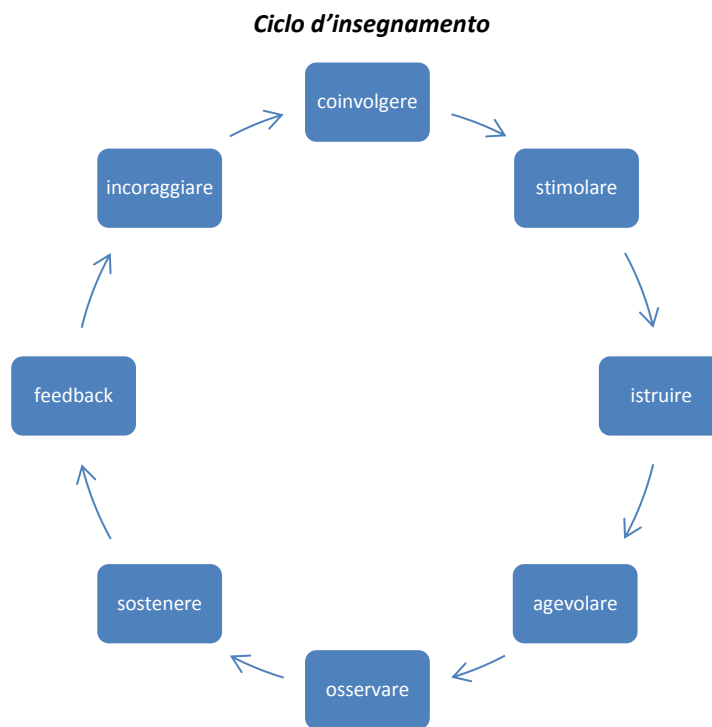
lezione / lettura / audio-visivi | dimostrazione

Metodi partecipativi di insegnamento:

Discussione di gruppo / Pratica / Insegnare agli altri

L'insegnante e l'apprendimento attivo

Se esiste un ciclo di apprendimento, suggerirei che esiste anche un ciclo di insegnamento per supportare i partecipanti nella loro pratica di apprendimento attivo.



Come si può vedere dal diagramma, ci sono diverse fasi nel processo di insegnamento che corrispondono a diversi ruoli per l'insegnante. Partendo dal primo riquadro, l'insegnante dovrebbe:

- Coinvolgere gli studenti con l'argomento che verrà trattato,
- Stimolare le conoscenze pregresse,
- Istruire gli studenti sulle modalità delle attività nelle quali saranno coinvolti,
- Agevolare la partecipazione degli studenti alle attività,
- Osservare gli studenti mentre partecipano alle attività,
- Sostenere i partecipanti mentre sono coinvolti nelle attività,
- Dare un feedback sull'operato dei partecipanti, e condurre autovalutazioni degli studenti sul proprio lavoro,
- Incoraggiare gli studenti.

Vediamo come questo diagramma viene applicato praticamente in un esempio di lezione di matematica di base:

1. *L'insegnante introduce il concetto dei numeri e chiede agli studenti di pensare (da soli) e discutere (in piccoli gruppi) sui contesti nei quali i numeri sono importanti per le loro vite,*
2. *L'insegnante conduce un'attività realistica e coinvolgente che mette alla prova i livelli di preparazione matematica degli studenti (es. Unire gruppi di elementi e numeri),*
3. *L'insegnante istruisce gli studenti sulla procedura di un'attività che permetterà loro di praticare i numeri in maniera leggermente più avanzata di quanto fatto finora (giochi di ruolo in cui gli studenti interpretano i ruoli di addetti alle vendite e clienti),*
4. *L'insegnante si assicura che tutti i partecipanti prendano parte pienamente all'attività, ponendo un'attenzione particolare su ciascun bisogno degli studenti,*
5. *L'insegnante osserva gli studenti mentre partecipano alle attività,*
6. *L'insegnante dona un ulteriore sostegno agli studenti che hanno difficoltà durante le attività,*
7. *L'insegnante si congratula con gli studenti una volta completata l'attività, e fornisce un feedback sulle loro prestazioni,*
8. *L'insegnante incoraggia continuamente gli studenti.*

La tabella seguente, estrapolata dal Northern Ireland Curriculum for Key Stages 1 & 2, mostra i cambiamenti che i docenti devono mettere in pratica per passare da una classe di apprendimento tradizionale, a una di apprendimento attivo.

Da – A La griglia mostra il cambiamento del ruolo dell'insegnante nella creazione di una classe di apprendimento attivo.

Da	A
Classe incentrata sull'insegnante.	Classe incentrata sugli studenti.
Apprendimento incentrato sul prodotto.	Apprendimento incentrato sul procedimento.
L'insegnante è un "trasmettitore" di conoscenza.	L'insegnante è un organizzatore di conoscenze.
Focus su una materia specifica.	Focus su un apprendimento olistico.

Da una classe incentrata sull'insegnante, a una classe incentrata sugli studenti

In una classe tradizionale, il fulcro della classe è l'insegnante. In una classe di Apprendimento attivo, gli studenti vengono incoraggiati a insegnare e ad apprendere l'uno dall'altro, con l'insegnante che osserva. Ricorda che più fa l'insegnante, meno gli studenti possono fare. **L'insegnante deve parlare e fare meno, e osservare e ascoltare di più.**

Da un apprendimento incentrato sul prodotto, a uno incentrato sul procedimento

In una classe di apprendimento tradizionale, l'insegnante darà agli studenti un "modello" da imitare. In una classe di apprendimento attivo, gli studenti faranno un brainstorming di idee, e lo utilizzeranno per creare uno o più pezzi di uno stesso lavoro di collaborazione per poi creare un lavoro finale. **L'insegnante deve preoccuparsi di meno dei meriti di un prodotto finale, e di più su come questo prodotto è stato raggiunto.**

Da un insegnante che “trasferisce” la conoscenza a un insegnante che organizza le conoscenze

In una classe tradizionale, l'insegnante possiede le conoscenze che trasferisce agli insegnanti pezzo dopo pezzo, qualche volta riferendosi al processo di insegnamento “jug and cup”(brocca e tazza). In una classe di apprendimento attivo, gli studenti sono incoraggiati a scoprire le proprie conoscenze con la guida dell'insegnante. **L'insegnante dovrà dettare meno e suggerire di più.**

Da un focus su una materia specifica, a un focus sull'apprendimento olistico

Tradizionalmente, il focus è sull'apprendimento di una materia specifica, per esempio Matematica, e solo su questa. Nell'apprendimento attivo, il focus sarà più ampio, poiché si guarda a come le abilità acquisite (sia quelle di apprendimento che quelle legate alla specifica materia) possono essere trasferite al di fuori dell'ambiente di apprendimento. **L'insegnante deve accettare che la sua materia è importante solo se può essere utilizzata nel mondo reale.**

L'apprendimento attivo e il discente

La seguente tabella, estrapolata dal Northern Ireland Curriculum for Key Stages 1 & 2, mostra i cambiamenti richiesti nel ruolo di discenti per passare da una classe tradizionale a una di apprendimento attivo.

Da – A La griglia mostra il cambio di ruolo da parte degli studenti in una classe di apprendimento attivo

Da	A
Essere recipienti passivi di conoscenza	Essere discenti attivi e partecipativi
Concentrarsi solo sul rispondere alle domande	Fare domande
Essere in competizione con gli altri	Collaborare con gli altri studenti
Voler dire a tutti i costi la propria	Ascoltare attivamente le opinioni altrui

Vorrei aggiungere un altro cambio richiesto per passare da un apprendimento tradizionale a un apprendimento attivo:

Motivati ad avere successo	Motivati ad imparare
----------------------------	----------------------

Da recipienti passivi di conoscenza, a studenti attivi e partecipativi

Tradizionalmente, agli studenti vengono insegnate le abilità che i loro docenti, o altri, credono siano necessarie. Nell'apprendimento attivo, gli studenti sono incoraggiati a pensare a cosa è importante imparare dal punto di vista personale, o a pensare ai motivi per cui quello che è nel curriculum può essere rilevante per loro.

Esempio:

Insegnamento tradizionale	Apprendimento attivo
L'insegnante tiene una lezione sulle cause e gli effetti della Seconda Guerra Mondiale.	Gli studenti conducono ricerche sulle persone e sui posti della propria famiglia o del proprio vicinato, che sono stati coinvolti dalla Seconda Guerra Mondiale. Così loro possono considerare come la Guerra li ha colpiti indirettamente, e quanto diverse potrebbero essere le proprie vite se non ci fosse stata la Guerra.

Da concentrarsi su rispondere domande, a fare domande

In una classe di apprendimento tradizionale, l'insegnante fa una domanda, uno studente risponde e l'insegnante gli dice se la risposta è corretta o meno. In una classe di apprendimento attivo, sapere "cosa" è solo una parte del processo, lo studente deve anche chiedere "perché?" e "come?"

Insegnamento tradizionale	Apprendimento attivo
L'insegnante chiede "Cosa ha causato la Prima Guerra Mondiale"?	L'insegnante chiede: "Perché pensate che un omicidio di un Austriaco da parte di un Serbo in Jugoslavia abbia portato alla Guerra tra Germania e Belgio?"

Dalla competizione alla collaborazione

Nell'educazione tradizionale, gli studenti lottano per essere "il migliore della classe", e i loro compagni sono visti come concorrenti da battere. Nell'apprendimento attivo, gli studenti lavorano insieme per formare il processo creativo, per sviluppare le abilità che saranno loro richieste nella maggior parte degli ambienti di lavoro per il quale si suppone vengano formati.

Insegnamento tradizionale	Apprendimento attivo
Gli studenti sono incoraggiati a scrivere tesine da soli, sono valutati con voti che giudicano la loro grammatica e ortografia.	Gli studenti sono spinti a collaborare per scrivere, illustrare e eseguire una parte di lavoro. Gli studenti lavorano sulla base delle proprie abilità e tipi di apprendimento. Non esiste un metodo formale per eseguire un lavoro, ma i partecipanti vengono incoraggiati a dare dei feedback sul processo e sui risultati.

Da volere avere a tutti i costi qualcosa da dire ad ascoltare le opinioni altrui

Spesso capita nell'apprendimento tradizionale che quando uno studente conosce la risposta esatta, egli diventi dogmatico e non voglia ascoltare le opinioni degli altri. Nell'apprendimento attivo, le opinioni di tutti dovrebbero essere considerate e discusse apertamente.

Insegnamento tradizionale	Apprendimento attivo
L'insegnante dice alla classe che il pomodoro è un frutto.	L'insegnante dà agli studenti alcuni frutti e verdure e chiede loro di dividerli nelle categorie di "frutta" e "verdura" e di elencare una lista di caratteristiche che appartengono ad ogni gruppo. A questo punto chiede loro di inserire il pomodoro in un gruppo o in un altro in base agli attributi che condivide con gli altri membri del gruppo.

Da essere motivati ad avere successo, ad essere motivati ad imparare

Generalmente ci sono due tipi di motivazione relative all'apprendimento; motivazioni estrinseche e motivazioni intrinseche. Le motivazioni estrinseche solitamente vengono da un ente (governo, scuola, aziende) che premia i successi e punisce i fallimenti, e le motivazioni intrinseche provengono dallo studente stesso. Quelli che sono estrinsecamente motivati, tendono a porre l'attenzione su esami e test e vogliono provare il loro successo all'ente o alla persona in questione, e quelli che sono invece intrinsecamente motivati sono più interessati a come si sentono rispetto al processo di apprendimento e alle abilità e conoscenze che hanno acquisito. L'educazione tradizionale pone l'attenzione nel fornire le motivazioni estrinseche, mentre l'apprendimento attivo incoraggia le motivazioni intrinseche.

Insegnamento tradizionale	Apprendimento attivo
Gli studenti fanno un esame nazionale, che possono superare o fallire; se lo superano, ricevono un certificato.	Gli studenti riflettono su quanto appreso e scrivono una dichiarazione su quello che pensano di aver raggiunto, su come sono intenzionati ad utilizzare queste conoscenze e su come sperano di procedere.

La pratica dell'insegnamento attivo

Le tabelle qui sopra mostrano i cambiamenti di ruolo previsti da docenti e discenti nell'apprendimento attivo. Ora osserviamo come possiamo realizzare questi cambiamenti.

Da una classe incentrata sull'insegnante a una classe incentrata sugli studenti

Il modo più facile per realizzare questo cambiamento è cambiare fisicamente l'assetto della classe; invece di posizionare gli studenti tutti di fronte all'insegnante e alla lavagna, sarebbe meglio disporre le sedie intorno a un tavolo così che possano facilmente guardarsi l'un l'altro. Si consiglia di pianificare le attività di apprendimento in modo che l'insegnante debba solo spiegare la procedura, e gli studenti possano lavorare insieme per completare le attività.

Concentrarsi sui differenti stili di apprendimento degli studenti

Quando decidiamo di spostare il focus sugli studenti, dobbiamo considerare tutto quello che può aiutarli e motivarli nell'apprendimento. Sono stati identificati molti stili di apprendimento e per questo dovrebbero essere progettate attività per incorporare elementi che fanno appello a più di uno stile di apprendimento.

- Visive: usando foto, disegni, video, colori ecc.
- Fisiche: usando oggetti, lo spazio fisico dell'ambiente di apprendimento, movimenti ecc.
- Uditive: usando suoni, musica, ripetizioni ad alta voce ecc.
- Verbal: usando le parole, sia scritte che parlate
- Logiche: usando sistemi e regole, cercando i "perché" dietro i "cosa"
- Sociali: incoraggiando gli studenti a cooperare e collaborare in gruppo
- Solitarie: concedendo tempo per pensieri e riflessioni individuali

Da un apprendimento incentrato sul prodotto, a uno incentrato sul procedimento

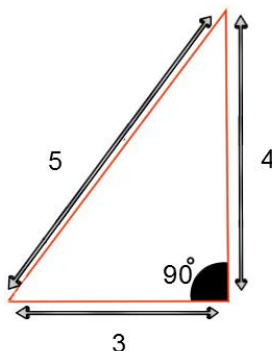
Piuttosto che evidenziare il risultato, dovremmo incoraggiare gli studenti a guardare al processo nel suo insieme. Non dovremmo solo cercare le risposte giuste o sbagliate, ma osservare come il gruppo giunge insieme a una soluzione. Per esempio, potreste chiedere al gruppo "quanto costerebbe ridipingere di bianco questa stanza?" Gli studenti dovranno (con qualche suggerimento) prima discutere su come calcolare la misura della stanza per trovare l'area del muro (senza tralasciare le porte e le finestre), poi dovranno cercare il costo per litro di vernice Bianca (o magari più di una varietà), e dedurre la copertura (metri quadri per litro) della pittura.

Da un insegnante "trasmettitore di conoscenza" a un insegnante organizzatore di conoscenza

Piuttosto che dare spiegazioni, l'insegnante dovrebbe chiedere agli studenti di dare dei suggerimenti sul perché una cosa è vera, incoraggiandoli a lavorare sulle risposte in maniera collaborativa. Ricordate che è improbabile che gli studenti non abbiano assolutamente alcuna conoscenza dell'oggetto o argomento che stanno studiando, è importante iniziare ogni attività consentendo ai partecipanti di scoprire il proprio livello di conoscenza, e di condividerlo con i loro colleghi. Prima di insegnare a un gruppo i nomi in inglese di alcuni sport, per esempio, potreste chiedere ai partecipanti di condividere con gli altri quali nomi conoscono già. È abbastanza probabile che almeno alcuni siano già noti, grazie anche alla televisione satellitare.

Da un apprendimento di una materia specifica, a un apprendimento olistico

Le attività dovrebbero essere progettate in modo che gli studenti acquisiscano abilità e competenze che possano essere immediatamente trasferite ad altre materie o situazioni, anche differenti dall'ambiente di apprendimento. Nell'apprendimento attivo niente dovrebbe essere puramente teorico, devono esserci applicazioni pratiche e queste applicazioni devono essere chiare ed efficaci per gli studenti. Per esempio, molte persone imparano il teorema di Pitagora alle scuole superiori, ma non lo utilizzano mai praticamente; d'altra parte, molti muratori, perfino chi non ha completato gli studi, sanno **come creare un angolo retto utilizzando un rapporto tra 3, 4 e 5**. Questo è un esempio del Teorema di Pitagora nell'uso comune.



Conclusione

L'apprendimento attivo, se ci pensate ha un grande valore; sembra che abbia molti più vantaggi dell'insegnamento tradizionale, specialmente se si ha a che fare con persone che non hanno, che non amano e che non prosperano nell'insegnamento formale. Osservando dall'esterno una classe ben strutturata di apprendimento attivo, si può vedere molta attività, si può sentire parlare a lungo e si percepisce un'energia attiva e collaborativa. L'insegnante camminerà per la stanza, sorridendo e scambiando qualche parola qui e lì con uno studente o due. Sembra che tutti si stiano divertendo, e lì avviene l'apprendimento reale.

Questo toolkit è progettato per consentire a chi possiede rilevanti conoscenze e competenze nella propria materia, ma non ha una formazione in pedagogia, di usare queste tecniche per favorire l'apprendimento nel proprio gruppo, in un ambiente positivo e cooperativo. Ma c'è un elemento essenziale per il successo dell'apprendimento che non presente è in questo toolkit: la motivazione; solo gli studenti motivati apprenderanno. Questo toolkit fornirà il "come" e il "cosa" ma voi e i vostri studenti dovrete fornire il "perché".

Risposte a “cosa si apprende” (pag. 32)Cose che potremmo imparare:

Conoscenze	Entrambe (Abilità e conoscenze)
Il miglior posto per mangiare tapas ad Alcalá Storia della Spagna Quanto è calda una piscina Grammatica spagnola	Matematica Parlare francese Suonare uno strumento musicale Camminare Ballare il flamenco Guidare un'auto Cucinare la paella

Come acquisire conoscenza:

- Il posto migliore per mangiare tapas ad Alcalá: chiedere a qualcuno che abita lì
- La storia della Spagna: leggere un libro
- Quanto è calda una piscina: infilare un piede in acqua
- Grammatica spagnola: leggere un libro

Come acquisire competenze che richiedono sia conoscenze che abilità:

Ad esempio camminare:

1. Guardare gli altri che lo fanno
2. Cercare di imitarli
3. Fallire
4. Ricevere un feedback (da se stessi o dagli altri)
5. Riflettere sul feedback
6. Cambiare qualcosa e provare ancora
7. Ripetere i passi da 3 a 6 fino a riuscire nell'intento

Bibliografia

Bonwell, C.; Eison, J. (1991). Active Learning: Creating Excitement in the Classroom AEHE-ERIC Higher Education Report No. 1. Washington, D.C.: Jossey-Bass

Kolb, D. A. (1984). Experiential learning: Experience as the source of learning and development (Vol. 1). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall

http://www.educationscotland.gov.uk/Images/BtC4_Skills_tcm4-569141.pdf

<http://www.simplypsychology.org/learning-kolb.html>

http://www.teachit.so/index_htm_files/NI%20Active%20Learning.pdf

http://www.nicurriculum.org.uk/docs/key_stages_1_and_2/altm-ks12.pdf

<http://www.learndash.com/7-major-learning-styles-which-one-is-you/>

CAPITOLO 03

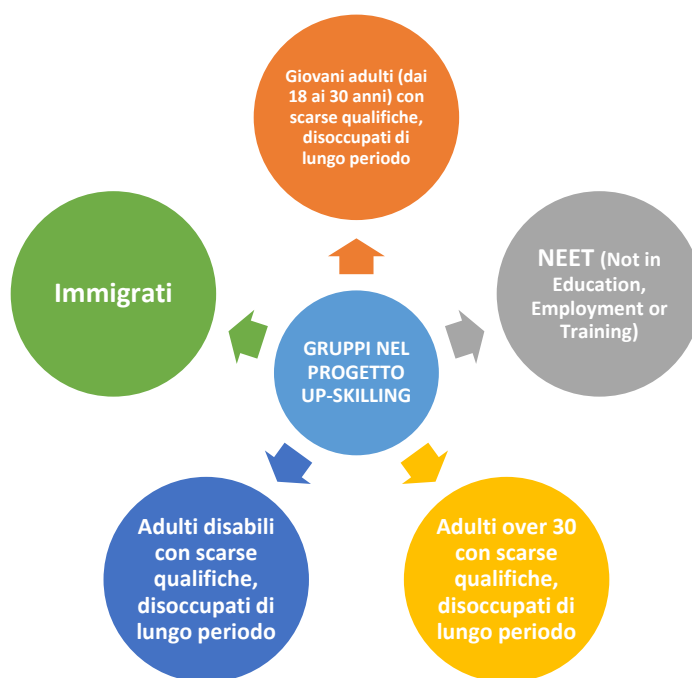
Lavorare con adulti a rischio di esclusione sociale

INTRODUZIONE	48
ESCLUSIONE SOCIALE, DEFINIZIONE E CONTENUTO	49
DISOCCUPAZIONE, DATI EUROSTAT	52
DESCRIZIONE E ANALISI DEI GRUPPI TARGET DEL PROGETTO	60
LE REGOLE E I CONSIGLI PER SELEZIONARE I PARTECIPANTI	65
FONTI	68
APPENDICE 1	69

Introduzione

Il gruppo a cui è indirizzato il progetto Up-skilling Europe è formato da adulti a rischio di esclusione sociale, questo rischio è dovuto al fatto che queste persone non posseggono grosse abilità e vivono situazioni di disoccupazione che determinano una situazione di svantaggio rispetto agli altri membri della società.

L'esclusione sociale è un concetto molto più ampio della semplice mancanza di reddito, possono esistere molti altri fattori che contribuiscono all'isolamento del gruppo dalla società. Questi includono la disoccupazione, l'accesso alla formazione, ai servizi sanitari e per l'infanzia, le condizioni di vita e la partecipazione sociale. Per questo, i termini "adulti provenienti da gruppi sociali svantaggiati" e "a rischio di esclusione sociale" rappresentano un gruppo molto ampio di persone. Possono essere incluse (in questo progetto): persone con una scarsa o senza istruzione, immigrati, persone con disabilità, disoccupati, in particolare quelli che versano in uno stato di disoccupazione da lungo tempo (adulti, giovani adulti, persone disabili). Questi sono tutti aspetti che devono essere fortemente presi in considerazione quando si lavora con il gruppo target se si vuole avere un buon risultato.



Questo capitolo è dedicato ai seguenti problemi:

1. Esclusione sociale, definizione e contenuto.
2. Disoccupazione, dati Eurostat.
3. Descrizione e analisi dei gruppi target del progetto.
4. Le regole e i consigli per selezionare i partecipanti.

Esclusione sociale

Tutta l'Europa sta assistendo ai sintomi di una crescente esclusione sociale, a un aumento della disoccupazione di lungo periodo, della disoccupazione maschile, di una disparità tra i livelli di reddito, tra i livelli di acquisizioni di abilità e istruzione, a un peggioramento della qualità della salute e delle aspettative di vita per i membri più poveri della società. In molti paesi questi cambiamenti sono particolarmente visibili nella concentrazione spaziale di immigrati e minoranze etniche in piccole comunità, e in grandi aree con condizioni di degrado ambientale.

Nel 1993, l'Eurostat stimò che un quinto di tutti bambini e un sesto di tutti gli individui appartenenti all'Unione Europea viveva in povertà, cioè circa 58 milioni di persone (CEC 1993). Queste cifre però nascondono disparità molto importanti all'interno dell'Unione: l'intera Grecia, il Portogallo, l'Irlanda, due terzi della Spagna, il mezzogiorno in Italia e la maggior parte della vecchia Germania dell'Est ha reddito inferiore al 75% della media UE, rappresentando il 55% di tutti quelli in condizione di povertà. (CEC 1991; Atkinson 1991). Inoltre, la povertà colpisce in modo sproporzionato alcuni specifici gruppi: giovani, donne, minoranze etniche, immigrati e persone anziane.

Dal punto di vista della Commissione, l'evoluzione della struttura della povertà presenta un rischio sostanziale per il futuro del progetto europeo:

La Comunità Europea è spaventata dalla formazione di una «società a due velocità», in quanto le cause sono povertà, emarginazione e frustrazione. La frontiera unica – il libero mercato e l'unione monetaria costituiscono fattori di crescita per l'Europa nel suo complesso, ma sono anche fattori di rischio per le regioni e i gruppi sociali più deboli e devono essere accompagnate da politiche più dinamiche nel campo dell'esclusione economica e sociale (CEC 1992).

Anche se la promozione della coesione economica e sociale era uno dei tre obiettivi chiave nel trattato di Maastricht del 1991 sull'Unione Europea, il successivo Programma di Azione per Combattere l'Esclusione Sociale e Promuovere la Solidarietà Sociale (CEC 1993), riflette in maniera più chiara la visione della Commissione sul fatto che la frattura sociale possa essere una minaccia per il raggiungimento di un Europa sempre più unita.

Riconoscendo che sono stati messi in moto meccanismi strutturali più ampi dal processo di unificazione europea, il Programma si concentra su quei gruppi che sono stati socialmente esclusi dall'istruzione, occupazione, alloggio, salute e altri servizi sociali e dà particolare attenzione alle questioni di genere, cultura, etnia e razza all'interno di una prospettiva multidimensionale.

Un'importante implicazione di questa descrizione del problema dell'esclusione sociale è che esso si manifesta in modo diverso nei diversi paesi. I regimi di assistenza sociale in ogni paese riflettono i diversi principi di organizzazione sociale e le differenti basi normative. Città diverse sono differenziate all'interno dello spazio economico e sociale europeo, alcune di esse vivono una fase di sviluppo, altre un declino a lungo termine. Le stesse strutture socio-spaziali urbane variano; in alcuni casi esclusione sociale ed esclusione geografica sono praticamente sinonimi, in altri il fenomeno di differenziazione è più complesso. Origine etnica e razza difatti producono significative linee di demarcazione in strutture socio-spaziali pre-esistenti. Infine, gli specifici modelli di governo locale e di stato sociale incidono anch'essi sull'esclusione sociale.

Una notevole diversità terminologica caratterizza quasi qualsiasi discussione sull'esclusione sociale. Dal lato positivo, parole di uso comune includono coesione, integrazione, inclusione, solidarietà e inserimento (sociale). Dal lato negativo, vengono utilizzati una vasta gamma di termini: esclusione (sociale), isolamento, emarginazione, segregazione, frattura e "socialmente esposto". Occasionalmente compaiono le parole povertà e privazione, solitamente queste rappresentano gli indicatori con i quali i gruppi o persone che soffrono di esclusione sociale, possono essere identificati, ma, cosa più importante, denotano il concetto chiave che l'esclusione sociale (con qualsiasi nome) è un processo sociale all'interno di un'intera società, piuttosto che un modo di categorizzare gli individui e i gruppi all'interno di quella società.

Questi problemi "linguistici" generalmente sono radicati in diverse tradizioni politiche intellettuali nazionali. Ciò che spicca però è la forza del consenso che nuovi e importanti fenomeni sociali stanno emergendo negli Stati membri della Comunità Europea, e che questi fenomeni sono in qualche modo collegati con la formazione dell'Unione Europea stessa.

Nel considerare la terminologia, è importante distinguere tra quegli usi delle parole che sono progettati principalmente per identificare ed etichettare un fenomeno empirico, e quegli usi che sono progettati per fare riferimento a un insieme di idee su fenomeni e processi sociali. Facendo riferimento a questi ultimi, Hadjimichalis e Sadler (1995a) presentano una serie di documenti che sostengono che l'emarginazione è un processo sociale più ampio che comprende l'esclusione sociale solo come una minima parte di esso. Il motivo per cui viene utilizzato questo termine è duplice: uno è quello di distinguere marginalità dall'uso economico del termine (cioè incrementale) e il secondo è quello di indicare l'interesse nei fenomeni socio-geografici. Un secondo approccio importante alle idee che riguardano il fenomeno di esclusione si trova nella raccolta di articoli di Mingione (1993) che riflette su "la nuova povertà urbana e il sottoproletariato". Ancora una volta, l'obiettivo di questa raccolta è duplice: uno è quello di argomentare che stanno emergendo nuovi fenomeni sociali che richiedono la teorizzazione, e il secondo è quello di esaminare l'utilità del lavoro di Wilson sul sottoproletariato americano in questo contesto. Al fine di comprendere pienamente le radici della diversità terminologica, è anche utile esaminare come il termine "esclusione sociale" viene inserito nell'agenda europea.

Come si colloca l'idea di esclusione sociale nel contesto Europeo

L'atto unico europeo nel 1987 e il trattato di Maastricht nel 1991 hanno notevolmente accelerato il ritmo del movimento verso un'Unione sempre più stretta. Prima della metà degli anni 80, le azioni europee volte alla parità erano relativamente superficiali e poco specifiche, dirette a singoli paesi o a particolari settori in declino dell'industria (carbone, acciaio, agricoltura). A partire dalla metà degli anni 80, complesse negoziazioni sull'ampliamento della Comunità, hanno portato un'attenzione più specifica ai gruppi sociali emarginati all'interno di ciascuno stato membro. In più, l'Eurostat aveva ormai cominciato a cimentarsi con le questioni tecniche complesse di definire e misurare la povertà in tutta la Comunità.

Non solo fu la prova crescente e incontrovertibile che, nonostante la modernizzazione e la crescita della competitività dell'economia europea, c'erano alcuni gruppi che difficilmente potevano beneficiare di questi cambiamenti, ma questa prova ottenne anche un'importanza politica fondamentale nei negoziati prima del trattato di Maastricht, che è stato pensato per muovere un passo avanti fondamentale verso un'Unione sempre più stretta.

Fu in questo contesto istituzionale che Jacques Delors introdusse il concetto di "esclusione sociale" in una serie di trattative con le parti sociali. Il termine esclusione sociale deriva dalla politica sociale francese, e in particolare dal programma politico dei governi socialisti francesi degli anni 80.

Quando Delors introdusse il termine nelle negoziazioni dell'Unione Europea, essa prese un giro molto differente. In primo luogo, l'obiettivo di combattere l'esclusione sociale è mutato dall promuovere "l'inserimento" a promuovere la coesione economica e sociale. La coesione economica è sempre stata un obiettivo della Comunità, fin dalle prime trattative, mentre la coesione sociale è entrata nelle discussioni europee solo dal trattato di Maastricht.

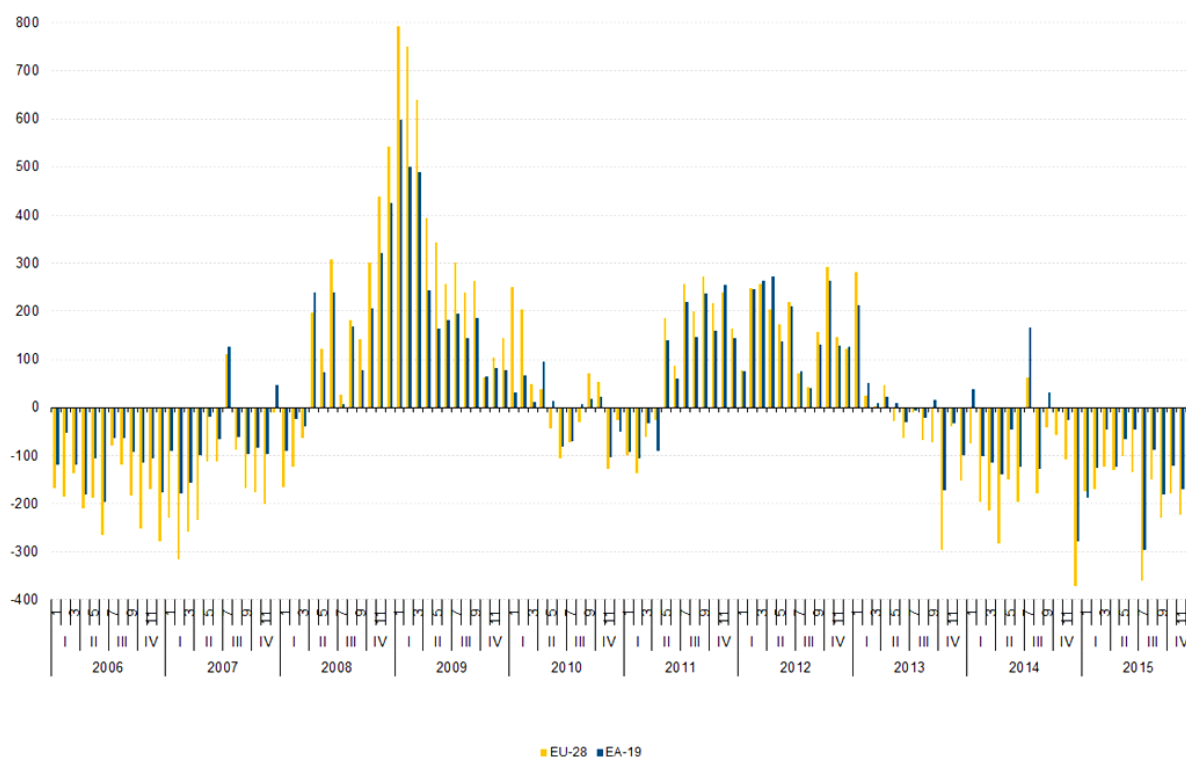
Di fatto, ci sono stati importanti cambi di prospettive a livello Europeo, da una visione del problema di coesione come un problema relazionale tra gli stati membri, a una visione che prende in considerazione l'intera popolazione dell'Unione nel suo insieme, dove l'esclusione sociale dovrà essere affrontata ovunque si verifichi. Allo stesso tempo, l'uso del concetto di esclusione sociale, da parte dell'Unione, implica la consapevolezza che ci sono effetti negativi e svantaggi per particolari gruppi, causati dalle dinamiche del raggiungimento di una sempre più stretta unione.

Così, il programma d'azione per combattere l'esclusione sociale e per promuovere la solidarietà sociale, è un riconoscimento esplicito delle responsabilità politiche dell'Unione nell'affrontare questi problemi. Tuttavia, poiché l'esclusione sociale è collegata al decadimento delle aree urbane, l'attuazione del programma di azione è stata chiaramente individuata come soggetta ai principi di sussidiarietà e di proporzionalità e in seguito devoluta agli Stati membri, ed è questa devoluzione che ha portato alla diversità terminologica radicata nei diversi contesti nazionali.

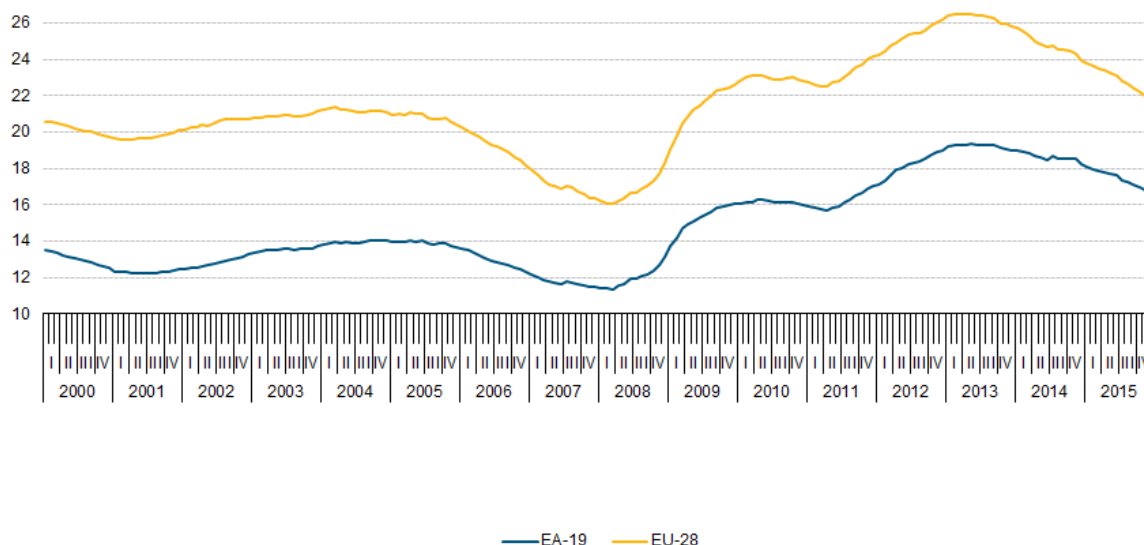
Disoccupazione, dati Eurostat

L'Eurostat stima che nel dicembre 2015 circa 21.944 milioni di uomini e donne dell'Unione Europea erano disoccupate. Il tasso di disoccupazione UE-28 era 9.0% a dicembre 2015. Tra gli stati membri, il più basso tasso di disoccupazione a dicembre 2015 è stato registrato in Repubblica Ceca e Germania (entrambi 4.5%), così come a Malta e nel Regno Unito (entrambe 5.1%; per il Regno Unito, i dati fanno riferimento ad ottobre). Il tasso più alto è stato osservato in Grecia (24.5% a ottobre 2015) e Spagna (20.8%). A dicembre 2015, 4.454 milioni di giovani (under 25) erano disoccupati in UE-28, di cui 3.075 milioni in area euro, il tasso di disoccupazione giovanile era 19.7% in UE-28 e 22% nell'area euro. Nel dicembre 2015, i tassi più bassi sono stati osservati in Germania (7.0%), Danimarca (10.3%), e Repubblica Ceca (10.9%), e i più alti in Grecia (48.6% a ottobre 2015), Spagna (46.0%), Croazia (44.1%) e Italia (37.9%).

Variazioni del numero dei disoccupati (rispetto ai mesi precedenti, in migliaia) Gennaio 2006 - Dicembre 2015



Persone disoccupate, in milioni, UE e Area Euro-19 Gennaio 2000 – Dicembre 2015 (%)



Andamento della disoccupazione

All'inizio del 2000, più di 20 milioni di persone erano disoccupate nell'UE-28, corrispondenti al 9,2% della forza lavoro totale. L'andamento della disoccupazione in quel momento era tendente verso il basso. Nel secondo trimestre del 2001, il numero di disoccupati è sceso a 19,6 milioni e il tasso di disoccupazione all'8,7%. Seguì un lungo periodo di aumento della disoccupazione. Alla fine del 2004 il numero di persone che cercavano lavoro raggiunse i 21,1 milioni, mentre il tasso di disoccupazione era del 9,2%.

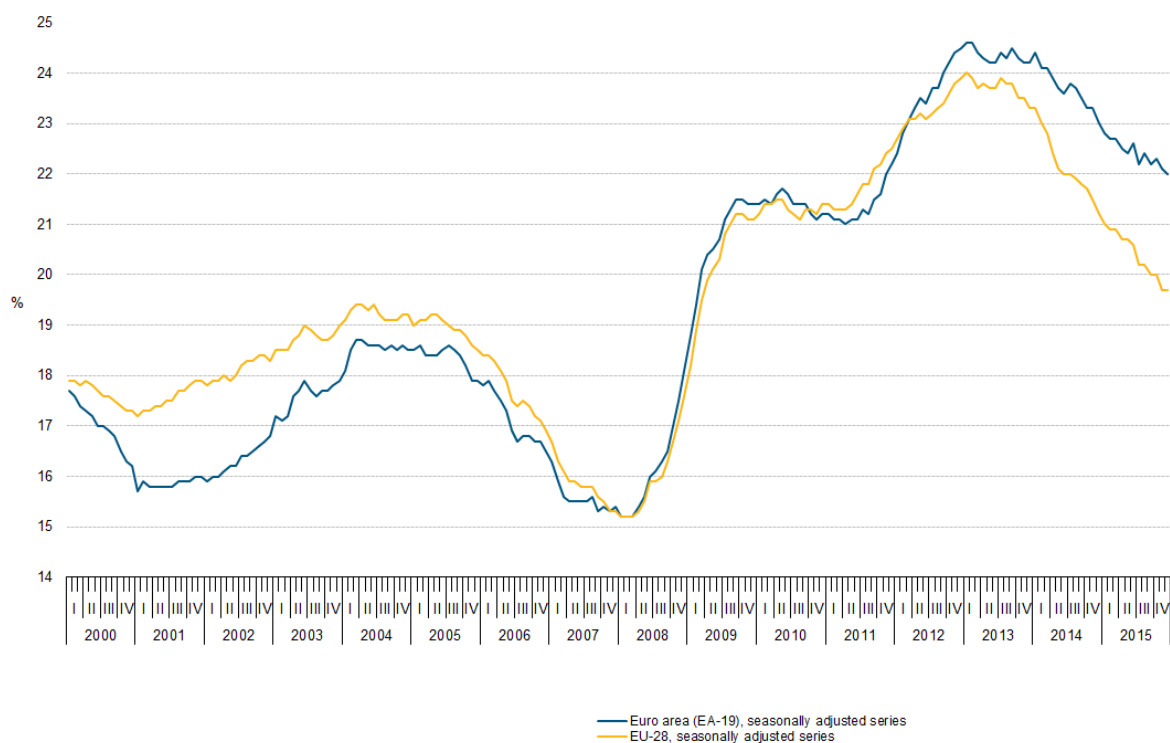
All'inizio del 2005 è cominciato un periodo di costante diminuzione della disoccupazione, durato fino al primo trimestre del 2008. In quel periodo, la disoccupazione UE-28 ha raggiunto il punto più basso di 6,1 milioni persone (equivalente a un tasso del 6,8%) prima di salire bruscamente a seguito della crisi economica. Tra il secondo trimestre del 2008 e la metà del 2010 il livello di disoccupazione è salito di oltre 6,6 milioni, portando il tasso al 9,7%, il valore più alto registrato dall'inizio del 2000. Il declino della disoccupazione nei seguenti tre trimestri era un segno ingannevole della fine della crisi e di un miglioramento delle condizioni del mercato del lavoro nell'UE-28. Infatti, dal secondo trimestre 2011 e fino al primo trimestre del 2013 la disoccupazione è aumentata costantemente e marcatamente fino al livello record di 26,4 milioni, corrispondente a un tasso record del 10,9%. Da allora il tasso ha iniziato a diminuire, raggiungendo il 9,9% alla fine del 2014. Il tasso di disoccupazione nell'area dell'euro (AE-18) ha seguito all'incirca lo stesso andamento dell'UE-28. Tuttavia, tra il 2000 e l'inizio del 2004 il tasso di disoccupazione nell'area dell'euro era inferiore a quello registrato nell'UE-28. Questo modello è stato invertito successivamente perché, tra il 2005 e all'inizio del 2008, la disoccupazione è diminuita più rapidamente tra gli stati membri che non hanno ancora adottato l'euro. Come nell'UE-28, durante crisi economica, la disoccupazione è aumentata ad un ritmo notevole, ad eccezione del periodo tra la metà del 2010 e la metà del 2011, dove è temporaneamente calata. Il livello di disoccupazione ha raggiunto i 19,2 milioni nel secondo trimestre del 2013, prima di scendere nella seconda parte del 2013 e nel corso del 2014.

Andamento della disoccupazione giovanile

I tassi di disoccupazione giovanile sono generalmente molto più alti, anche del doppio o più del doppio, dei tassi di disoccupazione riferiti a tutte le fasce di età. Per quanto riguarda il tasso per la popolazione totale, il tasso di disoccupazione nell'UE-28 ha registrato un brusco calo tra il 2005 e il 2007, raggiungendo il valore minimo (15,2%) nel primo trimestre 2008. La crisi economica, tuttavia, ha colpito gravemente i giovani. Dal secondo trimestre del 2008, il tasso di disoccupazione giovanile ha preso una tendenza al rialzo, con un picco del 23,8% nel primo trimestre 2013, prima di retrocedere al 21,4% alla fine del 2014. Il tasso di disoccupazione giovanile UE-28 era sistematicamente superiore di quello nell'area euro tra il 2000 e la metà del 2007. Da allora e fino al terzo trimestre del 2010 i due tassi sono stati molto vicini. In seguito l'indicatore si è spostato più nettamente nell' EA-18 che nell'UE-28, prima diminuendo verso la metà del 2011, poi aumentando alla fine del 2012. A metà del 2012 il tasso di disoccupazione giovanile zona euro ha superato il tasso UE-28, e il divario è aumentato fino alla fine dell'anno. Il divario è diventato ancora più grande nella seconda parte del 2013 e nel 2014, quando il tasso per la zona euro è sceso al di sotto del tasso per l'UE-28.

L'alta disoccupazione giovanile riflette le difficoltà incontrate dai giovani a trovare lavoro. Tuttavia, questo non significa necessariamente che il gruppo di disoccupati di età compresa tra i 15 e i 24 sia grande, dal momento che molti giovani stanno studiando a tempo pieno e pertanto non lavorano e non sono alla ricerca di un lavoro (quindi non fanno parte della forza lavoro che viene utilizzata come denominatore per il calcolo del tasso di disoccupazione). Per questo motivo, i tassi di disoccupazione giovanile sono calcolati secondo un concetto un po' diverso: il rapporto di disoccupazione calcola la quota di disoccupati per tutta la popolazione. I dati mostrano che i tassi di disoccupazione giovanile nell'Unione europea sono molto inferiori ai tassi di disoccupazione giovanile; ma sono aumentati dal 2008 a causa degli effetti della crisi sul mercato del lavoro.

Tassi di disoccupazione giovanile, EU-28 e AE-19
Gennaio 2000 – Dicembre 2015 (%)



Dati di disoccupazione giovanile, 2012-2014 Q4 (%)

	Youth unemployment rate				Youth unemployment ratio		
	2012	2013	2014	2014Q4*	2012	2013	2014
EU-28	23.3	23.7	22.2	21.4	9.8	9.9	9.1
Euro area	23.5	24.4	23.8	23.2	9.6	9.8	9.4
Belgium	19.8	23.7	23.2	22.4	6.2	7.3	7.0
Bulgaria	28.1	28.4	23.8	23.0	8.5	8.4	6.5
Czech Republic	19.5	18.9	15.9	14.5	6.1	6.0	5.1
Denmark	14.1	13.0	12.6	11.2	9.1	8.1	7.8
Germany	8.0	7.8	7.7	7.4	4.1	4.0	3.9
Estonia	20.9	18.7	15.0	14.4	8.5	7.4	5.9
Ireland	30.4	26.8	23.9	21.9	12.3	10.6	8.9
Greece	55.3	58.3	52.4	51.1	16.1	16.5	14.7
Spain	52.9	55.5	53.2	51.7	20.6	21.0	19.0
France	24.4	24.8	24.1	24.6	8.9	8.9	8.5
Croatia	42.1	50.0	45.5	46.3	12.7	14.9	15.3
Italy	35.3	40.0	42.7	42.0	10.1	10.9	11.6
Cyprus	27.7	38.9	35.9	33.9	10.8	14.9	14.5
Latvia	28.5	23.2	19.6	18.2	11.5	9.1	7.9
Lithuania	26.7	21.9	19.3	18.5	7.8	6.9	6.6
Luxembourg	18.0	16.9	21.2	23.5	5.0	4.0	6.0
Hungary	28.2	26.6	20.4	18.9	7.2	7.3	6.0
Malta	14.1	13.0	11.8	11.1	7.2	6.9	6.2
Netherlands	11.7	13.2	12.7	11.9	6.6	7.7	7.1
Austria	9.4	9.7	10.3	10.2	5.6	5.7	6.0
Poland	26.5	27.3	23.9	22.0	8.9	9.1	8.1
Portugal	38.0	38.1	34.7	33.3	14.1	13.3	11.9
Romania	22.6	23.7	24.0	23.6	6.9	7.1	7.1
Slovenia	20.6	21.6	20.2	19.1	7.1	7.3	6.8
Slovakia	34.0	33.7	29.7	26.9	10.4	10.4	9.2
Finland	19.0	19.9	20.5	21.1	9.8	10.3	10.7
Sweden	23.7	23.6	22.9	22.4	12.4	12.8	12.7
United Kingdom	21.2	20.7	16.9	16.1	12.4	12.1	9.8
Iceland	13.6	10.7	10.0	9.7	10.2	8.3	7.5
Norway	8.6	9.1	7.9	7.8	4.8	5.2	4.3
Switzerland	-	-	-	-	5.7	5.8	5.8
Turkey	15.8	17.1	18.0	19.2	5.9	6.6	7.3
United States	16.2	15.5	13.4	12.6	-	-	-
Japan	8.1	6.8	6.3	-	-	-	-

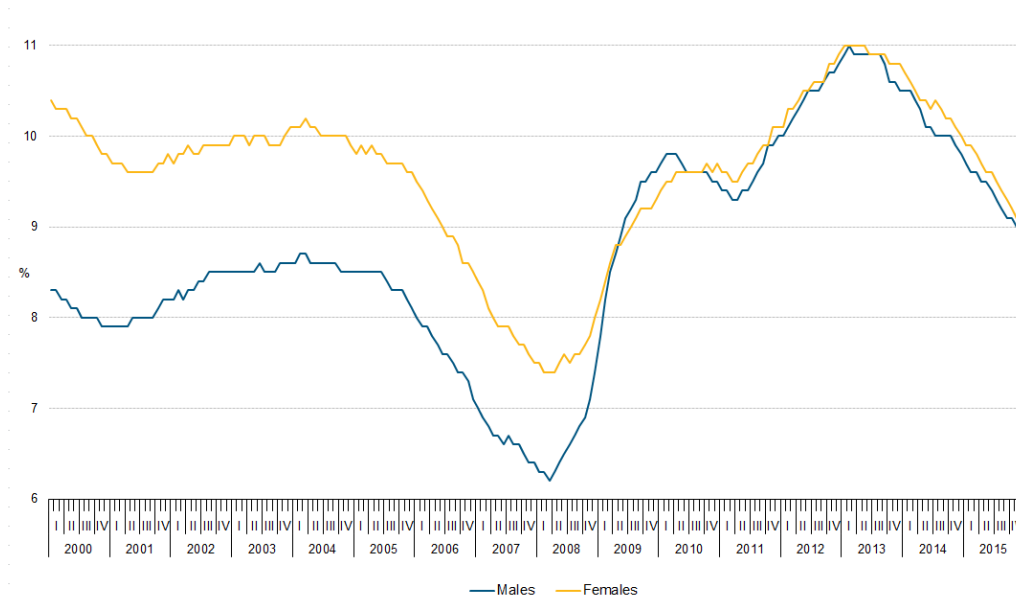
- data not available

* The quarterly youth unemployment rate is seasonally adjusted.

Andamento della disoccupazione femminile e maschile

Storicamente, le donne sono sempre state più colpite dalla disoccupazione rispetto agli uomini. Nel 2000, il tasso di disoccupazione delle donne nell'UE-28 era di circa 10%, mentre il tasso per gli uomini era inferiore all'8%. Entro la fine del 2002, questo divario si è ristretto a circa 1,5 punti percentuali e tra il 2002 e metà del 2007 questo intervallo è rimasto più o meno costante. Dal primo trimestre del 2008, al loro livello più basso, rispettivamente 6,3% e 7,4%, i tassi di disoccupazione maschile e femminile nell'UE-28 convergevano, ed entro il secondo trimestre del 2009 il tasso di disoccupazione maschile era superiore a quello femminile. Il declino del tasso di disoccupazione maschile nel corso del 2010 e della prima metà del 2011 e la corrispondente stabilità del tasso femminile nello stesso periodo ha portato ancora una volta il tasso maschile al di sotto di quello femminile. Da allora i due tassi sono aumentati allo stesso ritmo fino a metà del 2013, quando hanno raggiunto il loro più alto valore, entrambi al 10,9%. Nella seconda metà del 2013, così come nel corso del 2014, sia il tasso maschile che quello femminile sono diminuiti, raggiungendo rispettivamente il 9,8% e il 10,1% alla fine del 2014.

Tassi di disoccupazione maschili e femminili, UE Gennaio 2000 – Dicembre 2015 (%)



Uno sguardo dettagliato al 2014

Il tasso di disoccupazione generale nell'UE-28 ha raggiunto il 10,2% nel 2014, diminuendo di 0,7 punti percentuali rispetto al 2013. A questo segue un aumento di 0,4 punti percentuali tra il 2012 e il 2013. Negli Stati Uniti il tasso di disoccupazione è sceso per il quarto anno di fila, dal 7,4% nel 2013 al 6,2% nel 2014.

Il tasso di disoccupazione è aumentato in 6 Stati membri tra il 2013 e 2014, ed è sceso in 19 stati, restando stabile in Francia, Croazia e Lussemburgo. Aumenti del tasso di disoccupazione annuale medio tra il 2013 e 2014 sono stati registrati in Italia (+ 0,6 punti), Finlandia (+ 0,5 punti), Cipro e Austria (entrambi + 0,2 punti) così come in Belgio e in Olanda (entrambi + 0,1 punti). Le diminuzioni più alte sono state segnalate in Ungheria (-2,5 punti), Portogallo (-2,3 punti), Irlanda (-1,8 punti), Spagna e Bulgaria (entrambe -1,6 punti) e nel Regno Unito (-1,5 punti). Con il 26,5%, la Grecia era il paese con il più alto tasso di disoccupazione complessivo nel 2014. La dispersione della disoccupazione in tutta l'UE-28 è rimasta all'incirca allo stesso livello del 2013. La disoccupazione di lungo periodo è una delle principali preoccupazioni dei responsabili politici. Oltre agli effetti finanziari e sociali sulla vita personale, la disoccupazione di lungo periodo influisce negativamente sulla coesione sociale e, in definitiva, può ostacolare la crescita economica. In totale, il 5,1% della forza lavoro nell'UE-28 nel 2014 era disoccupata da più di un anno; più della metà di questa, il 3,1% della forza lavoro, era disoccupata da più di due anni. Rispetto al 2013, si osserva una diminuzione della disoccupazione di lungo periodo (dal 5,2%) mentre si registra un sensibile incremento (dal 2,9%) dei disoccupati da due o più anni.

Per la prima volta nelle statistiche sulla disoccupazione UE-28 (dal 2000), nel 2009 il tasso di disoccupazione femminile era inferiore a quello maschile, rimanendo costante nel 2010. Nel 2011, questo effetto viene nuovamente invertito, con tassi di disoccupazione femminile al 9,7% contro il 9,6% per i maschi. Il divario è rimasto immutato fino al 2013, quando i due tassi nell'UE-28 raggiunsero il 10,8% per gli uomini e del 10,9% per le donne. Nell'area dell'euro il tasso di disoccupazione femminile è sempre stato più alto di quello maschile. Nel 2014 i tassi sono schizzati all'11,5% per gli uomini e all'11,8% per le donne. Nel 2014 i tassi di disoccupazione maschile erano superiori a quelli femminili in 15 dei 28 Stati membri. Il divario tra i tassi di

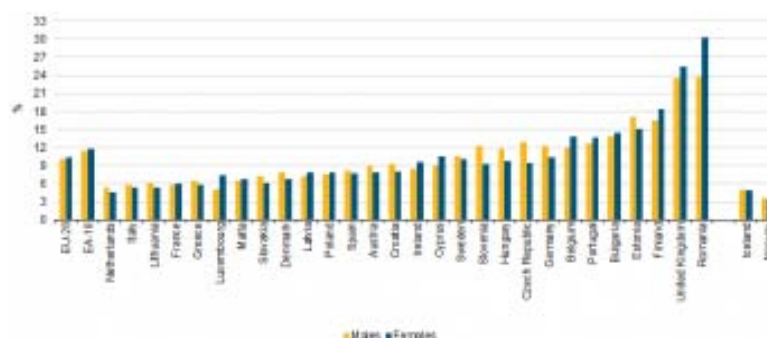
disoccupazione maschile e femminile varia da -6,5 punti percentuali in Grecia a +3,5 punti percentuali in Irlanda. Nel 2014 il tasso di disoccupazione nell'UE-28 era più del doppio del tasso di disoccupazione complessivo (al 22,2%), più di uno su cinque giovani della forza lavoro non era autonomo, ma in cerca di lavoro. Nell'area dell'euro, il tasso di disoccupazione era ancora più alto al 23,8%. Il tasso di disoccupazione giovanile era superiore al tasso di quelli di età compresa tra 25 e 74 anni, in tutti gli Stati membri. In Spagna (53,2%), Grecia (52,4%), Croazia (45,5%), Italia (42,7%), Cipro (35,9%) e Portogallo (34,7%) i tassi di disoccupazione giovanile erano particolarmente alti. La Germania (7,7%) era l'unico Stato membro con un tasso di disoccupazione inferiore al 10%.

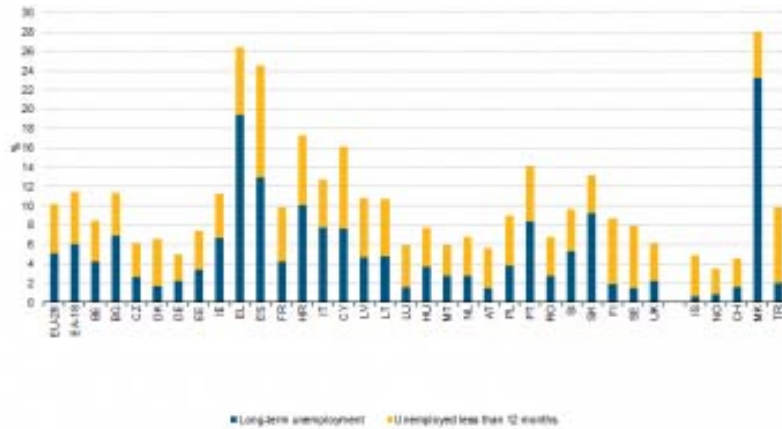
Tasso di disoccupazione 2003-2014 (%)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
EU-28	9.2	9.3	9.0	8.2	7.2	7.0	9.0	8.6	9.7	10.5	10.9	10.2
Euro area	8.9	9.1	9.0	8.4	7.5	7.6	9.5	10.0	10.1	11.3	12.0	11.6
Belgium	8.2	8.4	8.5	8.3	7.5	7.0	7.9	8.3	7.2	7.6	8.4	8.5
Bulgaria	13.7	12.1	10.1	9.0	6.9	5.6	6.8	10.3	11.3	12.3	13.0	11.4
Czech Republic	7.8	8.3	7.9	7.1	5.3	4.4	6.7	7.3	6.7	7.0	7.0	6.1
Denmark	5.4	5.5	4.8	3.9	3.8	3.4	6.0	7.5	7.6	7.5	7.0	6.6
Germany	9.7	10.4	11.2	10.1	8.5	7.4	7.6	7.0	5.8	5.4	5.2	5.0
Estonia	10.3	10.1	8.0	5.9	4.6	5.5	13.5	16.7	12.3	10.0	8.6	7.4
Ireland	4.6	4.5	4.4	4.5	4.7	6.4	12.0	13.9	14.7	14.7	13.1	11.3
Greece	9.7	10.6	10.0	9.0	8.4	7.8	9.6	12.7	17.9	24.5	27.5	26.5
Spain	11.5	11.0	9.2	8.5	8.2	11.3	17.9	19.9	21.4	24.8	26.1	24.5
France	8.6	8.9	8.9	8.8	8.0	7.4	9.1	9.3	9.2	9.8	10.3	10.3
Croatia	14.2	13.9	13.0	11.6	9.9	8.6	9.2	11.7	13.7	16.0	17.3	17.3
Italy	8.4	8.0	7.7	6.8	6.1	6.7	7.7	8.4	8.4	10.7	12.1	12.7
Cyprus	4.1	4.6	5.3	4.6	3.9	3.7	5.4	6.3	7.9	11.9	15.9	16.1
Latvia	11.6	11.7	10.0	7.0	6.1	7.7	17.5	19.5	16.2	15.0	11.9	10.8
Lithuania	12.4	10.9	8.3	5.8	4.3	5.8	13.8	17.8	15.4	13.4	11.8	10.7
Luxembourg	3.8	5.0	4.6	4.6	4.2	4.9	5.1	4.6	4.8	5.1	5.9	5.9
Hungary	5.8	6.1	7.2	7.5	7.4	7.8	10.0	11.2	11.0	11.0	10.2	7.7
Malta	7.7	7.2	6.9	6.8	6.5	6.0	6.9	6.9	6.4	6.3	6.4	5.9
Netherlands	4.8	5.7	5.9	5.0	4.2	3.7	4.4	5.0	5.0	5.8	7.3	7.4
Austria	4.8	5.5	5.6	5.3	4.9	4.1	5.3	4.8	4.6	4.9	5.4	5.6
Poland	19.8	19.1	17.9	13.9	9.6	7.1	8.1	9.7	9.7	10.1	10.3	9.0
Portugal	7.4	7.8	8.8	8.9	9.1	8.8	10.7	12.0	12.9	15.8	16.4	14.1
Romania	7.7	8.0	7.1	7.2	6.4	5.6	6.5	7.0	7.2	6.8	7.1	6.8
Slovenia	6.7	6.3	6.5	6.0	4.9	4.4	5.9	7.3	8.2	8.9	10.1	9.7
Slovakia	17.7	18.4	16.4	13.5	11.2	9.6	12.1	14.5	13.7	14.0	14.2	13.2
Finland	9.0	8.8	8.4	7.7	6.9	6.4	8.2	8.4	7.8	7.7	8.2	8.7
Sweden	6.6	7.4	7.7	7.1	6.1	6.2	8.3	8.6	7.8	8.0	8.0	7.9
United Kingdom	5.0	4.7	4.8	5.4	5.3	5.6	7.6	7.8	8.1	7.9	7.6	6.1
Iceland	3.3	3.1	2.6	2.9	2.3	3.0	7.2	7.6	7.1	6.0	5.4	5.0
Norway	4.2	4.3	4.5	3.4	2.5	2.5	3.2	3.6	3.3	3.2	3.5	3.5
Turkey	6.0	5.5	5.1	4.6	4.6	5.8	9.3	9.6	8.9	8.1	7.4	6.2
Japan	5.3	4.7	4.4	4.1	3.8	4.0	5.1	5.0	4.6	4.3	4.0	3.6

Data not available

Tassi di disoccupazione maschili e femminili (%)

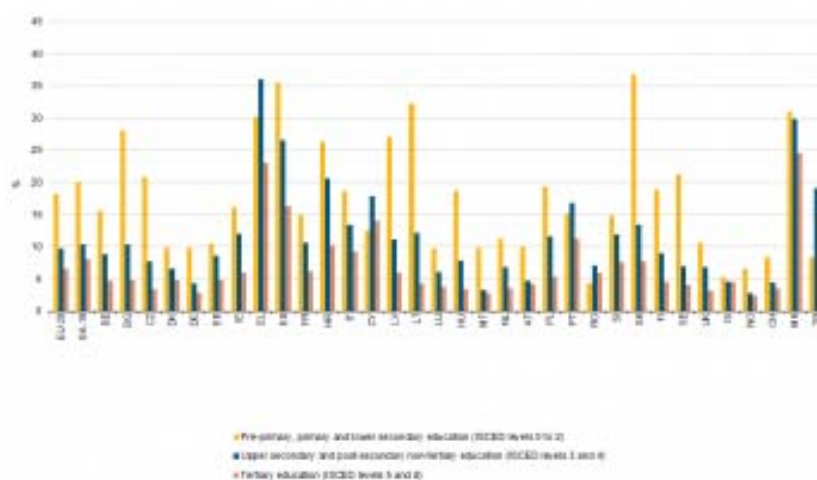


Tasso di disoccupazione a lungo termine, 2014 (%)**Tassi di disoccupazione per età e sesso, 2007-2014 (%)**

	Male		Female		< 25 years	
	2007	2014	2007	2014	2014	2014
EU-28	6.8	10.1	7.9	10.3	22.2	9.0
Euro area	6.7	11.5	8.6	11.8	23.8	10.4
Belgium	6.7	9.0	8.5	7.9	23.2	7.3
Bulgaria	6.5	12.3	7.4	10.4	23.8	10.7
Czech Republic	4.2	5.1	6.7	7.4	15.9	5.4
Denmark	3.4	6.4	4.2	6.8	12.6	5.5
Germany	8.4	5.3	8.7	4.6	7.7	4.7
Estonia	5.4	7.9	3.8	6.8	15.0	6.7
Ireland	5.0	12.9	4.3	9.4	23.9	10.0
Greece	5.3	23.7	12.9	30.2	52.4	24.8
Spain	6.4	23.8	10.7	25.4	53.2	22.3
France	7.8	10.5	8.5	10.1	24.1	8.6
Croatia	8.8	16.5	11.4	18.3	45.5	14.6
Italy	4.9	11.9	7.8	13.8	42.7	10.6
Cyprus	3.4	17.1	4.6	15.1	35.9	14.0
Latvia	6.5	11.8	5.6	9.8	19.6	10.0
Lithuania	4.2	12.2	4.3	9.2	19.3	9.9
Luxembourg	3.4	5.9	5.1	8.0	21.2	5.0
Hungary	7.1	7.8	7.7	7.9	20.4	6.7
Malta	5.8	6.2	7.9	5.4	11.8	4.8
Netherlands	3.3	7.2	5.2	7.8	12.7	6.5
Austria	4.5	5.9	5.3	5.4	10.3	4.9
Poland	9.0	8.5	10.3	9.6	23.9	7.7
Portugal	8.7	13.8	9.6	14.5	34.7	12.5
Romania	7.2	7.3	5.2	6.1	24.0	5.5
Slovenia	4.0	9.0	5.9	10.6	20.2	6.9
Slovakia	10.0	12.8	12.8	13.6	29.7	11.8
Finland	6.5	9.3	7.2	8.0	20.5	7.0
Sweden	5.9	8.2	6.5	7.7	22.9	5.7
United Kingdom	5.5	6.4	5.0	5.8	16.9	4.4
Iceland	2.3	5.1	2.3	4.9	10.0	3.9
Norway	2.8	3.7	2.5	3.3	7.9	2.6
Turkey	-	-	-	-	18.0	8.3
United States	4.7	6.3	4.5	6.1	13.4	5.0
Japan	3.9	3.8	3.7	3.4	6.3	3.3

Tassi di disoccupazione, UE-28, 2005-2014 (%)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Male	8.4	7.6	6.6	6.6	9.0	9.7	9.6	10.4	10.8	10.1
Female	9.8	9.0	7.9	7.5	8.9	9.6	9.8	10.5	10.9	10.3
Less than 25 years	19.0	17.7	15.9	15.9	20.3	21.4	21.7	23.3	23.7	22.2
Between 25 and 74 years	7.7	7.0	6.1	5.9	7.6	8.3	8.3	9.1	9.5	9.0
Long-term unemployment rate	4.1	3.7	3.1	2.6	3.0	3.9	4.2	4.7	5.2	5.1
Male	3.8	3.5	2.9	2.4	2.9	3.9	4.2	4.7	5.2	5.1
Female	4.5	4.1	3.4	2.8	3.1	3.8	4.1	4.7	5.1	5.1
Very long-term unemployment rate	2.4	2.2	1.9	1.5	1.6	1.8	2.2	2.6	2.9	3.1

**Tassi di disoccupazione (persone tra i 25 e i 64 anni)
in base al livello di istruzione, 2014 (%)**

I titoli di studio sono ancora la migliore assicurazione contro la disoccupazione, che chiaramente aumenta con il diminuire del livello di istruzione raggiunto. Il tasso medio di disoccupazione nell'UE-28 per persone di età compresa tra 25 e 64 anni che hanno conseguito al massimo un'istruzione secondaria inferiore era del 18,2%, molto superiore al tasso di disoccupazione di chi ha ottenuto una qualifica di istruzione terziaria (6,6%).

Descrizione e analisi dei gruppi target del progetto

Dal momento che si lavora con adulti a rischio di esclusione sociale, tutte le attività devono essere personalizzate secondo le esigenze del gruppo target. La maggior parte delle attività potrebbe non adattarsi completamente al profilo dei partecipanti. Prima di svolgere ciascuna attività, bisogna analizzare le esigenze specifiche del gruppo.

Nel progetto Up-skilling abbiamo 5 gruppi di adulti che soffrono o sono a rischio di esclusione sociale. Durante lo studio abbiamo notato che alcuni dei loro problemi sono comuni ad ogni gruppo, ad esempio: la mancanza di fiducia negli altri, la scarsa autostima e la mancanza di competenze linguistiche. Qui di seguito, analizzeremo le esigenze di tutti i gruppi:

Immigrati

Non c'è nessuna differenza significativa tra le situazioni degli immigrati nei diversi paesi europei. I problemi avvertiti sono molto simili. La portata e il livello delle difficoltà percepite dipende dalle precedenti esperienze nei mercati di lavoro nazionali e internazionali. Gli immigrati hanno un enorme bisogno di formazione. Sono convinti che un'adeguata formazione li aiuterà a migliorare il loro livello di occupazione, modificando la loro posizione sul mercato del lavoro. Le esigenze di formazione degli immigrati sono simili in tutti i paesi. Le più importanti aree di formazione identificate sono: formazione professionale (formazione sul lavoro); formazione di abilità personali, nella presentazione, comunicazione, ricerca di lavoro; formazione sui sistemi del mercato del lavoro e sui regolamenti (evoluzioni nel mercato del lavoro, strutture nazionali di sostegno, sulle leggi del mercato del lavoro, sull'avvio di un'impresa (fondi per gli immigrati per avviare un'impresa).

Tra gli immigrati c'è un gruppo decisamente interessato a seguire corsi di formazione indipendentemente dalla materia di studio. Rappresentano il primo segmento al quale può mirare la formazione. La caratteristica fondamentale del gruppo è la seguente: sono meno soddisfatti rispetto alla media del lavoro che svolgono, e spesso credono che il loro lavoro non corrisponda al loro livello di istruzione. Incontrano pertanto, più spesso rispetto alla media, difficoltà nell'inserirsi nel mercato del lavoro. Hanno una conoscenza inferiore rispetto alla media, su dove trovare informazioni sui corsi di formazione. Sembra che questo gruppo abbia più bisogno di informazioni ben mirate. Il completamento della loro formazione potrebbe aumentare la possibilità di ottenere posti di lavoro più soddisfacenti e più appropriati al loro livello di istruzione. C'è anche un gruppo formato da persone che non hanno un lavoro. Sorprendentemente, in questo gruppo non si osserva una percezione molto più forte dei problemi relativi al mercato del lavoro. In più, in questo gruppo, non si osserva una così forte volontà di formazione. D'altro canto però, il desiderio di partecipare a corsi di formazione non è inferiore alla media. Un'azione mirata all'importanza della formazione stessa, è la strategia da utilizzare con questo gruppo. Il messaggio fondamentale da condividere è la possibilità di ottenere un buon lavoro dopo aver completato la formazione.

Questi bisogni di formazione sono simili a quelle espressi da altri giovani che entrano nel mercato del lavoro. Tuttavia, essi devono essere visti in modo diverso. Dovrebbero essere progettati per superare le difficoltà, la mancanza di conoscenza sociale, economica e giuridica di chi vive in un paese straniero. Riassumendo i bisogni di chi intende partecipare a corsi di formazione, si deve precisare che gli immigrati in genere vogliono

fortemente essere inclusi in differenti tipi di corsi. Ovviamente ognuno ha la sua preferenza, ma la sola idea in sé di partecipare a un corso che possa migliorare la loro formazione, è molto importante per loro.

La conclusione generale su questo gruppo è che la disoccupazione non sembra essere una motivazione abbastanza forte per prendere parte a corsi di formazione. In altre parole, non avere un lavoro non è un argomento sufficiente per intraprendere corsi di formazione. Devono essere presi in considerazione numerose altre ragioni. Questo resta, tuttavia, un segmento importante per la formazione. È molto interessante notare inoltre che le esigenze formative degli immigrati, così come la percezione degli ostacoli, sembrano simili e non dipendono dalla loro nazionalità e dal paese in cui sono ospitati, questo permette di utilizzare programmi di formazione simili per tutti gli immigrati in tutti i paesi coinvolti nel progetto. Il punto comune è che tutti gli intervistati potenzialmente interessati a partecipare a un corso di formazione hanno meno conoscenze su dove trovare informazioni per partecipare ai suddetti corsi. Di conseguenza, si dovrebbero determinare quali canali sono efficaci per raggiungere gli immigrati. Il nostro studio dimostra anche che c'è una parte considerevole di immigrati che potrebbero essere interessati a corsi di formazione all'imprenditoria e/o come avviare la propria impresa.

Adulti (over 30) con scarse qualifiche, disoccupati di lungo periodo

Sulla base dei dati del progetto "50+ mature, need, competent" (50+ mature, bisogno, competenti) in cui l'associazione WIOSNA ha agito come capofila, emergono i seguenti problemi che caratterizzano chi fa parte di questo gruppo. Le persone oltre i 50 anni che perdono il lavoro sono caratterizzate da, tra le altre cose, infelicità, solitudine, perdita di sicurezza, indecisione e mancanza di pazienza in situazioni difficili, perdita della propria individualità e dei propri valori (spesso di pari passo con depressione), dal conflitto tra le proprie aspettative e la realtà e da un'opinione negativa di sé. D'altra parte, quelli che restano disoccupati per molto tempo hanno un'alta opinione delle proprie qualifiche e difficoltà nella valutazione obiettiva, scarsa possibilità di dominare il loro comportamento da proattivo a reattivo, sono caratterizzati da un basso livello di motivazione e da scarsa attività nella ricerca di un impiego, e rischiano di provare avversione e paura per i cambiamenti della vita. Le persone con più di 50 anni, come appare dall'esperienza dei formatori e consulenti, hanno spesso un atteggiamento diffidente verso qualsiasi tipo di supporto. Infine, un altro problema è lo stereotipo esistente, molte volte anche autostereotipo di non funzionare all'interno del gruppo. Dichiarazioni molto comuni dai rappresentanti di questo gruppo sono: "io non sono adatto per questo lavoro-hanno richieste troppo alte", "non è per me", "sono troppo vecchio - qui ci sono un sacco di giovani che possono farlo".

Basandoci sull'esperienza raggiunta lavorando ad altri progetti, abbiamo diagnosticato le seguenti difficoltà:

- **Formative:** un basso livello di competenze associato con un altrettanto basso livello di istruzione (l'istruzione è quella elementare o inferiore); le esperienze e qualifiche (anche se superiori) sono solitamente obsolete o inadeguate per le esigenze del mercato del lavoro.
- **Economiche:** la difficoltà di trovare un lavoro (da un lungo periodo di tempo) va di pari passo alle difficoltà finanziarie.
- **Psicologiche:** le persone con più di 50 anni hanno una scarsa motivazione nel partecipare alle attività, bassa autostima e una mancanza di attitudini proattive.
- **Relative alla salute:** Le persone con più di 50 anni hanno relativamente più bisogno di cure mediche dei giovani, per di più, la salute rappresenta un limite per alcuni tipi di lavoro (ad esempio lavori come muratore).

- **Sociali:** Oltre ai problemi già menzionati legati agli stereotipi presenti nella società, che vedono le persone oltre i 50 anni come lavoratori già pienamente qualificati, c'è il problema di uno scarso livello di competenze sociali, essenziali sul posto di lavoro o infine la scarsa mobilità di questo gruppo.

Bisogni e aspettative degli over 50

Attraverso la nostra ricerca ed esperienza possiamo indicare alcune delle esigenze e delle aspettative di queste persone. La prima è quella di acquisire esperienze e migliorare le competenze professionali attraverso la formazione. Sarà difficile riattivare persone over 50 senza di essa. Un'altra è la necessità di azioni complementari volte a migliorare le qualifiche e le abilità sociali (incontri di gruppo sottoforma di workshop motivazionali), che permettono ai nostri partecipanti di guadagnare confidenza e motivazione all'azione. Un'altra esigenza delle persone che vogliono rientrare nel mercato del lavoro è ricevere un supporto nell'indirizzare la propria carriera ("career counseling"). Infine è consigliabile un trattamento individuale di ciascun partecipante nel reindirizzo al lavoro (counseling individuale, ricerca lavoro e altri interventi su misura ai bisogni di ciascun partecipante). Attraverso queste attività e ad un'assistenza alla ricerca del lavoro che tenga conto delle abilità di ciascuno, un gran numero di over 50 avrà la possibilità di ritornare nel mercato del lavoro e di evitare l'esclusione sociale.

NEET* e giovani adulti (dai 18 ai 30 anni) con scarse qualifiche che sono disoccupati di lungo periodo

La formazione per persone che ***non studiano, non hanno un lavoro o non partecipano a corsi di formazione**, è particolarmente adatta in un contesto in cui le classi sociali più disagiate mancano di impulsi, motivazione e ambizione. In parte queste condizioni sono dovute alla povertà e alla mancanza di opportunità. Il termine NEET è usato per descrivere persone giovani che non sono coinvolte in nessuna forma di impiego, di studio o di formazione. Il termine è emerso nei dibattiti politici negli ultimi anni, a causa dello sproporzionato impatto della recessione sui giovani (al di sotto dei 30 anni). Il tasso di disoccupazione per le persone under 30 è circa il doppio del tasso di disoccupazione medio. Nel 2011 in tutta Europa, circa 14 milioni di giovani al di sotto dei 30 anni erano disoccupati, non studiavano e non partecipavano ad alcun corso di formazione. Comunque, i tassi variano ampiamente, da circa 5.5% in Olanda, a 22.7% in Italia.

Poiché i bisogni delle persone cosiddette neet e dei giovani adulti sono molto simili, abbiamo deciso di unire i due gruppi e di illustrare la loro situazione. All'interno di questa categoria di persone ci sono due gruppi che si trovano in una situazione particolare rispetto al mercato del lavoro (i disoccupati di lunga data e le persone disabili).

Diplomati agli istituti professionali che non continuano la propria formazione

In questo caso la disoccupazione e l'inattività colpiscono una grossa percentuale di diplomati. Per lo più i NEET sono persone che hanno avuto un'istruzione superiore o professionale, cioè hanno frequentato scuole superiori di avviamento al lavoro. Tra questi, la maggior parte è rappresentata dalle persone che hanno scelto di lavorare dopo le scuole superiori, questo indica che i giovani che orientano in maniera troppo selettiva i propri piani, in caso di fallimento spesso finiscono nella categoria dei NEET. Tra i diplomati alle scuole professionali, nella categoria dei NEET molto spesso troviamo: donne, persone che provengono da scuole professionali o post secondarie, persone che hanno completato la propria formazione nel turismo o in servizi di catering, nell'ambiente agrario, persone provenienti da aree rurali, persone che non hanno superato gli esami e che vivono in piccole e medie città e villaggi, o persone i cui genitori hanno un'istruzione primaria.

Tra queste persone, che possono essere classificate come inattive, la causa comune di non sforzarsi per cercare un lavoro è data da fattori che non sono connessi direttamente alla situazione del mercato del lavoro, ma anche a problemi che riguardano la cura dei figli, della casa o la gravidanza.

Laureati, economicamente inattivi che continuano la formazione o lo studio

Questo gruppo include un terzo di tutti i laureati. Secondo i dati relativi a dicembre 2014, in Polonia il tasso di disoccupazione relativo a questo gruppo era del 22.6%, cioè circa il triplo del tasso di disoccupazione totale in Polonia (8.0) e in UE (21.4). I laureati che cercano lavoro non hanno un vantaggio significativo rispetto a quelli con un'istruzione secondaria.

Inoltre, la modalità di studio e il tipo di scuola non hanno una forte influenza sulla probabilità di impiego. Una specifica categoria di disoccupati con istruzione superiore è rappresentata dalle persone di 27 anni. La loro situazione specifica include, tra le altre cose: molte tensioni mentali, l'attitudine alla rassegnazione e all'alienazione sociale, l'incapacità di gestire o pianificare il tempo, la sensazione di sentirsi inutili, il fenomeno di impotenza appresa, di scarsa concentrazione, attenzione e orientamento nella realtà, e il deterioramento della salute mentale.

Bisogni, aspettative e ostacoli

Vi sono numerosi bisogni, aspettative e ostacoli specifici nella popolazione internamente diversificata di giovani adulti e NEET.

Le **aspettative** sono: sviluppo di competenze linguistiche, esperienze lavorative, migliorare le abilità professionali - un tirocinio valido con obiettivi chiari e principi di cooperazione, dove poter affrontare sfide, imparare, sviluppare e implementare idee ("non fare il caffè"), applicazione e monitoraggio (da parte di un mentore/supervisore sul posto), un feedback sull'inserimento riguardo il lavoro e il tirocinio, lo stesso trattamento degli altri lavoratori, un aiuto in fase di adattamento, un'atmosfera amichevole, tolleranza, cambiare ambiente, integrazione interculturale, nuove opportunità di crescita.

Ostacoli e barriere: la mancanza di esperienze di lavoro (pratica, tirocini), la mancanza di posti di lavoro nella professione, non abbastanza posti di lavoro, spesso bisogna accettare un lavoro al di sotto delle proprie aspettative solo per avere un po' di soldi in più, i datori di lavoro richiedono molta esperienza/corsi specialistici immediatamente dopo la laurea, salari bassi, difficoltà nella ricerca di lavoro, la mancanza di una lingua straniera parlata fluentemente, la mancanza di fiducia nelle proprie capacità.

La debolezza universale dei giovani è la poca, o nulla, esperienza lavorativa non a misura delle esigenze del mercato del lavoro. In questo gruppo ci sono una serie di problemi specifici comuni a tutti i gruppi a cui si rivolge questo progetto. Per quanto riguarda i gruppi di cui sopra, c'è una grande richiesta/aspettativa di programmi di integrazione professionale e sociale da parte dei giovani e dei NEET, con particolare attenzione su attività come:

- Organizzazione di corsi per la formazione continua, adattati in base alle esigenze di un particolare datore di lavoro (formazione in apprendistato sul posto di lavoro).
- Incontri individuali con un counselor professionale che seguirà personalmente i progressi nella ricerca di un lavoro.
- Attivare formazione-aiuto riguardo la documentazione richiesta per l'impiego, formazione psicologica.
- Organizzazione di corsi di formazione per permettere alle parti interessate di familiarizzare con un colloquio e di contattare il datore di lavoro.

- Organizzazione di stage e tirocini, nazionali e internazionali per permettere il cambio di ambiente di lavoro e raggiungere l'esperienza necessaria.

Disabili con scarse qualifiche che sono disoccupati di lungo periodo

Sulla base dell'analisi degli ostacoli, dei problemi delle persone disabili, sulla base di ricerche e colloqui approfonditi con il gruppo beneficiario finale di un precedente progetto della nostra Associazione e sulla base dei resoconti di valutazione e competenza del progetto, le persone di questo gruppo target indicano come esigenze e aspettative principali:

- Sostegno psicologico (per ridurre le ansie), per aumentare l'autostima, eliminare la sensazione di marginalità ed esclusione nelle relazioni sociali
- Un aiuto ad inserirsi nel mercato del lavoro, a sviluppare un piano di azione formativa - un aiuto nella preparazione di documenti di candidatura per un colloquio di lavoro, un aiuto nella ricerca di lavoro
- Esperienze lavorative in tirocini e la possibilità di migliorare le proprie competenze/qualifiche professionali (formazioni professionali, workshop per lo sviluppo delle competenze chiave)
- Formazione informatica (competenze molto scarse in questo campo)
- Informazioni pratiche su questioni legali relative a persone con disabilità.

Sulla base della sopracitata analisi dei bisogni/aspettative, le soluzioni migliori per questo gruppo di interesse sarebbero le seguenti:

- Supporto per stimolare la motivazione, indipendenza e attività dei partecipanti (incluse le consultazioni individuali con il volontario/specialista; formazione di workshop sulla motivazione e sulla consapevolezza di sé)
- Consulenza professionale, supporto psicologico e formazione sulle competenze chiave, training specializzati (nuove abilità/competenze)
- Incontri di gruppo, dal momento che il gruppo è uno spazio dove avviene uno scambio di preoccupazioni, ma anche di ispirazione per agire e cercare soluzioni, per creare nuove idee.

Un aspetto importante quando si tratta di motivazione e autostima delle persone disabili è un fattore di relazione con le altre persone. Spesso i disabili non vengono accettati dal resto della società. Questo è uno dei motivi che porta le persone disabili a perdere la motivazione e a sottostimare il proprio lavoro, le proprie abilità e le proprie competenze. Specialmente in questo gruppo, è importante mostrare come riconoscere i successi personali, come vivere in società, dove trovare aiuto e come reagire nelle situazioni di difficoltà. Per questo gruppo di beneficiari è importante fare attenzione all'educazione del pubblico, che non è coinvolto direttamente in relazione con persone disabili, ma la loro opinione ha impatto sulla percezione di sé da parte delle persone con disabilità.

Le regole e i consigli per selezionare i partecipanti

Lo scopo principale delle attività intraprese nel quadro di reclutamento e selezione è quello di raccogliere partecipanti al progetto con un potenziale appropriato, inteso come la risultante di elementi quali:

a) predisposizione a sviluppare competenze chiave:

- comunicazione in lingue straniere
- competenze matematiche e competenze di base in scienza e tecnologia
- imparare ad imparare
- competenze sociali e civili
- spirito di intraprendenza e imprenditoria
- consapevolezza culturale e espressione linguistica

b) alta motivazione a partecipare al progetto, ad affrontare gli ostacoli, allo sviluppo professionale,

c) i valori su cui un candidato fonda la propria vita (priorità della vita)

Strumenti usati nel processo di selezione dei partecipanti

a) un questionario iniziale con criteri formali

- nome e cognome
- età
- sesso
- istruzione
- la conferma dello stato di disoccupato
- una breve descrizione sul motivo per cui il candidato sia a rischio di esclusione sociale
- contatti

b) un curriculum vitae del candidato (un breve resoconto dell'istruzione, delle qualifiche e delle esperienze pregresse che di solito viene inviato con una domanda di lavoro)

c) un questionario formato da 12 domande (Appendice 1 alla fine del capitolo).

Il colloquio di selezione

Durante un colloquio si raccomanda di procedere utilizzando gli elementi della “competenza dei metodi” (comportamentale) che consiste in un'intervista incentrata su situazioni di vita reale. Durante l'incontro, bisogna fare al candidato domande mirate a verificare se sia stato in passato in situazioni simili e abbia quindi dimostrato competenze e qualità richieste ai partecipanti al progetto.

La conversazione è condotta con l'ausilio del questionario (Appendice 1), prendendo in considerazione le informazioni contenute nel curriculum del candidato, comunque dovrebbe essere un incontro reale tra due esseri umani, nel quale entrambe le parti hanno la possibilità di imparare abbastanza per poter decidere congiuntamente se le azioni previste dal progetto sono davvero in grado di rispondere a bisogni e situazioni di un particolare partecipante.

Chi conduce il colloquio dovrebbe far riferimento a situazioni attuali. In questo modo possiamo ottenere preziose informazioni sull'attitudine del candidato all'intraprendenza, alla motivazione e all'impegno. Descrizioni di situazioni specifiche mostreranno anche l'atteggiamento del candidato verso le difficoltà. Ricorda che il questionario va usato ma non dovrebbe dominare l'incontro. Leggi per favore il CV e gli strumenti del candidato prima dell'incontro e annota le ulteriori domande che vorresti chiedergli e le eventuali questioni da approfondire.

Consigli per condurre un colloquio:

- Esprimere sinceramente la voglia di conoscere un candidato
- Mantenere un'atmosfera amichevole durante la durata del colloquio
- Durante il colloquio, fare riferimento al modulo/cv/modulo di adesione/altro del candidato
- Ascoltare attivamente e seguire il candidato

Il come sottoporre le domande:

- a) Fare al candidato domande su situazioni del suo passato, chiedere di specifici esempi di situazioni in cui il candidato ha mostrato alcune competenze; le domande corrette iniziano con "cosa hai fatto?", "cosa è successo?" Le domande sbagliate solitamente iniziano con "qual è la tua opinione?", "cosa ne pensi?"
- b) Fare principalmente domande aperte che permettano al candidato di parlare. Rispondendo, il candidato può presentare fatti e informazioni, descrivere situazioni, esprimere sentimenti.
- c) Evitare di suggerire le risposte alle domande o di formulare domande basandosi su ipotesi sulle situazioni attuali, perchè in questo modo si incoraggia il candidato a rispondere brevemente "Sì" o "No" (ad esempio, "di sicuro...", "preferisci...", "giusto?").
- d) Essere pazienti durante i silenzi, e se un silenzio dura troppo a lungo, fermarlo con naturalezza, dicendo che è possibile tornare sulla domanda in seguito, e chiedere se si ha bisogno di più tempo per considerare se si vuole continuare, se la domanda è chiara.
- e) Avere il controllo (incluso del tempo) del colloquio. Se un candidato si allontana dall'argomento, con le domande si può riportarlo alla conversazione.
- f) Il metodo del colloquio dovrebbe essere "ad imbuto - da generico a specifico": all'inizio fare domande aperte e solo alla fine, domande chiuse che precisano il punto della discussione.
- g) Alla fine del colloquio: fare domande sul progetto e rispondere in modo breve e concreto, ringraziare per l'incontro e informare su ulteriori fasi del processo di reclutamento.

Criteri per selezionare i partecipanti per una learning mobility

Differentemente dagli altri workshop, in una learning mobility i partecipanti vivono un'esperienza in un contesto geografico e culturale diverso dal loro, e con persone che potrebbero non aver mai visto prima. In più, non hanno la possibilità di ritornare nei loro spazi e nelle loro dimensioni di riposo fino alla fine delle attività. I partecipanti pertanto, prima di unirsi al progetto devono essere consapevoli delle difficoltà che incontreranno,

e l'organizzazione deve essere in grado di valutare se un partecipante è pronto o meno a confrontarsi con questa esperienza.

Prima di accettare un candidato, l'organizzazione dovrebbe:

1. fare un colloquio individuale per capire la capacità di adattamento di ogni partecipante
2. organizzare un incontro di gruppo con tutti i candidati finalizzato a cogliere le capacità/o difficoltà di interazione all'interno del gruppo di ciascuno di loro.

L'intervista individuale serve a spiegare bene il tipo di attività, il posto dove avrà luogo, le modalità, le regole di convivenza e di organizzazione. Più nello specifico durante l'intervista bisogna:

- Spiegare nei dettagli il tipo di attività che avranno luogo, l'alloggio e le altre sedi, le condizioni generali del paese/luogo di destinazione
- Verificare la volontà dei partecipanti di adattarsi e vivere insieme a persone che possono avere bisogni diversi dai propri e capire e prevedere quali difficoltà potrebbero avere
- Concordare la volontà di accettare qualsiasi modifica che potrebbe sorgere lungo la strada e di adattarsi a diverse contingenze imprevedibili
- Concordare la necessità di avere un approccio proattivo e non recriminatorio in caso di cambiamenti
- Informare che l'organizzazione non è responsabile di comportamenti scorretti verso di loro, e del loro eventuale comportamento inappropriato nei confronti degli altri
- Informare che l'organizzazione può decidere in qualsiasi momento, e con validi motivi, di rimuovere dal gruppo chi non rispetta le regole di convivenza e cooperazione per il successo del progetto
- Dichiarare se c'è qualsiasi tipo di impedimento o ostacolo fisico, mentale o psicologico che può interferire con le attività (per vedere se devono essere applicati eventuali cambiamenti al fine di garantire a tutti di prendere parte al progetto)
- Essere disposti a firmare un contratto che chiarisce i punti sopraelencati

Nella riunione di gruppo i partecipanti sono incoraggiati ad ascoltare, a costruire relazioni e collaborazioni con il gruppo. L'obiettivo è quello di valutare se ci sono persone con evidenti difficoltà nell'interagire con gli altri e nello svolgimento dei propri compiti. Alcuni esempi di compiti del gruppo possono essere:

- Organizzare un viaggio/un soggiorno insieme
- Preparare un pranzo e mangiare insieme, se è disponibile una cucina
- Giocare con giochi da tavolo
- Partecipare a uno o più giochi di relazione e cooperazione che si possono trovare facilmente su internet o sui social network:

<http://www.youthwork-practice.com/games/cooperation-games.html>

<http://www.peacefirst.org/digitalactivitycenter/resources/search>

<http://www.refreshleadership.com/index.php/2012/08/quick-games-engage-employees-work/>

Fonti

“Training Needs of Young Immigrants within European Countries”, Scritto dal prof. Piotr Niedzielski, dottor Leszek Gracz, Katarzyna Łobacz, Università of Szczecin, Polonia

“Immigrants’ Needs and Public Service”, scritto da Sandeep Kumar Agrawal, Mohammad Qadeer e Arvin Prasad

Eurostat 2014 – statistiche

Report_Recommendations on how to improve education for adults suffering or at risk of social exclusions

Fonti online:

<http://www.eurofound.europa.eu/young-people-and-neets-1>

https://books.google.pl/books?hl=pl&lr=&id=rkWqg-DT6uQC&oi=fnd&pg=PP2&dq=immigrants+in+europe+risk+in+social+exclusion&ots=Gcv4omdzh7&sig=toP_hDxtoKt2yh-JE4pwZ6XGkwo&redir_esc=y#v=onepage&q=immigrants%20in%20europe%20risk%20in%20social%20exclusion&f=false

<http://www.eurofound.europa.eu/emcc/labourmarket/youthinfographic>

http://www.euro.centre.org/data/1201610451_25081.pdf

http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Unemployment_statistics

APPENDICE 1

Domande per un colloquio di reclutamento

1. Rispondi alla domanda: Chi sono?

Obiettivo: La domanda introduce il partecipante alla conversazione, e mostra anche un preciso contesto nel quale il candidato viene guidato nell'autovalutazione (es. Io sono disabile).

2. Come ho scoperto il progetto?

Obiettivo: La domanda analizza le fonti utilizzate dal partecipante per ricevere informazioni sul progetto.

3. Parla dei tuoi punti di forza/ delle tue debolezze (Se questa domanda risulta un problema, si può chiedere al partecipante cosa gli piace fare, in quali tipi di attività riesce a dare il suo meglio, si può far riferimento alle 7 competenze chiave ecc.).

Obiettivo: Questa domanda aiuta a conoscere meglio il partecipante sulla base del livello delle competenze chiave.

4. Qual è la sfida più grande che hai affrontato nella vita?

Obiettivo: La domanda permette di capire meglio l'individualità delle capacità del partecipante, e la sua motivazione a superare gli ostacoli.

5. Chiedere qual è la natura degli ostacoli (di salute, psicosociali, formativi, o altri che dipendono dalla situazione individuale dei partecipanti. È importante avere la stessa osservazione e le stesse conclusioni sulla valutazione degli ostacoli nell'intero corso del colloquio).

Obiettivo: Una diagnosi degli ostacoli e dei bisogni dei partecipanti.

6. Quali sono gli step da fare per cambiare la situazione? (Ad esempio, sto cercando lavoro, o prendo parte ad altri progetti, corsi ecc.)

Obiettivo: La domanda indaga il livello di coinvolgimento del partecipante e il desiderio di cambiare la propria situazione e il livello di azione.

7. Cosa succederebbe se queste situazioni migliorassero/cambiassero?

a) Quanto è importante per me lavorare (ritornare a lavorare) su una scala da 1 a 10?

b) Quanto sono sicuro/certo (credo, confido) che se decido di lavorare, troverò lavoro, su una scala da 0 a 10?

c) Quanto valuto il mio impegno e la mia dedizione al lavoro su una scala da 1 a 10?

Obiettivo: La domanda numero 7 analizza il valore che i partecipanti danno a loro stessi per cambiare la propria situazione, il loro livello di autostima e di fiducia nelle proprie capacità. Le domande aggiuntive a-c valutano l'attitudine psicologica dei partecipanti, il loro livello di autostima e la volontà di assumere un impiego.

8. Presentazione delle principali attività e obiettivi del progetto. Aspettative.

Scopo: fornire informazioni di base sul progetto, valutare le aspettative in relazione al progetto.

9. Che contributo posso dare al progetto? Cosa rappresenta per me questo progetto?

Obiettivo: La domanda aiuta a determinare il ruolo dei partecipanti e la loro visione del progetto.

CAPITOLO 04

Metodi di apprendimento attivo, strumenti e materiali

Laboratori

Durata: 72 ore

UNITÀ 1: ABILITÀ IMPRENDITORIALI	72
UNITÀ 2: PROPOSTA DI VALORE	94
UNITÀ 3: IMPRENDITORIA SOCIALE	130

UNITÀ 1: ABILITÀ IMPRENDITORIALI

Durata: 18 ore

Competenze acquisite da quest'unità:

Alla fine di quest'unità i partecipanti saranno in grado di adattarsi agli altri e di lavorare insieme come una squadra, potranno progettare e sviluppare un progetto commerciale con una piccola supervisione, offrire assistenza al cliente ed essere in grado di affrontare normali interazioni lavorative.

Per ulteriori informazioni sul Piano Europeo delle qualificazioni:

<https://ec.europa.eu/ploteus/content/descriptors-page>

SESSIONE 1

6 ore
11min

Progetto di Lezione	Durata	Materiale ausiliare
//Nota per il trainer: I materiali seguenti verranno utilizzati in tutte le sessioni di quest'unità: etichette per il nome, lavagna magnetica, fogli, pennarelli, computer, proiettore, casse. Altri materiali, specifici per i giochi e le attività interattive sono indicati nella Colonna "materiale ausiliario"// 1. Introduzione A. Saluti e presentazione Saluta il gruppo e presentati. Spiega lo scopo di questo progetto: - sviluppare abilità imprenditoriali; - aiutare i partecipanti a identificare opportunità di impegnarsi in nuove attività per produrre reddito; - ridurre il rischio di esclusione sociale e aiutare ad aumentare gli standard di vita; Illustra la struttura del training e i suoi scopi: L'unità 3 si occupa di abilità imprenditoriali, della	60 min. 5 min. 5 min. 5 min.	<i>Lavagna- mostra la prima pagina che dice: Benvenuti al corso di Imprenditoria Sociale.</i> <i>Slide 1 e 2: Titolo e le 3 unità del corso</i> <i>Slide 3: Obiettivi del corso</i>

formazione di una proposta di valore, di progettazione e imprenditoria sociale;

Obiettivi:

Alla fine del training, i partecipanti saranno in grado di:

- identificare in maniera corretta le opportunità di mercato;
- progettare una proposta di valore;
- applicare una proposta di valore.

4. Attività di presentazione del gruppo:

Istruzioni ai partecipanti:

- Piegate il foglio dato in 4 parti
- Nell'angolo in alto a destra scrivete il vostro nome, età e occupazione;
- Nell'angolo in alto a sinistra scrivete il vostro hobby
- Nell'angolo in basso a destra scrivete qual è il vostro cibo preferito.
- Nell'angolo in basso a sinistra scrivete cosa vi aspettate da questo corso.

Lascia 5 minuti di tempo per completare la consegna.

Chiedi ai partecipanti di presentarsi, usando le informazioni scritte sul foglio.

5. Regole del corso

Comunica ai partecipanti: *Per consentire un apprendimento efficace, mi piacerebbe che ci accordassimo su poche regole.* Mostra quindi la diapositiva.

Spiega le regole e accertati che queste siano condivise dal gruppo.

40 min.

Fogli A4/ distribuisce 1 foglio per ogni partecipante.

Dimostrazione piegando il foglio in 4 parti.

Riempi il tuo foglio A4. Discuti delle aspettative dei partecipanti.

5 min.

Slide 4

PAUSA

10 min.

PAUSA

B. Attività rompighiaccio

Gioco – Life Highlights

(Fonte: <http://www.huddle.com/blog/team-building-activities/>)

Istruzioni per i partecipanti:

- Chiedi ai partecipanti di chiudere gli occhi per un minuto,

30 min.

30 min.

Non è richiesto nessun materiale ausiliario in quest'attività.

e di pensare a quali sono stati i momenti migliori delle loro vite (questi momenti possono includere: momenti che hanno avuto da soli o insieme con la famiglia e gli amici, successi professionali, rivelazioni personali, avventure eccitanti ecc. ...);

-dopo un minuto informa i partecipanti che la ricerca dei momenti più belli delle loro vite sta per diventare un po' più specifica;

-sempre tenendo gli occhi chiusi, chiedi a ognuno quali 30 secondi della propria vita vorrebbero rivivere, se potesse;

-dopo 2 o 3 minuti, chiedi ai partecipanti di aprire gli occhi e quindi domanda quali momenti hanno scelto e perché.

Motivazione dell'esercizio:

La prima parte dell'attività consente ai partecipanti di riflettere sulle proprie vite, la seconda parte permette invece di entrare in contatto con le passioni, con gli amori e le personalità degli altri.

Il gioco permette ai partecipanti di conoscersi in maniera più profonda, e a un livello più intimo.

C. Valutazione iniziale

1. Introduci il questionario e i suoi scopi.
2. Distribuisci il questionario tra i partecipanti.
3. Spiega le modalità di compilazione e puntualizza che non esistono risposte giuste o sbagliate.
4. Lascia 5 minuti per completare il questionario.
5. Discuti le risposte con i partecipanti.

Il test può essere scaricato online tramite :
<https://drive.google.com/open?id=1oHu8JENIrZYDIUNy6rky-45s0jZrlxz4HQvxs5l1bOc>

PAUSA

30 min.

Modulo di valutazione

1 min.

1 min.

3 min.

5 min.

20 min.

10 min.

PAUSA

2. Abilità imprenditoriali

A. Una visione d'insieme sulle abilità imprenditoriali

Domanda: secondo te, chi è un imprenditore?

20 min.

10 min.

Prepara un foglio della lavagna con le due definizioni e lascialo coperto. Scrivi le risposte dei partecipanti.

[Definizione:

Imprenditore: una persona che costruisce una o più imprese, affrontando rischi finanziari nella speranza di profitto.

Imprenditoria: è il processo della formazione d'impresa o altre organizzazioni. L'imprenditore sviluppa un modello di impresa, procura risorse umane, o altre risorse richieste, ed è pienamente responsabile dei successi o dei fallimenti.]

Nota: i partecipanti in un primo momento potrebbero opporsi all'idea di imprenditore, perché potrebbero non accettare l'idea di vedersi come "capi" di se stessi. Cerca quindi di enfatizzare i benefici dell'imprenditoria: cioè la possibilità essere il capo di se stesso, di creare posti di lavoro, di aiutare altre persone ad avere un'entrata, di risolvere un problema della comunità.

Domanda: Quali sono le abilità che pensate debba avere un imprenditore di successo?

Risposte: creatività, adattamento. Lavoro di squadra, gestione del tempo, essere un buon organizzatore, combattivo, qualcuno che non ha paura di assumersi rischi ecc. ...)

Commenta la relazione tra la figura dell'imprenditore e le abilità richieste, e in che modo queste abilità possono essere acquisite. Informa i partecipanti che acquisiranno queste abilità durante questo corso.

Comunica ai partecipanti quali sono le abilità trattate da quest'unità: lavoro di squadra, creatività, negoziazione e vendita, abilità di parlare in pubblico.

B. Abilità imprenditoriali – Lavoro di squadra 1Panoramica

Dì ai partecipanti: *Inizieremo a discutere sulle abilità più importanti di un imprenditore. Lavoro di squadra.*

Discussione: Hai mai lavorato in squadra prima? In quali contesti? Come ti ha fatto sentire? Ti è piaciuto? Perché? Perché no?

Discussione: In che misura credi che lavorare in squadra ci permetta di raggiungere risultati migliori di quelli ottenuti dal lavoro individuale?

Presentazione:

Riassumi le risposte dei partecipanti "svelando" alla fine il foglio che contiene le due definizioni.

Scrivi le risposte dei partecipanti sulla lavagna.

5 min.

Slide 5: mostra il diagramma che illustra la connessione tra un imprenditore e le abilità richieste.

Slide 6: Mostra le abilità che saranno acquisite durante quest'unità.

5 min.

56 min.

1 min.

Slide 7: Mostra un'immagine suggestiva del lavoro di squadra.

10 min.

Scrivi le risposte dei partecipanti

Trascrivi le risposte dei partecipanti sulla lavagna.

5 min.

Riassumi, e scrivi le definizioni di lavoro di squadra.

Slide 8: Squadra e gruppo

Domanda: Cosa significa per te lavoro di squadra?

5 min.

Risposta: lavorare in maniera collaborativa con un gruppo di persone per raggiungere un obiettivo.

Domanda: qual è la differenza tra un gruppo e una squadra?

5 min.

Risposta: I membri di una squadra condividono un obiettivo comune mentre i membri di un gruppo condividono solo interessi comuni.

Gioco – Pezzi di un'immagine

(Fonte: <http://www.huddle.com/blog/team-building-activities/>)

30 min.

Pezzi di un puzzle, matite, pennarelli, carta e righelli

Preparazione:

- scegli un'immagine di un cartone molto nota, piena di dettagli;
- taglia l'immagine in tanti pezzi quanti sono i partecipanti all'attività;

Istruzioni ai partecipanti:

- dai a ogni partecipante un pezzo del puzzle,
- fornisci ai partecipanti pennarelli, carta e righelli;
- spiega ai partecipanti che devono ricreare una copia esatta del loro pezzo di puzzle ma 5 volte più grande dell'originale
- quando tutti i partecipanti hanno completato il loro ingrandimento, chiedi loro di assemblare i pezzi in una copia gigante dell'immagine originale sul tavolo.
- discuti i risultati insieme ai partecipanti: *come si sentono rispetto a questo compito? Su quale base lo considerano facile o difficile? Cosa hanno pensato all'inizio? Avrebbero utilizzato un approccio differente se avessero conosciuto l'obiettivo finale? Come avrebbero proceduto?*

Motivazione: I partecipanti agiscono senza sapere quando o come il loro lavoro influisce sul risultato finale. Questa attività di risoluzione dei problemi insegna ai partecipanti come lavorare in squadra e mostra la divisione dipartimentale del lavoro, e la consapevolezza che ogni persona può lavorare alla propria parte contribuendo al successo del gruppo.

PAUSA

10 min.

PAUSA

B. Abilità imprenditoriali – Lavoro di squadra 2**145 min**Presentazione:

20 min.

Dispensa 1
Dispensa 2
Dispensa 3

- Regole della squadra: Dispensa 1

- Consigli per massimizzare il risultato del lavoro di squadra: Dispensa 2

- Formazione di squadra: Dispensa 3

Gioco– The Great Egg Drop (L'uovo che cade)

120 min.

Offri ai partecipanti una serie di strumenti e materiali.

(Fonte: <http://www.huddle.com/blog/team-building-activities/>)

Scrivi i compiti sulla lavagna

Presentazione del gioco: L'obiettivo del gioco è di costruire un'impalcatura per un uovo, che impedisca all'uovo stesso di rompersi, dopo averlo lasciato cadere da un'altezza di 2.5 metri. L'uovo verrà lasciato cadere all'interno di questa impalcatura.

Preparazione:

-fornisci ai partecipanti una grande varietà di materiali (carta, stoffa, legno, forbici, cannucce, carta igienica, graffette, pezzi di gomma e qualsiasi altro materiale utile alla creazione dell'impalcatura per l'uovo; un uovo);

-dividi i partecipanti in squadre formate da 4 o 5 persone

Istruzioni per i partecipanti:

-Ogni squadra deve costruire un'impalcatura per un uovo che possa sostenerne la caduta da circa 2,5 metri;

Compiti: *Costruite un'impalcatura per un uovo crudo così che possa sopravvivere a una caduta di 2.5 metri!!! L'uovo cadrà all'interno dell'impalcatura e questo dovrebbe impedirgli di rompersi.*

-Lascia 35-40 minuti per costruire le impalcature

-Dopo aver costruito le impalcature, ogni gruppo dovrebbe inventare un messaggio pubblicitario di 30 secondi per evidenziare perché il loro lavoro è unico e come funziona,

-Lascia altri 15 minuti per la presentazione dei messaggi pubblicitari

-Dopo aver presentato le proprie impalcature, ogni squadra lascia cadere l'uovo, così da poter verificare se l'impalcatura costruita è abbastanza forte da reggerne la caduta.

-Lascia 10 minuti ai partecipanti per far cadere le uova,
quindi concedi altri 10 minuti per le pulizie,

-Lascia 30 minuti per le valutazioni finali

Domande di valutazione finale: *Come mi sono sentito?*
Quali sfide ho affrontato? Come ho diviso il lavoro?

Motivazione: Oltre a insegnare al gruppo a lavorare
insieme e a comunicare, questa è un'attività che funge da
elemento di coesione per il gruppo. Devono
necessariamente lavorare insieme per costruire
un'impalcatura che regga.

Conclusione:

Il lavoro di squadra e lo stimolo della creatività saranno
discussi nella sessione 2.

5 min.

Slide 9 – Riassunto della lezione

SESSIONE 2

5 ore
45 min.

<i>Progetto di Lezione</i>	<i>Durata</i>	<i>Materiale ausiliare</i>
C. Abilità imprenditoriali – Creatività <u>Riepilogo:</u> <i>Domanda: Di cosa abbiamo parlato la volta scorsa? Qual è la differenza tra un gruppo e una squadra? Perché è importante per un imprenditore avere abilità di lavoro di squadra?</i>	77 min. 5 min.	
Gioco rompighiaccio: Bonding Belt (Fonte: http://www.qualitylogoproducts.com/blog/3-fun-team-building-exercises-employees/) Presentazione del gioco: L'obiettivo del gioco è arrivare dal punto A al punto B in squadra, legati insieme, più velocemente possibile. Le squadre, anche se potrebbero essere formate da più di 60 persone, dovrebbero contenere un numero di 10-12 partecipanti. Preparazione: - Uno spazio ampio, che permette alle squadre di muoversi da un punto all'altro; - Corda, bende o qualsiasi altra cosa per legare; - Un timer	30 min.	<i>Uno spazio aperto, corda o bende, un timer</i>

- Indica chiaramente il punto di partenza e di arrivo;
- Dividi i partecipanti in due squadre da 10-12 persone,
- Lega i partecipanti di ogni squadra con del nastro, o con una corda, per assicurarti che siano uniti nei movimenti.

Istruzioni per i partecipanti:

- *Il vostro compito è muovervi dal punto A (mostra il punto A) al punto B (mostra il punto B) come una squadra, tutti legati insieme;*

- *Avete 5 minuti per discutere tra voi la strategia da utilizzare;*

- *Concedi 5 minuti per la discussione delle strategie;*

- *alla fine dei 5 minuti, di ai partecipanti di iniziare la loro corsa dal punto A al punto B e misura i loro tempi di percorrenza.*

Feedback: *Come vi siete sentiti? Quali sfide avete affrontato? Come vi siete sentiti riguardo le strategie scelte? In base a cosa una voce di un membro della squadra veniva ascoltata? Quali aspetti avete considerato nel pianificare la strategia?*

Motivazione: Alla fine del gioco, si discuterà sulle abilità di pianificazione, sull'apprendimento tramite l'esperienza e sulla condivisione delle conoscenze acquisite. Il gioco aiuta i partecipanti ad abituarsi a lavorare insieme come una squadra e li aiuta ad acquisire sicurezza nel rapportarsi gli uni agli altri.

Abilità di passaggio alla creatività: Come abbiamo visto nella precedente attività, una parte importante per riuscire a svolgere il compito assegnato è l'approccio. Per questo, spesso viene richiesto di inventare nuove idee, e questo accade anche con gli imprenditori. La prossima abilità che andremo a trattare è la creatività.

Presentazione:

Dì ai partecipanti: *Gli imprenditori (così come ciascuno di noi) devono affrontare ogni giorno molte sfide e problemi nella propria vita. La differenza tra le persone di successo e il resto, è il modo in cui affrontano queste sfide e come superano i problemi e si confrontano con questi. Un modo di farlo, è la creatività.*

Domanda: Potreste farmi un esempio di persone creative? Possono essere persone famose, o ordinarie, intorno a voi.

Domanda di follow-up: Perché le considerate creative?

2 min.

Slide 10: un'immagine suggestiva per la creatività.

10 min.

Esempi di persone creative (<http://www.fastcompany.com/section/most-creative-people-2014>)

Presentazione: modi per stimolare la creatività

Dì ai partecipanti: *La creatività richiede un particolare stato d'animo, in modo che il nostro pensiero possa viaggiare in maniera avventurosa e scoprire possibilità nuove e uniche. Per questo usiamo la musica, un ambiente rilassato, un'attitudine amichevole, ci allontaniamo dai soliti contesti, facciamo qualcosa di diverso, e non aspettiamo semplicemente che arrivi un'idea. (es. Andare a una partita di calcio).* Distribuisci la Dispensa 4 e discuti sui consigli per stimolare la creatività insieme ai partecipanti.

Gioco – Music Mania

(Fonte: Arthur B. VanGundy, 101 Activities for Teaching Creativity and Problem Solving, Pfeiffer)

Background: La musica ha un effetto calmante sulle nostre emozioni e ci può aiutare a generare idee. Gli studi hanno mostrato che alcuni tipi di musica possono avere effetti sugli stati d'animo e sulla produttività. I nostri centri del cervello associati alle risposte emotive sono connessi anche alla nostra abilità di rispondere in maniera creativa. La musica ha il potenziale di stimolare questi centri del cervello e aiutarci a pensare a idee creative. Sia la musica che la creatività riguardano processi e caratteristiche come l'intuizione, simboli astratti, e un'interpretazione olistica dei dati. La composizione musicale è un'attività creativa allo stesso modo. In questa relazione tra musica e creatività, ha senso che la musica possa stimolare nuove idee.

Obiettivi:

- aiutare i partecipanti a generare quante più idee possibile
- aiutare i partecipanti ad imparare a usare le attività per creare idee;

Preparazione:

- Dividi i partecipanti in gruppi formati da 4 a 7 persone;
- Prepara per ogni gruppo: pennarelli, nastro adesivo per attaccare fogli sulla lavagna;
- Prepara per ogni partecipante un blocco notes 4x6;
- Posiziona tante lavagne quante sono le squadre;
- Prepara una varietà di generi musicali, dal jazz, al pop, al soft rock, alla classica;
- Procura un impianto audio per sentire la musica;

Istruzioni:

10 min.

Dispensa 4- consigli per sviluppare la creatività

30 min.

Prepara i seguenti materiali: pennarelli, nastro adesivo; Post-it 4x6 o blocco notes, tanti quanto sono le persone coinvolte nell'attività. Seleziona una varietà di generi musicali, jazz, pop, soft rock e classica.

Equipaggiamento audio per ascoltare la musica.

Slide 11: Creatività- cos è e come stimolarla.

-chiedi a ogni gruppo di scrivere sulla lavagna un problema o una sfida;

-di ai partecipanti che useranno la musica per indurre uno stato mentale rilassato;

-seleziona la musica che induce uno stato di relax e accendila;

-di ai partecipanti di mettersi comodi e lasciar andare la mente a pensieri positivi. Concedi almeno 5 minuti per ciascuna attività;

-dopo almeno 5 minuti, chiedi ai membri del gruppo di iniziare a scrivere individualmente un'idea su un post it. Chiedi a ognuno di procedere senza giudizio e di segnare quante più idee riescono per altri 5 minuti;

-chiedi al gruppo di leggere le loro idee, a turno, e poi di attaccarle su un foglio di carta della lavagna, così che tutti possano vederle. In questo modo, ognuno legge la propria idea e la affigge, fino a che tutte le idee sono state lette e postate;

-chiedi ai partecipanti di ascoltare per altri 5 minuti la musica e poi ripeti le fasi 5 e 6

Feedback: *Cosa mi è stato più utile in questo esercizio? Quali sono state le cose più difficili? Cosa ho imparato? Quali idee sono emerse e quali erano le più interessanti?*

In sintesi: è molto importante sviluppare la creatività e lasciare la mente libera perché ci permette di creare e sviluppare alcune abilità. Come abbiamo visto finora, ci sono varie strategie da utilizzare per stimolare la creatività. È di fondamentale importanza tenere a mente che bisognerebbe essere aperti a nuove idee, non abbandonarle e giudicare, ma lasciarle fiorire!

PAUSA

10 min.

PAUSA

D. Abilità imprenditoriali – Parlare in pubblico 1

60 min.

Premessa:

Dì ai partecipanti: Considerate questo: avete un'idea commerciale di grande successo e avete bisogno di aiuto per metterla in pratica. Questo significa che dovete convincere due persone a lavorare insieme a voi, e altre due a investire denaro sulla vostra idea.

Domanda: come fate a realizzare questo compito?

5 min.

Scrivi le risposte dei partecipanti sulla lavagna

(Risposta: presentate l'idea ad altre persone e cercate di convincerle a unirsi al vostro progetto)

Domanda: Quanti di voi in questa stanza non si sentirebbero a proprio agio nel fare una presentazione di fronte a persone che conoscono a malapena? Alzate la mano.

Dì ai partecipanti: In realtà pochi di voi si sentono a proprio agio perché la più grande paura delle persone è parlare in pubblico. Il numero di persone che crede che questa sia la propria paura più grande, è maggiore di quelli che hanno paura dei ragni, dei serpenti o di volare.

Domanda: perché pensate che le persone hanno paura di parlare in pubblico?

(Risposta: hanno paura di rendersi ridicoli, sono timidi, hanno paura di essere guardati da tutti, sono intimiditi ecc...)

Discussione: chiedi ai partecipanti: Potreste farmi un esempio di alcune situazioni in cui avete esposto una presentazione di fronte a un pubblico? Come è stato? È andato tutto bene? Cosa è andato storto?

Presentazione: Abilità di parlare in pubblico- combattere la paura di parlare davanti a una platea

Dì ai partecipanti: Dalle vostre risposte emerge che molti tra voi hanno paura di cosa potrebbe andare storto durante una presentazione. Ho preparato per voi una serie di consigli che vi aiuteranno a superare questo ostacolo.

Distribuisci la dispensa 5 e discuti con i partecipanti.

Dì ai partecipanti: Ci concentreremo sul sentirci a proprio agio quando dobbiamo parlare di fronte a un pubblico. Non ci concentreremo sul contenuto, ma sull'aumento della fiducia riguardo alle idee di cui abbiamo già discusso. Per questo, lavoreremo anche sullo stimolare la propria creatività.

Gioco – Roll call responses

(Fonte: Fun with Speaking, Cindy Osterlund, Oregon State University Extension Service)

Premessa del gioco: l'esercizio serve a costruire la fiducia necessaria per fare una presentazione. Permette all'immaginazione di dare le risposte esatte.

Istruzioni:

-chiama all'appello ogni partecipante. Ogni volta che un partecipante viene chiamato, deve rispondere davanti agli

3 min.

Scrivi le risposte dei partecipanti sulla lavagna

Ascolta le risposte dei partecipanti e scrivi le conclusioni sulla lavagna, cosa è andato bene o male.

2 min.

10 min.

15 min.

Dispensa 5

15 min.

Non c'è bisogno di alcun materiale per questa attività

altri alle domande preselezionate.

Esempi (scegline uno):

Se avessi tutti i soldi del mondo, farei...

Se potessi essere un animale per un giorno mi piacerebbe essere un perché

Se potessi cambiare qualcosa nel mondo, sarebbe

- quindi chiama ancora qualcuno all'appello e chiedi ai partecipanti di fare un breve discorso sugli argomenti preselezionati.

Esempi (scegline uno):

Racconta una festa tradizionale di casa tua.

Racconta un momento felice della tua vita.

Raccontaci un sogno che hai e che vorresti realizzare un giorno.

Motivazione: il gioco consente ai partecipanti di costruire fiducia e gli permette di preparare risposte semplici e di rispondere alla chiamata all'appello. Le domande e gli argomenti su cui devono discutere richiedono l'uso di creatività e riflettono gli obiettivi che hanno già raggiunto.

Dì ai partecipanti: Molto bene! Siete tutti ... incoraggia i partecipanti sulle loro capacità di parlare in pubblico. Ora, proviamo qualcosa di diverso.

Game – Silent speakers

(Fun with Speaking, Cindy Osterlund, Oregon State University Extension Service)

10 min.

Presentazione del gioco: l'esercizio intende aumentare la fiducia in se stessi, mantenendo il contatto visivo con la platea e assumendo un atteggiamento tranquillo.

Istruzioni per i partecipanti:

-chiedi a ogni membro di raggiungere un leggio, o di posizionarsi di fronte al gruppo e di mantenere il contatto visivo con tutti i partecipanti, sorridere e infine tornare indietro alla propria sedia.

Feedback: *Come vi siete sentiti? Cosa è stato più difficile, mantenere il contatto visivo o sorridere?*

Motivazione: Il gioco pone i partecipanti di fronte a un pubblico, e con un semplice compito permette loro di aumentare la fiducia nel mantenere il contatto visivo e nel sorridere in pubblico.

Dì ai partecipanti: Molto bene! Incoraggia i partecipanti

Non c'è bisogno di alcun materiale per questo gioco

riguardo le loro capacità di parlare in pubblico. Ora, facciamo una piccola pausa e poi passeremo a qualcosa di più divertente.

PAUSA

10 min.

PAUSA

D. Abilità imprenditoriali – Parlare in pubblico 1 (continua)

93 min.

Dì ai partecipanti: Ora che abbiamo avuto un po' di tempo per esercitarci con le nostre abilità, e dopo una piccola pausa per rilassarci, mi piacerebbe passare a qualcosa di leggermente più "magico" ...

1 min.

Gioco – Magic Bag

(Fonte: Fun with Speaking, Cindy Osterlund, Oregon State University Extension Service)

40 min.

Presentazione del gioco: L'attività intende preparare i partecipanti a parlare in maniera estemporanea e a costruire la fiducia in se stessi.

Preparazione:

- posiziona il gruppo in cerchio,
- chiedi ad alcuni volontari di cominciare;

Istruzioni per i partecipanti:

- chiedi al primo volontario di raggiungere la borsa e di pescare un oggetto (non è permesso scegliere);
- poi chiedi al volontario di dire tutto quello che conosce su quell'oggetto, utilizzando solo un minuto;
- continua il gioco con altri volontari;
- chiedi ai partecipanti restanti di provare;

Per evitare ripetizioni, chiedi a ogni partecipante di tenere il proprio oggetto fino alla fine dell'attività.

Feedback: *è stato più difficile parlare di alcuni oggetti rispetto ad altri? Perché avresti usato più di un minuto per parlare di alcuni oggetti? Potresti parlare di più di un oggetto se avessi due minuti per scrivere qualche appunto?*

2 min.

Dì ai partecipanti: Molto bene! Mi è davvero piaciuto come avete realizzato l'attività! Elogia sempre il gruppo.

Gioco – La storia continua

(Fonte: <http://publicspeakingpower.com/fun-public-speaking-activities/>)

40 min.

Materiali: Una serie di oggetti di ogni giorno in una borsa o in una federa di cuscino. Gli oggetti dovrebbero includere una torcia, un cerotto, forbici, gomme da masticare, nastro adesivo, un giocattolo, una mela, una graffetta, una caramella, uno spazzolino ecc... Avrai bisogno di più oggetti di quanti sono i membri del gruppo

Presentazione del gioco: I partecipanti creano una storia insieme, con l'obiettivo di inventare una storia che abbia senso compiuto.

Istruzioni ai partecipanti:

-Di ai partecipanti che stanno per inventare una storia insieme. Ognuno di loro dovrà inventare qualcosa utilizzando da 20 secondi a un minuto. La prima persona inizia raccontando una parte della storia, e gli altri dovranno raccontare la propria parte partendo da ciò che è stato detto precedentemente, così che il tutto abbia senso. Ovviamente ognuno non sa quello che sta per dire la persona prima di lui, e come la storia evolverà.

Motivazione: Questo gioco aiuta le persone a impegnarsi nell'ascolto e a imparare ad essere abbastanza creativi per portare avanti una storia che abbia senso.

Feedback: Come ti sei sentito? Quali sfide hai affrontato? Cosa ti è piaciuto in questo esercizio?

Cerimonia di premiazione: Distribuisci dei premi ai partecipanti per gli sforzi fatti finora.

Presenta un sunto delle capacità acquisite e passa alla prossima sessione.

Non c'è bisogno di alcun materiale

10 min.

Medaglie, dolcetti ecc...

Slide 12: Parlare in pubblico, riassunto 1

PAUSA

10 min.

PAUSA

D. Abilità imprenditoriali – Parlare in pubblico 2

Gioco rompighiaccio: Guardati le spalle

(Fonte: <http://www.buzzle.com/articles/team-building-activities-for-adults.html>)

Presentazione del gioco: l'attività ha luogo all'aperto e intende aiutare i partecipanti ad aumentare pazienza e collaborazione.

Istruzioni:

- forma delle coppie di partecipanti;
- chiedi loro di stare schiena contro schiena, intrecciando le braccia e incrociando i gomiti e mantenendo le mani sullo stomaco;
- disegna una linea di inizio e una di fine;
- informa i partecipanti che devono raggiungere la linea di fine nel minor tempo possibile, restando nella stessa posizione.

85 min.

15 min.

Non c'è bisogno di altro materiale

Non c'è bisogno di altro material

Discussione:

Dire ai partecipanti: *Ora pensate ad alcune situazioni in cui avete dovuto portare avanti una presentazione, Domanda: A cosa pensavate mentre preparavate una presentazione?*

(Risposte: al pubblico, all'argomento della presentazione, al motivo della presentazione)

Presentazione: Abilità di parlare in pubblico

Preparazione: Scopo/Pubblico/Messaggio

Linguaggio del corpo

Le regole d'oro nel fare una presentazione

Gioco – La vita finta del mio amico

(Fonte: <http://publicspeakingpower.com/fun-public-speaking-activities/>)

Presentazione del gioco: Un gioco divertente e creativo che incoraggia a pensare sul momento, e a sviluppare idee spontanee di fronte a un pubblico.

Istruzioni per i partecipanti:

-chiedi ai partecipanti, a turno di posizionarsi di fronte al gruppo e di indicare un amico tra loro, e presentarlo. Invece di presentarlo in maniera normale, dovrebbero inventare una vita fittizia. Per esempio : *Ciao, lei si chiama Jane Smith e lavora a nero come pianista jazz per la mafia clandestina.* E possono parlare di lei, della sua vita qualunque possa essere;

-chiedi agli altri partecipanti di osservare come viene tenuto il contatto visivo, il linguaggio del corpo;

-fai un feedback dopo ogni presentazione;

Feedback: *Come è stato? Come vi siete sentiti? Chi parlava, ha seguito le linee guida da osservare per parlare in pubblico?*

Passaggio alla prossima sessione: Dì ai partecipanti:

Questa sessione termina qui, ma continueremo a trattare il parlare in pubblico, la negoziazione, le vendite e il servizio clienti durante la prossima sessione. Buona giornata!

30 min.

30 min.

5 min.

Dispensa 6 – Sintesi delle abilità di presentazione

Dispensa 7- Le regole d'oro della presentazione

SESSIONE 36 ore
5 min.

<i>Progetto di Lezione</i>	<i>Durata</i>	<i>Materiale ausiliare</i>
D. Abilità imprenditoriali – Parlare in pubblico 2 (continua) Giochi – Finali (Fonte: http://publicspeakingpower.com/fun-public-speaking-activities/) Presentazione del gioco: Parlare in pubblico spesso viene collegato a raccontare storie. Questo gioco permette ai partecipanti di affinare la propria immaginazione e di portare avanti un discorso semplicemente raccontando una storia di fronte ai propri compagni. Istruzioni per i partecipanti: -ognuno riceverà un finale, e il vostro compito è raccontare una storia che sia adatta a quel finale. Potete raccontare una storia divertente o triste o una storia d'avventura. Non importa. Feedback: <i>Come vi siete sentiti? Qual era la difficoltà? Quali strategie avete usato? Avete applicato quello che avete imparato sul contatto visivo e sul linguaggio del corpo?</i> Gioco – La dimostrazione del biscotto Oreo (in coppie) (Fonte: Fun with Speaking, Cindy Osterlund, Oregon State University Extension Service). Presentazione del gioco: Questa attività sviluppa le abilità dei partecipanti di presentare utilizzando una sequenza di vari passaggi, così che siano capaci in futuro di fare presentazioni corrette, chiare e logiche. Preparazione: -dividi il gruppo in coppie; -dai a ciascuna coppia una quantità di biscotti Oreo; Istruzioni per i partecipanti: -chiedi ad ogni coppia di creare una sequenza di passaggi per dimostrare il modo giusto di mangiare un biscotto Oreo; -il metodo dovrebbe avere almeno 3 passaggi;	60 min. 30 min. 30 min.	<i>Una lista di finali- almeno 5 in più del numero di partecipanti</i> <i>Biscotti oreo</i>

-Dai il tempo necessario (almeno 10 minuti) per la preparazione prima di chiedere di dimostrare il proprio metodo al gruppo. Facoltativo: Fai introdurre la dimostrazione con una breve presentazione. Esempio: Signori e signore! C'è solo un modo giusto per mangiare un biscotto Oreo. Oggi io, Jack Smith, insieme al mio socio Joe Brown, dimostreremo il modo più soddisfacente di mangiare un biscotto Oreo. Prima dividete il biscotto, quindi leccate la crema da un lato dell'Oreo e lo poggiate sulla testa. Come terzo passo, mangiate la seconda metà del biscotto in un solo boccone. Infine, recuperate il biscotto dalla vostra testa e lo mangiate con dei piccoli minuscoli morsi. Ecco come si mangia un biscotto Oreo.		
PAUSA	10 min.	PAUSA
E. Abilità imprenditoriali– Negoziazione e vendita Gioco rompighiaccio: Due verità e una bugia (Fonte: http://www.huddle.com/blog/team-building-activities/) Presentazione del gioco: Il gioco mira a incoraggiare una migliore comunicazione tra i membri del gruppo. Istruzioni per i partecipanti: -chiedi ai partecipanti di scrivere in segreto su un piccolo pezzo di carta, due verità e una bugia che li riguardano; -dopo che tutti hanno svolto questo compito, concedi 10 minuti di tempo per una conversazione libera- come un cocktail party- dove ognuno interroga gli altri sulle tre domande; -l'idea è quella di convincere gli altri che la bugia è vera, e allo stesso tempo, cercare di indovinare quale sia la bugia degli altri partecipanti, facendogli delle domande. I partecipanti non devono rivelare la propria bugia a nessuno; -dopo 10 minuti, posiziona i partecipanti in cerchio e chiedi a ognuno di ripetere a voce alta le proprie affermazioni. Il gruppo voterà quale sia secondo loro la bugia; -il gioco può essere condotto sotto forma di gara, assegnando dei punti per ogni bugia indovinata, o	70 min. 30 min.	<i>Piccoli pezzi di carta</i>

confondendo i partecipanti con le proprie bugie;

Dì ai partecipanti: Quando ci si concentra dall'imprenditoria, è necessario: identificare le risorse finanziarie convincendo le persone/banche che la vostra idea è valida e può sopravvivere sul mercato e attrarre clienti che acquistano i vostri prodotti/servizi così da generare profitto. Abilità utili nel raggiungere questi obiettivi sono le abilità di negoziazione e di vendita. Parleremo delle basi di queste abilità nei prossimi minuti.

2 min.

Presentazione: Elevator pitch

8 min.

Cos'è: di ai partecipanti: una presentazione fatta con lo scopo di convincere qualcuno della propria idea. Viene chiamata così perché il partecipante dovrebbe essere in grado di convincere l'altra persona nel tempo necessario a un ascensore per raggiungere l'undicesimo piano. Oggi presentazioni di questo tipo vengono chiamate lanci, perché avvengono in un breve periodo di tempo e devono essere convincenti. Questa è una presentazione di vendita basilare.

Dì ai partecipanti: Aristotele riguardo il parlare in pubblico diceva che un buon discorso doveva avere ethos, pathos e logos: emozione, ragionamento e studio. Questo può essere applicato alle tecniche di vendita poiché vendere significa presentare il proprio progetto/idea con l'obiettivo di convincere qualcuno a investire o a comprare i vostri prodotti/servizi.

Non è richiesto alcun materiale per questa attività

Gioco– Vendi il prodotto in 1 minuto (in squadre di 4/5 partecipanti)

30 min.

Presentazione del gioco: ai partecipanti viene presentato un prodotto immaginario (es. Un deodorante che dura 7 giorni, che mantiene freschi e puliti, riducendo così il bisogno di una doccia giornaliera) e viene chiesto loro di pubblicizzare il prodotto in un minuto.

Istruzioni ai partecipanti:

- dividi i partecipanti in gruppi da 4/5 persone
- lascia ai partecipanti 15 minuti per creare lo spot,
- chiedi a ogni gruppo di scegliere chi parlerà
- chiedi agli speaker di ogni gruppo di presentare lo spot di fronte al gruppo,
- parla di ogni spot seguendo i criteri di un buon lancio pubblicitario

Distribuisci la Dispensa 8 – Le slide indicano cosa serve per un buon lancio pubblicitario

Dispensa 8

PAUSA

10 min.

PAUSA

E. Abilità imprenditoriali – Negoziazione e vendita (continua)

Presentazione: Negoziazione

Dì ai partecipanti: Quando si negozia, generalmente ci sono due parti coinvolte, ed entrambe vogliono ottenere di più: il venditore vuole ottenere il miglior prezzo (più alto), il compratore vuole ottenere il miglior prezzo per lui (più basso possibile). Ciascuna delle due parti coinvolte nella negoziazione dunque, cura i propri interessi. Quello che si vuole ottenere è un prezzo più vicino possibile a quello che si vuole. Una buona strategia è un approccio in cui entrambe le parti guadagnano qualcosa.

Gioco – Il gioco dei 2 dollari

(Adattato da: http://ocw.mit.edu/courses/sloan-school-of-management/15-667-negotiation-and-conflict-management-spring-2001/lecture-notes/about_game.pdf)

Istruzioni per i partecipanti:

- dividi i partecipanti in coppie;
- dai a ogni partecipante le istruzioni segrete per formare lo scenario che la coppia porta avanti;
- assicurati che le istruzioni non vengano viste da nessun altro partecipante eccetto quelli a cui sono state destinate;
- lascia a ognuno 15 minuti per negoziare;

Feedback: Discuti insieme ai partecipanti sulle situazioni e sulle sfide che hanno affrontato e sul loro approccio, e decidete insieme se il risultato finale è una situazione in cui vincono entrambi o no, chiedi loro: *Cosa potrebbe accadere se il risultato non fosse in accordo per entrambi, e dovesse essere necessaria un'altra negoziazione?*

(Risposta: La negoziazione potrebbe essere più difficoltosa, potrebbero emergere risentimenti e potrebbe essere difficile fare affari con quella persona in seguito, dovrebbe essere usato un atteggiamento più competitivo ecc...)

Breve riassunto e passaggio al servizio clienti

60 min.

2 min.

55 min.

3 min.

Dispensa: Istruzioni segrete del gioco dei 2 dollari

Slide 13- Parlare in pubblico, riassunto

PAUSA

10 min.

PAUSA

F. Abilità imprenditoriali – Servizio Clienti

50 min.

Presentazione: Quando si avvia un'impresa, una degli aspetti più importanti è il cliente. Pertanto bisogna fare attenzione ai suoi bisogni e trattarlo in maniera gentile.

5 min.

Presentazione: Abilità nel servizio clienti- trattare il cliente, agire con professionalità, regole.

10 min.

Slide 14-15- Abilità nell'assistenza al cliente

Gioco: Quando eri un cliente

30 min.

(Fonte: 50 Activities for Achieving Excellent Customer Service, D.S. Doane, R.D. Sloat)

Presentazione del gioco: Questa attività permette di mettersi nei panni del cliente e ci ricorda come ci si sente quando si viene trattati male e quando invece si è trattati con professionalità.

Obiettivi:

- identificare alcuni momenti quando, come clienti, non siete stati trattati come avreste dovuto,
- identificare momenti quando, come clienti, siete stati trattati come avreste dovuto;
- riconoscete l'impatto di un trattamento professionale sui propri clienti

Introduzione per i partecipanti:

- dividi i partecipanti in gruppi da 4 a 6 persone;
- scegli un leader per ogni gruppo;
- metà gruppi devono confrontarsi con le seguenti affermazioni e formare una lista di idee e sensazioni relative alla seguente situazione:

Situazione #1 : Quando siete stati clienti, come vi siete sentiti quando non vi hanno trattato come vi aspettavate?

-l'altra metà dei gruppi dovrebbe avere a che fare con la seguente situazione:

Situazione #2: Quando siete stati clienti, come vi siete sentiti quando vi hanno trattato come vi aspettavate, o meglio?

-ogni squadra dovrebbe impiegare approssimativamente 5 minuti per condividere idee e sviluppare una lista di sensazioni;

-quando termina il tempo, si inizia dai commenti più negativi, cioè dai gruppi che non si sono sentite trattati

come avrebbero voluto. Lasciate che condividano le loro risposte;

-ora, lascia che i gruppi che si sono sentiti trattati come avrebbero voluto condividano i loro commenti positivi;

Riconosci e apprezza ogni squadra alla fine delle loro condivisioni.

Puntualizza sempre: Vogliamo che i nostri clienti riflettano i sentimenti positivi, non quelli negativi.

Note, intuizioni e variazioni

-chiedi a tutti i partecipanti se hanno tempo di condividere un aneddoto di quando sono stati clienti e non sono stati trattati molto bene. Noterai che, sfortunatamente, molte persone hanno storie del genere da raccontare. Chiedi se vogliono condividere la storia con tutto il gruppo. Quando un partecipante ha finito, chiedi *“Questo come ti fa sentire”?*

Feedback: ricordate, i clienti soddisfatti condivideranno l'esperienza del servizio positivo con un numero di persone da 0 a 5. I clienti insoddisfatti condivideranno la negatività del servizio ricevuto con un numero da 5 a 10 persone.

Riassunto: SC significa dare attenzione al cliente

5 min.

[Slide 16 –sommario](#)

PAUSA

10 min.

PAUSA

G. Valutazione dell'Unità 1

85 min.

Gioco: Rappresentazione di una conferenza stampa

60 min.

Presentazione del gioco: Il gioco è rivolto a gruppi dai 12 ai 24 partecipanti e dà loro la possibilità di esercitare le abilità creative, l'abilità di parlare in pubblico e di lavorare in gruppo, impersonando differenti personaggi.

Preparazione:

I partecipanti sono seduti in cerchio e vengono informati che dovranno mettere in pratica le attività che hanno sviluppato tramite un gioco finale. Dì ai partecipanti che simuleranno una conferenza stampa e che ognuno di loro sarà libero di scegliere il personaggio che vuole interpretare in questo gioco. I ruoli sono:

- Sindaco- una persona
- Consiglieri- due persone

- Giornalisti –tre persone
- Elettori - il restante numero di partecipanti

Il sindaco dovrà condurre una conferenza stampa su un dato argomento, con l'aiuto dei suoi consiglieri. Questi saranno interrogati dai membri della stampa e dai votanti. Alla fine della conferenza stampa gli elettori decideranno se la proposta del sindaco viene accettata o meno.

Istruzioni per i partecipanti:

15 min.

Chiedi ai partecipanti se ci sono dei volontari per i ruoli sopracitati. Dopo aver scelto i partecipanti, istruiscili sull'argomento della conferenza stampa:

A metà del suo mandato, il sindaco deve convincere gli elettori ad aumentare le tasse perché il budget è stato prosciugato e non ci sono più soldi per gli investimenti previsti: la costruzione di una scuola e una nuova via di accesso alla comunità. (Il trainer può adattare lo scenario per adattarlo alle esigenze del gruppo).

Sindaco, consiglieri, addetti stampa e elettori hanno 15 minuti per prepararsi.

Il sindaco dovrà fare un discorso di 3 minuti e quindi rispondere alle domande del pubblico. Ogni partecipante deve fare almeno una domanda.

Alla fine gli elettori dovranno prendere una decisione sulla proposta del sindaco.

Feedback:

10 min.

Chiedi al gruppo quali difficoltà hanno incontrato, cosa hanno apprezzato e cosa no; discuti sul discorso del sindaco, facendo riferimento alle conoscenze acquisite sul parlare in pubblico, discutere sul lavoro di gruppo per la preparazione dell'esercizio ecc...

L'omino

Sulla lavagna, disegna un omino, poi distribuisce post-it tra i partecipanti. Chiedi ai partecipanti di pensare alla loro esperienza in questo modulo e alle informazioni acquisite. Poi chiedi loro di posizionare i post-it con le informazioni che vogliono ricordare, o che ritengono utili, accanto alla testa e alle braccia dell'omino e i post-it con le informazioni che considerano inutili accanto ai suoi piedi.

Chiusura e ringraziamenti.

Lavagna e post it

Unità 2: Proposta di valore

Durata: 36 ore

Competenze che derivano da questa unità:

Alla fine di questa unità, i partecipanti saranno in grado di identificare le opportunità di mercato e di scrivere una proposta di valore complete, con la supervisione di un professionista.

Per ulteriori informazioni sulle Piano di Qualifiche Europeo:

<https://ec.europa.eu/ploteus/content/descriptors-page>

SESSIONE 1

6 ore

<i>Piano di lezione</i>	<i>Durata</i>	<i>Materiali ausiliari</i>
1. Introduzione	15 min.	
a. Saluta e accogli i partecipanti del corso sulla formazione di una proposta di valore.	2 min.	
b. Spiega come è strutturata la sessione e cosa ci si aspetta dai partecipanti:	7 min.	<i>Slide 1 e 2 – Titolo e obiettivi dell'Unità</i>
- 36 ore che servono a comprendere cos'è una proposta di lavoro e come pianificarla; - Verranno trattati aspetti come la struttura di una proposta di valore, cosa dovrebbe contenere ogni capitolo e come si può valutare se può essere o meno di successo sul mercato; - Tutti gli argomenti trattati durante quest'unità, saranno supportati da esempi pratici di un'unità sociale che opera nel campo della produzione di borse di tela.		
c. Obiettivi dell'unità:	3 min.	
Alla fine di questa unità, i partecipanti saranno in grado di:		
- Descrivere gli elementi che devono essere inclusi in una proposta di valore; - Spiegare le differenze tra entrata e profitto;		

- Progettare una proposta di valore; d. Cosa tratteremo in questa prima sessione: - Introduzione alla proposta di valore, - L'imprenditoria e le sue regole per creare una proposta di valore;	3 min.	
2. Attività rompighiaccio Gioco – Se avessi una bacchetta magica, cosa cambieresti? (Fonte: http://adulted.about.com/od/icebreakers/qt/magicwand.htm) Motivazione: Questo è un gioco rompighiaccio che apre la mente, considera possibilità e dona energia al gruppo. Preparazione: Sistema i partecipanti in cerchio Istruzioni: Dai ad ogni partecipante una bacchetta magica e chiedi loro di pensare a una cosa che cambierebbero nella loro comunità se avessero il potere di farlo. Di loro che i poteri sono illimitati e che possono pensare a tutto quello che vorrebbero cambiare. Scrivi le loro risposte. (Questo servirà più tardi in questa stessa unità) Feedback: Usare l'idea della bacchetta magica genera nei partecipanti la creazione di nuove idee su come rendere reali i propri desideri. Chiedi anche di elencare tre cose di cui avrebbero bisogno per le soluzioni che stanno proponendo.	30 min.	<i>Materiale richiesto: Una bacchetta magica (essenziale), lavagna per appuntare i risultati (Facoltativa)</i> <i>Segna le risposte sulla lavagna, in maniera corrispondente ai desideri magici.</i>
3. Le differenze tra un'impresa commerciale e un'impresa sociale a. Le differenze tra commercio e impresa sociale <i>Domanda: Cos'è un'azienda?</i> (Risposta: è un'impresa commerciale che offre prodotti o servizi al mercato (clienti) con lo scopo di ottenere profitti che vengono distribuiti tra i proprietari dell'azienda). <i>Domanda: Come vengono chiamate le persone che costruiscono un'impresa?</i> (Risposta: Imprenditori) <i>Domanda: Potreste farmi un esempio di un'impresa</i>	80 min. 30 min. 5 min. 2 min. 3 min. 10 min. 5 min.	<i>Scrivi le risposte dei partecipanti sulla lavagna</i>

commerciale?

Domanda: Come definireste un'impresa sociale?

(Risposta: Un'impresa che offre prodotti o servizi al mercato(clienti) con lo scopo di risolvere un'esigenza sociale nella comunità (disoccupazione, problemi ambientali ecc...) e non quello di fare necessariamente profitto).

Metti in evidenza il fatto che le imprese sociali usano gli stessi principi di quelle commerciali nello scegliere i prodotti/servizi che verranno offerti. È solo che il loro scopo finale non è il profitto, ma risolvere un problema nella comunità. Le persone che avviano un'impresa sociale sono chiamati imprenditori sociali.

Domanda: Potreste farmi un esempio di impresa sociale?

(Risposta: Unità che producono borse di tela, giocattoli di legno, vari tipi di gioielleria, e che impiegano persone con disabilità o che erano disoccupate, usando materiali amici dell'ambiente ecc..)

b. Canvas Bag

Introducete l'esempio dell'impresa sociale Canvas Bag e discutatene con il gruppo in termini generici (cosa fanno, dove sono, perché è un'impresa sociale, risultati raggiunti)

Discussione: *chiedi ai partecipanti: perché è un'impresa sociale? Quali problemi sociali risolve? Perché pensate possa essere di successo sul mercato?*

Nota! Per altri esempi di impresa sociale da presentare e discutere insieme ai partecipanti, fai riferimento al Capitolo 1 di questo toolkit.

PAUSA

5 min.

Scrivi le risposte dei partecipanti sulla lavagna

10 min.

Slide 3 e 4eesempio dell'impresa sociale Canvas Bag

10 min.

10 min.

PAUSA

4. Valore, commercio e idee

Domanda: Qualcuno di voi ha mai creato un'impresa? O qualcosa di proprio? Com'è stato? È andata bene? Che cosa è andato storto?

Discussione: parla con i partecipanti delle imprese che hanno creato o che vorrebbero creare, e delle opportunità e difficoltà incontrate.

Domanda: Secondo voi, per quale motivo le persone decidono di avviare un'impresa?

115 min.

10 min.

5 min.

Scrivi le risposte dei partecipanti sulla lavagna

Risposte: per essere il capo di se stessi, per fare più soldi, per fare qualcosa che amano, perché intravedono un'opportunità, per risolvere un problema sociale.

Domanda: secondo voi, cosa serve per avviare una propria impresa?

5 min.

(Risposta: un'idea, un piano, denaro)

Enfatizza il fatto che la prima cosa che serve è un'IDEA.

Presentazione:

5 min.

Dì ai partecipanti: *per ottenere un'idea gli imprenditori dovrebbero cercare soluzioni a problemi, perché ogni problema è un'opportunità per fare qualcosa di cui qualcuno ha bisogno, e per cui pagherebbe.*

5 min.

Domanda: Secondo voi, come o dove va cercata un'idea?

7 min.

(Risposta:- un problema al quale non si è trovata una soluzione, un problema che ha avuto un cliente di un vostro precedente lavoro; osservando cosa fanno gli altri e cercare di fare le stesse cose meglio o in maniera diversa; osservando le mutazioni nell'ambiente naturale, tecnologico, sociale.)

15 min.

Dì ai partecipanti: I cambiamenti ambientali potrebbero essere:

-leggi(es. l'emendamento di avere pneumatici invernali/estivi)

20 min.

-preferenze dei consumatori (es. i consumatori sono più inclini a comprare vari gadget; le persone anziane sono più attive)

5 min.

-cambiamenti tecnologici (invenzioni ecc...)

5 min.

-cambiamenti demografici(es. l'invecchiamento della popolazione)

5 min.

Esercizio:

15 min.

Istruzioni: Dividi i partecipanti in gruppi da 3, in base a dove sono seduti. Chiedi ai partecipanti di identificare almeno un'idea di impresa che deriva da un cambiamento nel macro-ambiente. Lascia 10 minuti per pensare, quindi discuti in seguito le varie idee.

Esercizio:

3 min.

Istruzioni: Lasciando i partecipanti negli stessi gruppi da tre, chiedi loro di aggiungere una dimensione sociale alla loro idea iniziale di impresa. Suggerisci loro che possono pensare a modi di impiegare persone disabili, pensare a bisogni particolari, a proteggere l'ambiente ecc.. Lascia

Slide 5: Idee di successo e non di successo

Dispense 1

Distribute HO2 – Questions for creative thinking

Distribuire HO2- Domande per il pensiero creativo

15 minuti di tempo per pensare, quindi discuti le loro risposte.

Domanda: Per voi, secondo quali elementi alcune idee possono diventare opportunità?

(Risposta: Non sempre, Qualche volta un'idea può non interessare il cliente).

Esempio:

Idee di successo e idee non di successo. Presenta la slide 5 e offri dettagli su ciascuna impresa.

Discussione: Chiedi ai partecipanti: Qual è la differenza tra queste idee? Perché alcune hanno successo mentre altre no?

Discussione: Distribuisci la Dispensa 1 e discuti sugli elementi che possono aiutare a individuare quando un'idea è anche un'opportunità.

Commenta tutte le domande per idee di successo e idee non di successo della Slide 5, chiedendo ai partecipanti di rispondere alle domande di ciascuna idea. Sottolinea il fatto che per far sì che un'idea divenga un'opportunità, bisogna offrire VALORE ai nostri clienti.

Dì ai partecipanti:

Ora, per poter identificare problemi e generare idee, dovrete anche sviluppare il pensiero creativo. Se ricordate, abbiamo già parlato di questo argomento e fatto alcuni esercizi nell'Unità 1. Proviamo a fare ancora un altro esercizio, questa volta però concentrandoci sulla creazione di idee di impresa.

Esercizio:

Istruzioni: dividi i partecipanti in gruppi da tre, stavolta ottenuti facendo contare i partecipanti da uno a tre. Così che il primo dirà 1, il secondo 2, il terzo 3 e il quarto comincerà di nuovo da 1 e così via. Chiedi a tutti i partecipanti col numero 1 di raggiungere una parte della stanza, a quelli col numero 2 di spostarsi in un'altra parte, e a quelli col numero 3 lo stesso.

Distribuisci la Dispensa 2 a ogni squadra e lascia ai partecipanti 10 minuti di tempo per completare il compito.

Feedback: Confrontati con il gruppo sull'idea di impresa che hanno creato

15 min.

Scrivere le idee

*Scrivi le risposte
dei partecipanti sulla lavagna*

PAUSA

10 min.

PAUSA

5. Attività rompighiaccio

15 min.

Gioco – Zoom

(Fonte: <http://www.greatgroupgames.com/zoom-in-game>)

Il gioco in breve: Lo scopo del gioco è indovinare un oggetto guardando un'immagine di esso estremamente ingrandita. I partecipanti sono divisi in gruppi da 5. Il primo gruppo che indovina l'oggetto in questione riceve dei punti. Vince la squadra che raccoglie più punti.

Istruzioni:

1. Divido tutti in gruppi da cinque. Dai a ogni squadra un foglio di carta e una penna. Lo scopo del gioco è identificare più oggetti possibili all'interno della presentazione in PowerPoint.

2. La prima slide ingrandita vale 5 punti, la seconda, meno ingrandita, vale 4 punti, la terza ancora meno ingrandita vale 3 punti e la quarta vale solo 1 punto.

Ogni squadra deve indovinare l'oggetto prima possibile, per ottenere il massimo del punteggio.

3. Se il gruppo crede di aver indovinato l'oggetto, i partecipanti devono alzare la mano e scrivere la loro risposta su un pezzo di carta. * Chiedi di segnare con quale slide hanno riconosciuto l'immagine.

4. Mostra ogni slide, e lascia alle squadre un minuto di tempo per poterle osservare, per potersi confrontare tra loro e per poter infine scrivere la propria risposta. Una volta che hanno indicato una risposta, non possono più cambiarla.

5. Quando gli oggetti vengono svelati, la squadra che ha risposto correttamente riceve i punti corrispondenti alla slide con la quale hanno indovinato l'oggetto. Ad esempio, se un gruppo indovina un oggetto alla seconda slide, guadagna 4 punti. Se un gruppo dà una risposta scorretta, non guadagna alcun punto per quel round.

6. Vince il gioco la squadra che raccoglie più punti

Feedback: Come è stato? È stato facile o difficile? Quali sono state le difficoltà incontrate nell'indovinare l'oggetto?

Dì ai partecipanti: nonostante i dettagli siano di fondamentale importanza, bisogna sempre tenere presente l'intera immagine.

*Materiale richiesto: -
Presentazione PowerPoint, un
computer, proiettore,
schermo, cavi,
-Timer/orologio
-Carta e penna;
-Una lista di elementi
-Qualcosa su cui segnare i
punti delle squadre.*

Dispensa 3

Dispensa 4

Dispensa 5

6. Imprenditori

Dì ai partecipanti:

Ora che abbiamo discusso su cos'è un'impresa e un'impresa sociale, diamo uno sguardo più specifico(zoom) alla categoria degli imprenditori.

Domanda: Secondo voi, quali sono le qualità di un imprenditore?

(Risposte: coraggioso, creativo, gran lavoratore, capace di esporsi a rischi ecc...)

Distribuisci la Dispensa 3 - Le qualità di un imprenditore.

Commenta la dispensa 3 con i partecipanti. Sono d'accordo con le qualità presenti nella lista? Perché? Perché no?

Gioco – La paura nel cappello

(Fonte: <http://www.icebreakers.ws/team-building/fear-in-a-hat.html>)

Presentazione: Oggi parleremo della paura, perché molte persone hanno numerosi dubbi sull'iniziare o meno qualcosa di proprio perché hanno paura di fallire.

Dì ai partecipanti:

Molte persone hanno paura di costruire una propria impresa, ma solo un'azienda su 7 fallisce. Guardiamo insieme il seguente allegato Dispensa 5 sui rischi e sulle opportunità.

Lascia ai partecipanti 3 minuti per leggere l'allegato.

Commenta il contenuto della dispensa ponendo l'accento sul fatto che cambiare può essere positivo e che bisognerebbe cogliere le opportunità. Se si effettua un'attenta analisi della propria idea (che impereremo a disputare nel prossimo incontro) ci sono buone possibilità che la nostra impresa sia una delle 6 di successo.

Dì ai partecipanti: Poiché i cambiamenti possono essere positivi, ora faremo un gioco che vi aiuterà a identificare le cose che vorreste cambiare nelle vostre vite.

Gioco – Dove soffia il vento

(Fonte: adapted from

<http://www.greatgroupgames.com/where-the-wind-blows>)

85 min.

3 min.

5 min.

10 min.

10 min.

20 min.

1 min.

3 min.

2 min.

Slide 7

1 min.

25 min.

Presentazione del gioco: lo scopo del gioco è aiutare i partecipanti a capire quali abitudini potrebbero cambiare nelle loro vite. Lo scopo del gioco è di evitare di essere l'ultimo in piedi.

Preparazione: Sistema le sedie in cerchio e chiedi ai partecipanti di sedersi. Uno solo resta in piedi al centro del cerchio.

Istruzioni per i partecipanti:

1. La persona al centro deve indicare un'abitudine che vorrebbe abbandonare o qualcosa che vorrebbe cambiare nella sua vita. Per esempio „mi piacerebbe smettere di fumare”, „vorrei andare in palestra”, „mi piacerebbe mangiare in maniera più sana” „vorrei essere meno arrabbiato” ecc...

2. Se l'affermazione è condivisa anche da qualcuno seduto nel cerchio, questa persona deve alzarsi e sedersi su un'altra sedia.

3. La persona al centro dovrà cercare di sedersi. Resta sempre una persona in piedi, che inizia un nuovo round.

Nota: Le persone non possono spostarsi verso la sedia adiacente alla propria. Per esempio, possono spostarsi di due sedie, ma non possono sedersi sulla sedia dopo la propria.

Feedback: *Dì ai partecipanti: Il cambiamento inizia con voi. Cercate di mettere in pratica quello che volete cambiare già dal prossimo incontro.*

Chiedi ai partecipanti se vogliono cambiare le proprie vite, e se sono disposti a impegnarsi da subito affinché questo avvenga. Dì ai partecipanti che il cambiamento può riguardare qualsiasi aspetto delle proprie vite e che i progressi verranno discussi nel prossimo incontro.

3 min.

2 min.

7. Riassunto della Sessione 1

Riassunto della sessione 1: *Dì ai partecipanti: Oggi abbiamo visto cosa sono le imprese commerciali e sociali, quali sono le qualità di un imprenditore e di cosa abbiamo bisogno per costruire un'impresa.*

8. Passaggio alla prossima Sessione

Dì ai partecipanti: La prossima volta vedremo nel dettaglio cos'è una proposta di valore e inizieremo a comprendere il suo contenuto. Ci vediamo la prossima volta! Cercate di iniziare a cambiare qualcosa nelle vostre vite nel frattempo!

SESSIONE 2

6 ore

<i>Piano di lezione</i>	<i>Durata</i>	<i>Materiali ausiliari</i>
1. Introduzione a. Saluta i partecipanti b. Inizia la sessione dicendo ai partecipanti che durante questo incontro inizierete a parlare in maniera più profonda di cos'è una proposta di valore, da cosa è costituita e svilupperete le capacità necessarie per scrivere una bozza. <i>c. Dì ai partecipanti: Comunque, prima di iniziare a trattare in nuovo argomento, vediamo come avete gestito i cambiamenti che volevate apportare alle vostre vite nel nostro precedente incontro.</i> Discussione: Chiedi ai partecipanti quali cambiamenti vorrebbero apportare, quali sono i progressi raggiunti e quali invece le sfide e le opportunità incontrate. d. Gioco – Elettricità (Fonte: http://www.greatgroupgames.com/electricity.htm) Presentazione: Lo scopo del gioco è cercare di afferrare un oggetto dato ogni volta che, lanciata una monetina, ne verrà fuori “testa”. Istruzioni per i partecipanti: 1. Forma due squadre con lo stesso numero di partecipanti, sistemati su due file parallele. Alla fine delle file, posiziona l'oggetto a circa 5 passi di distanza (alla stessa distanza dalle squadre). Il trainer si posizionerà davanti la fila. 2. Spiega le regole: Tutti devono chiudere gli occhi e tenersi le mani. Solo la prima persona di entrambe le file può aprire gli occhi. Lancia la monetina, poi afferrala e rivela il lato alla prima persona di entrambe le file. 3. Se il lato è “testa”, il primo della fila stringe le mani della seconda persona, la quale le stringerà alla terza, e così via. L'ultimo della fila deve correre ed afferrare l'oggetto. La squadra che afferra per prima l'oggetto vince un punto per quel round. Se il lato della monetina è “croce”, nessuno stringe la	72 min. 2 min. 3 min. 2 min. 15 min. 20 min.	<i>Materiale necessario: una moneta ecc..., un oggetto che possa essere afferrato dai partecipanti (una palla, un animale di pezza, una bottiglia d'acqua ecc.)</i>

mano di nessun altro. Se si verifica una stretta di mano accidentale, quindi con il lato “croce” della monetina, la squadra che afferra comunque l’oggetto perde un punto per quel round. 4. Nel secondo round, il primo della fila si sposta e occupa l’ultimo posto. Il gioco riprende. La prima squadra che raggiunge 10 punti vince il gioco. e. Feedback: <i>Chiedi ai partecipanti:</i> <i>Di cosa abbiamo parlato la volta scorsa?</i> <i>Di cosa abbiamo bisogno per costruire un’impresa?</i> <i>Come/da dove posso ottenere le idee?</i> <i>Chi è un imprenditore?</i> <i>Quali qualità dovrebbe avere?</i> <i>Cos’è un’impresa sociale?</i>	30 min.	
2. Proposta di valore – struttura generale <i>Domanda: Secondo voi, cos’è un piano commerciale/una proposta di valore?</i> (Risposta: una dichiarazione formale degli obiettivi commerciali, dei motivi per cui sono raggiungibili e dei modi di ottenerli) <i>Domanda: secondo voi, perché si realizza un piano commerciale/una proposta di lavoro? Perché è importante?</i> (Per valutare la nostra impresa, per organizzare le idee, per chiedere un credito bancario o altre fonti di finanziamento, per presentare la nostra idea a potenziali investitori)	48 min.	
Presentazione: Introduci ai partecipanti la struttura di un piano commerciale/proposta di lavoro. Distribuisce la Dispensa 6 Lascia ai partecipanti 5 minuti per leggere le dispense sulla struttura di una proposta di lavoro. Discussione: commenta la struttura della proposta di valore con i partecipanti. Dai alcuni brevi accenni del contenuto di ogni sessione. Chiedi inoltre ai partecipanti quali esempi dovrebbero essere inclusi nella sessione.	3 min. 5 min. 10 min. 30 min.	Dispensa 6

0. Copertina

1. Identificazione dei dettagli: nome dell'azienda, proprietà pubblica o privata, compagnia o ONG ecc...
2. Sommario- una breve presentazione delle idee principali che devono essere incluse in una proposta di valore
3. Contenuto
4. Storia, dove applicabile, una breve presentazione dei risultati raggiunti finora, delle sfide affrontate ecc...
5. Informazioni di mercato
 - a. Prodotti
 - b. Clienti e analisi del cliente
 - c. analisi della concorrenza
 - d. prezzo
 - e. Distribuzione
 - f. promozione
6. Risorse umane
7. Piano operativo
8. Analisi finanziaria
9. Rischi

PAUSA**10 min.****PAUSA****Gioco – La camminata della fiducia**

(Fonte: <http://www.icebreakers.ws/team-building/trust-walk-teambuilding-activity.html>)

Presentazione: Questa è un'attività che aiuta ad aumentare la fiducia nel prossimo. Un leader conduce il proprio compagno in un percorso formato da ostacoli vari, usando istruzioni verbali e non verbali.

Istruzioni per i partecipanti:

1. Chiedi ai partecipanti di formare delle coppie.
2. Per ogni coppia, un partecipante deve essere bendato, e l'altro fungerà da guida.
3. Una volta bendato, fai girare il partecipante su se stesso un certo numero di volte, così che perda l'orientamento sulla direzione da seguire.
4. Accompagna i partecipanti nell'area con gli ostacoli.
5. Da questo punto in poi, i partecipanti non possono toccare il proprio partner ma devono fare affidamento solo su indizi verbali (es. Tra circa cinque passi, ci sarà un

30 min.

*Materiale richiesto:
Preferibilmente un ambiente esterno con alcuni ostacoli (non troppo pericolosi), bende e altri oggetti adatti che possono essere usati come ostacoli minori.*

ramo. Vai avanti e scavalcalo lentamente)

6. Istruisci i partecipanti sul fatto che solo la guida è responsabile della sicurezza del partner. Il loro compito è fare del proprio meglio per tenere i loro partner lontani dagli ostacoli.

7. Dai il via ai partecipanti, e seguili mentre raggiungono la linea di fine.

Feedback:

Domande:

Come è stato fare da guida ed essere pienamente responsabile della sicurezza del tuo partner?

Secondo te, qual era lo scopo di questa attività di gruppo?

Hai avuto difficoltà a fidarti del partner quando eri bendato? Perché? Perché no?

Come pensi che questa attività sia collegata all'argomento della sessione?

Attività che promuovono l'unità e la formazione di un gruppo permettono di imparare molto (es. la guida dovrà imparare le difficoltà e la responsabilità di prendersi cura di un altro essere umano, mentre chi viene bendato dovrà imparare ad affidarsi a un'altra persona). Questi aspetti possono essere messi in relazione col fatto che quando si costruisce un'impresa/proposta di valore, si devono stringere rapporti lavorativi con altre persone, fidarsi di loro e lasciare che loro si fidino. Allo stesso modo, è necessario avere un piano o una proposta di valore, così da non procedere alla cieca nella realizzazione del nostro obiettivo.

5. Proposta di valore - dettagli sul contenuto:

Gioco: Energizer

(Fonte:

<http://www.ccam.uchc.edu/holmes/improv/improv/exercises.htm>)

I partecipanti sono in piedi in cerchio. Ognuno mantiene il contatto visivo con un'altra persona all'interno del cerchio. Queste due persone, attraversano il cerchio e si scambiano di posto, sempre mantenendo il contatto visivo. Le varie coppie possono cambiare posizione contemporaneamente, e tutto il gruppo dovrebbe cambiare il proprio posto almeno una volta. Inizia questa attività in silenzio, quindi incoraggia i partecipanti a

Material richiesto: nessuno.

Scrivi gli elementi che dovrebbero essere inclusi nella sessione, sulla lavagna.

Scrivere le risposte dei partecipanti sulla lavagna

Dispensa 7

Dispensa 8

110 min.

7 min.

scambiarsi desideri positivi al centro del cerchio.

Dì ai partecipanti: Entriamo ora, in maniera più specifica, nella struttura della proposta di valore. Per rendere tutto più chiaro, userò l'esempio dell'Impresa sociale Canvas Bag che ho presentato nella scorsa sessione. Notare che i dati presentati potrebbero non essere veri, perché non conosciamo i dati reali.

3 min.

Scrivi le risposte dei partecipanti sulla lavagna

Dettagli di identificazione dell'unità

Presentazione:

Questa sezione include i dati della nostra unità (che sia un'impresa commerciale, un'unità sociale, una ONG, un'associazione ecc...). I dati includono: Il nome dell'unità e i contatti (indirizzo, numero di telefono, e-mail ecc...); il nome dei soci/dei dirigenti dell'Unità; la struttura del suo capitale; se è un'impresa pubblica o privata, la banca e i dati bancari; il tipo di attività offerta dall'unità (Cosa fanno concretamente : offrono prodotti/servizi? In che campo economico- il codice generico dell'attività dato dalla legislazione nazionale).

50 min.

15 min.

Scrivi il contenuto sulla lavagna.

Discussione:

Domanda: Secondo te come viene deciso il nome della propria impresa? Cosa bisognerebbe prendere in considerazione?

(Risposta: il nome dovrebbe essere connesso all'attività offerta, dovrebbe essere facile da ricordare e da pronunciare, dovrebbe essere originale)

10 min.

Domanda: Potreste fare un esempio di nomi del genere?

Commenta gli esempi fatti dai partecipanti e concentrati sulle caratteristiche positive e negative di ciascun nome.

5 min.

10 min.

Esercizio: Scegliete il nome adatto alla propria impresa

Distribuisci la Dispensa 7

Lascia 5 minuti per completare l'esercizio.

10 min.

Commenta le risposte, tenendo presente le idee discusse in precedenza.

Consigli nel scegliere un nome per la propria impresa

Distribuisci la Dispensa 8 e lascia 5 minuti ai partecipanti per leggerla. Chiedi se ci sono domande e discutine con il gruppo.

Sommario

10 min.

Presentazione:

3 min.

Dì ai partecipanti: Questa parte viene affrontata dopo aver completato tutte le altre sezioni. Contiene una breve presentazione dei punti principali di una proposta di valore. Si trova sempre all'inizio della proposta di valore ed è una sua parte fondamentale.

Domanda: Perché pensate che il sommario sia una parte così importante?

5 min.

(Risposta: Molti investitori/banche, non leggono tutto il piano commerciale, si limitano a leggere il sommario per poter subito capire se l'idea ha del potenziale, quindi cercano le sezioni più interessanti per loro)

2 min.

Dì ai partecipanti: Torneremo su questa parte alla fine, e mostreremo un esempio esaustivo.

Storia dell'unità

20 min.

Presentazione:

5 min.

Dì ai partecipanti: Nel caso in cui l'unità non è di nuova costruzione,, questa sezione contiene una breve presentazione dell'evoluzione dell'unità, delle realizzazioni e delle opportunità. Può anche indicare nel dettaglio alcune sfide affrontate e i modi in cui sono state superate.

5 min.

Esempio:

Usa le slide 3 e 4 per illustrare la storia dell'unità Canvas Bag.

10 min.

Domanda: Cosa possiamo scrivere nella sezione „storia dell'azienda” se la nostra impresa è completamente nuova?

(Risposta: dettagli sulle esperienze più rilevanti acquisite nella costruzione di un'impresa, la motivazione, i punti di forza ecc...)

20 min.

Informazioni di mercato

Presentazione:

5 min.

Dì ai partecipanti: Questa sezione contiene informazioni sul mercato nel quale opererete.

10 min.

Domanda: Cosa è il mercato?

(Risposta: Il posto in cui la domanda incontra l'offerta, dove i venditori cercano di offrire prodotti e servizi alle persone che ne hanno bisogno e che sperano di offrire qualcosa a loro volta)

5 min.

Domanda: quali elementi credi che dovremmo trattare in

questa sezione?

(Risposta: Prodotti/servizi offerti; clienti; concorrenti, prezzo, distribuzione, promozione)

PAUSA

10 min.

PAUSA

Gioco: Energizer – Ballare sulla carta (Fonte: http://www.icaso.org/vaccines_toolkit/subpages/files/English/energiser_guide_eng.pdf)

Il trainer prepara dei fogli di giornale della stessa dimensione. I partecipanti formano delle coppie e ad ogni coppia viene dato un foglio di giornale o un pezzo di stoffa. I partecipanti ballano quando il trainer mette della musica o applaude. Quando la musica o gli applausi finiscono, ogni coppia deve stare sul proprio foglio di giornale o pezzo di stoffa. All'inizio del round successivo, la coppia piega il foglio in due parti. Dopo diversi round, il foglio o il pezzo di stoffa diventeranno molto piccoli visto che sono stati piegati a metà numerose volte. La difficoltà aumenta via via che il foglio dimezza la propria dimensione. Le coppie che hanno una parte del corpo fuori dal foglio, sono eliminate. Il gioco continua fino a che non ci sia una coppia vincitrice.

Prodotti/servizi

Domanda: Secondo voi, qual è la differenza tra merci e servizi?

(Risposta: Le merci sono prodotti tangibili, mentre i servizi sono intangibili. Entrambi risolvono un bisogno/problema/risposta a un desiderio)

Domanda: Potreste fare degli esempi di merci che potete comprare?

(Risposta: latte, automobili, vestiti, telefoni, lavatrici ecc..)

Domanda: potreste farmi un esempio di servizi?

(Risposta: Andare dal parrucchiere, andare al cinema, andare in un parco giochi)

Discussione: L'importanza di essere specifici

Domanda: Qual è il prodotto offerto dall'unità Canvas Bag?

(Risposta: Borse)

Mostra la slide 8 che illustra i diversi tipi di borse che ci

15 min.

Fogli di giornale della stessa dimensione.

65 min.

Scrivi le risposte dei partecipanti sulla lavagna

5 min.

Slide 8

2 min.

3 min.

20 min.

sono sul mercato (borse di plastica, shopper, borse di pelle, borse piccole, borse grandi, borse di tela, borse di tela dipinta, borse fatte con materiali riciclati, borse di varie forme ecc...)

Enfatizza il fatto che quando si descrive il prodotto che si offre, bisognerebbe essere più specifici possibili e definire il nostro prodotto/servizio con abbondanza di dettagli.

Domanda: Perché pensate sia importante per descrivere nel dettaglio i prodotti/servizi?

(Risposta: Perché sia chiaro a noi e a chi legge il piano commerciale della nostra proposta di valore. Altrimenti le persone, proprio come fate anche voi, immagineranno quello che è più facile per loro. In più, dobbiamo essere sicuri dei prodotti/servizi che stiamo per offrire, così che possiamo poi procedere ad ulteriori analisi.)

Esercizio: Descrivete il vostro prodotto

Chiedi ai partecipanti di alzarsi, poi comunica loro che per la prima parte dell'esercizio non potranno parlare. Chiedi quindi di disporsi in una fila cronologica considerando la loro data di nascita (solo il giorno e il mese, indipendentemente dall'anno). Di loro che hanno tre minuti per svolgere il compito.

Lascia 3 minuti ai partecipanti per sistemarsi in una fila senza poter parlare tra di loro.

Una volta che i partecipanti si sono disposti in fila, controlla se occupano i posti giusti e nota se ci sono persone nate nella stessa data (In gruppi superiori alle 15 persone, la probabilità è molto alta).

Adesso dividi i partecipanti in gruppi da tre, secondo le loro date di nascita. Di ai partecipanti che devono discutere tra loro e scegliere un prodotto/servizio da offrire, quindi cerca di descrivere quel prodotto/servizio in maniera più specifica possibile. Hanno 15 minuti per svolgere questo compito. (Annotare i vari gruppi, perché le squadre dovranno restare le stesse per altri esercizi di questa unità)

Lascia 15 minuti ai partecipanti per scegliere un prodotto e descriverlo.

Discussione: Chiedi a ogni gruppo di presentare il proprio prodotto e di discutere le idee.

5 min.

30 min.

SESSIONE 2

6 ore

Piano di lezione	Durata	Materiali ausiliari
1. Introduzione	65 min.	
a. Saluta i partecipanti e chiedi come stanno	5 min.	
b. Inizia la nuova sessione comunicando ai partecipanti che approfondiranno l'argomento delle analisi di mercato	5 min.	
c. Dì ai partecipanti:	20 min.	
<i>Prima di iniziare con il nuovo argomento, vediamo che progressi avete fatto nell'apporre i cambiamenti di cui abbiamo discusso nelle sessioni precedenti.</i>		
Discussione: Chiedi ai partecipanti quali cambiamenti hanno intenzione di fare, interrogali sui progressi ottenuti e sulle opinioni riguardo le difficoltà e le opportunità incontrate. Per chi ha incontrato più difficoltà, discuti con il gruppo e suggerisci un piano di azione con alcune attività concrete che queste persone potrebbero fare per rendere le cose più facili. Introduci anche l'idea di raggiungere progressi e dì ai partecipanti che a partire da questa sessione, sono invitati a segnare i propri sforzi su un diario dei cambiamenti Dispensa 9 e che quelli che porteranno il diario compilato, la prossima volta riceveranno una sorpresa gradita.		<i>Distribuisci la Dispensa 9 e spiega i suoi contenuti</i>
d. Riepilogo	20 min.	
<i>Domanda: cosa abbiamo trattato nella sessione precedente?</i>		
<i>Quali sono le principali caratteristiche del nome di un'azienda/unità?</i>		<i>Scrivi ciascun aspetto enfatizzandone il valore sulla lavagna</i>
<i>Perché è così importante essere più specifici possibile nel descrivere i prodotti/servizi offerti?</i>		
<i>Perché inseriamo un sommario all'inizio della proposta di valore e non alla fine?</i>		
Enfatizza ogni aspetto che potrebbe non essere chiaro e offri più dettagli/esempi se serve.	15 min.	
Gioco rompighiaccio: Chi è il leader? (Fonte: http://www.icaso.org/vaccines_toolkit/subpages)	45 min.	
	5 min.	

/files/English/energiser_guide_eng.pdf)

I partecipanti si siedono in cerchio. Un volontario lascia la stanza. Il resto del gruppo sceglie un "leader". Il leader deve fare una serie di azioni, come applaudire, battere un piede sul pavimento ecc.... che vengono imitate da tutto il gruppo. Il volontario ritorna nella stanza, si posiziona al centro e cerca di indovinare da chi parte l'azione. Il gruppo deve proteggere il leader evitando di guardarlo. Il leader deve cambiare l'azione a intervalli regolari, senza essere scoperto. Se il volontario scopre chi è, si unisce al cerchio, e il leader lascia la stanza, permettendo al gruppo di scegliere un altro leader.

5 min.

2. Clienti e analisi del cliente 1

Dì ai partecipanti: Adesso parliamo di quelle persone che acquistano i nostri prodotti/servizi e come possiamo decidere chi sono e come trovarli, per poter raggiungere il massimo risultato.

5 min.

Presentazione:

Dì ai partecipanti: I clienti sono le persone alle quali vogliamo vendere i nostri prodotti/servizi. Spesso non tutti sono interessati, o vorrebbero comprare i nostri prodotti. Per esempio, gli uomini non saranno interessati a comprare un rossetto, così come le donne non vorranno acquistare un dopobarba.

5 min.

Lavagna: scrivere la definizione di segmentazione.

Domanda: perché pensate che sia così?

Lavagna: scrivere le risposte dei partecipanti

(Risposta: Le persone acquistano un prodotto che soddisfa una propria esigenza, quindi dobbiamo assicurarci di non presentare un prodotto a clienti che potrebbero non essere interessati. Proprio come il gioco che abbiamo fatto pochi minuti fa, i clienti sono i conduttori della nostra impresa. Se non ci sono clienti, non c'è alcuna impresa.)

5 min.

Lavagna: scrivere la definizione di segmento target

Domanda: cosa accade se presentiamo i nostri prodotti/servizi a persone che non sono interessate?(es. Pubblichiamo un dopobarba per donne)

15 min.

(Risposta: Non ci sarà alcuna reazione alla pubblicità. Il prodotto non sarà ricordato, sarà uno spreco di soldi)

Dire ai partecipanti: Per assicurarci di offrire i nostri prodotti/servizi alle persone interessate, cerchiamo di dividere l'intera popolazione in gruppi più piccoli, così che possiamo scegliere un particolare gruppo a cui fare la nostra offerta. Questo processo è chiamato SEGMENTAZIONE

5 min.

Domanda: secondo voi, quali sarebbero i criteri da

<i>utilizzare per dividere la popolazione in gruppi più piccoli?</i> (Risposte: età, sesso, area geografica, livello di reddito, imprese, individui) <i>Dire ai partecipanti: Il gruppo più piccolo che abbiamo selezionato è definito SEGMENTO TARGET</i>		
PAUSA	10 min.	PAUSA
3. Clienti e analisi del cliente 2 Presentazione: Spiega ogni criterio e offri numerosi esempi ai partecipanti basati su prodotti di uso comune (es. identificare le categorie di età, di sesso, di area geografica... poi scegli un prodotto e chiedi a quale cliente potrebbe rivolgersi : maschio o femmina; a quale fascia di età, aree urbane/rurali ecc...) Esercizio: Dividi i partecipanti negli stessi gruppi dell'esercizio precedente, e chiedi loro di fare una segmentazione per i prodotti proposti precedentemente. Dai ad ogni gruppo dei pennarelli e un foglio dove scrivere le loro risposte. Dì ai partecipanti che hanno 15 minuti per: - Identificare i criteri - Scegliere il segmento target - Spiegare perché si è scelto quel segmento target Lascia ai partecipanti 15 minuti per completare il compito. Chiedi a ogni gruppo di presentare il risultato del loro lavoro e di parlare dei criteri e del segmento target scelto con tutto il gruppo. Presentazione: Analisi del cliente <i>Dì ai partecipanti: Una volta che avete selezionato i criteri con i quali possiamo fare una segmentazione di mercato, identificato alcuni segmenti di mercato e pensato a quale segmento si vorreste considerare come target, dovreste anche decidere su quali basi il segmento può essere sostenibile.</i>	120 min. 30 min. 30 min. 5 min. 10 min.	

Domanda: Cosa significa segmento target sostenibile?

(Risposte: il segmento è abbastanza ampio, attraente e alla nostra portata)

20 min.

Dì ai partecipanti: Dobbiamo ottenere altri dettagli riguardo i nostri clienti

Domanda: Secondo voi, quali informazioni credete siano utili sui nostri clienti, a parte i criteri di segmentazione?

(Risposta: le caratteristiche del cliente- cosa preferiscono, cosa non preferiscono, dove comprano, quanto, quanto spesso; quanti sono; come posso raggiungerli; cosa influenza le loro decisioni di vendita- pubblicità, amici, mode, famiglia, prezzo ecc... altre informazioni)

25 min.

Dispensa 10

Discuti ogni elemento che potrebbe interessare riguardo il cliente e offri esempi specifici basati sui prodotti e servizi familiari ai partecipanti.

Esercizio: Analisi del cliente- Dispensa 10

Dividi i partecipanti negli stessi gruppi di prima. Dì loro che ora si eserciteranno sull'analisi del cliente rispetto ai prodotti che volevano vendere nell'esercizio precedente. Partendo dal segmento target che hanno identificato nell'esercizio precedente, di loro che adesso dovranno andare più in profondità e descrivere le caratteristiche del cliente come nella Dispensa 10. Distribuisci la Dispensa 10 e di ai partecipanti che hanno 15 minuti per completare il compito. Seguiranno ulteriori 10 minuti per commentare le loro risposte.

Lascia ai partecipanti 15 minuti per completare il compito.

Parla di tutte le risposte con il gruppo.

PAUSA

10 min.

PAUSA

Gioco – Come mi sento?

(Fonte: http://www.icaso.org/vaccines_toolkit/subpages/files/English/energiser_guide_eng.pdf)

I partecipanti sono seduti in cerchio. Ogni persona a turno mima un'emozione. Gli altri partecipanti provano ad indovinare quale emozione è stata mimata. La persona che indovina, mima la prossima emozione.

15 min.

4. Concorrenza

Dì ai partecipanti: Quando si dà vita a un'impresa, si

105 min.

dovrebbe considerare la concorrenza.

Domanda: Secondo te, chi sono i concorrenti?

15 min.

(Domanda successiva (se serve)- se vendo borse di plastica, e tu borse di tela, siamo concorrenti?)

(risposte: Le imprese che offrono gli stessi prodotti/servizi agli stessi clienti.)

Riunisci le risposte dei partecipanti e dai una definizione corretta di concorrenti- diretti e indiretti.

(Concorrenti diretti- offrono gli stessi prodotti/servizi agli stessi clienti; Concorrenti indiretti- offrono prodotti o servizi che possono sostituire i propri (es. il dolcificante al posto dello zucchero)

Lavagna: scrivi le risposte dei partecipanti

Lavagna: scrivi le definizioni di concorrenza diretta e indiretta.

Domanda: secondo te perché è importante conoscere chi sono i nostri concorrenti?

10 min.

(Risposte: perché si rivolgono agli stessi nostri clienti, dovremmo conoscere cosa offrono così da poter capire come attirare il cliente; se conosciamo cosa offrono possiamo sviluppare idee che rendano la nostra offerta migliore della loro; perché infine ci contendiamo gli stessi clienti).

Nota! Quando i partecipanti rispondono o propongono nuove idee, offri sempre esempi rilevanti in relazione con prodotti/servizi familiari ai partecipanti.

Domanda: se consideriamo tutti questi motivi, che tipo di informazione dovremmo raccogliere sui nostri concorrenti?

10 min.

(Risposta: dettagli sui prodotti e sui servizi che stanno offrendo, i prezzi che hanno, le strategie promozionali che usano, il numero di impiegati, il reddito annuo e i profitti, se sono o meno in espansione ecc...)

Nota! Quando i partecipanti rispondono o propongono le proprie idee, offri sempre esempi rilevanti in relazione con prodotti/servizi familiari ai partecipanti.

Domanda: Dove possiamo recuperare queste informazioni?

10 min.

(Risposte: da osservazione diretta, da internet, dai giornali, dalle riviste, dai clienti, dai fornitori o altri partner commerciali, dagli impiegati, da diversi enti ufficiali- es La camera di commercio ecc...)

30 min.

Esempio: l'impresa Canvas Bag

Mostra la slide 4 (sull'analisi dei clienti e dei concorrenti) e discuti l'analisi dei concorrenti relativa

Lavagna: scrivi le risposte dei partecipanti

Lavagna: scrivi le risposte dei partecipanti

Slide 9 e 10

Riassunto e passaggio alla sessione 4.

5 min.

Dispensa 11

6 ore

Piano di lezione	Durata	Materiali ausiliari
1. Introduzione a. Saluta i partecipanti e chiedi come stanno b. Inizia una nuova sessione dicendo ai partecipanti che durante questi incontri si tratterà in maniera più specifica il prezzo, la distribuzione e la promozione di un prodotto/servizio. c. <i>Dì ai partecipanti:</i> <i>Prima di iniziare un nuovo argomento comunque, vediamo come avete applicato i cambiamenti decisi nelle lezioni precedenti.</i> Discussione: Chiedi ai partecipanti dei cambiamenti che volevano introdurre nelle loro vite, e dei loro diari. Per quelli che hanno incontrato delle difficoltà, chiedi al gruppo di suggerire una strategia per rendere le cose più facili. Premia i partecipanti per i progressi raggiunti e gli sforzi profusi. d. Riepilogo <i>Domanda: Di cosa abbiamo parlato nella sessione precedente?</i> <i>Cosa sono i prodotti?</i> <i>Quando un'azienda può definirsi concorrente?</i>	65 min. 5 min. 5 min. 30 min. 25 min.	<i>Lavagna: segna ogni aspetto che deve essere chiarito, aggiungendo altri dettagli rilevanti.</i>

<i>Fare un esempio del segmento target di mercato</i> <i>Potreste fare alcuni esempi dei criteri di segmentazione?</i> <i>Secondo voi, perché è importante effettuare un'analisi della concorrenza?</i> Chiarisci eventuali aspetti poco chiari e offri ulteriori dettagli/esempi se necessario. 2. Prezzo <i>Dì ai partecipanti: Abbiamo discusso finora sui prodotti che vogliamo offrire, sui clienti a cui li offriamo e su come analizzare i nostri concorrenti. Ma ora vi chiedo, come facciamo a fare soldi? Cosa ne pensate?</i> (Risposta: stabilendo un prezzo per i nostri prodotti/servizi) <i>Domanda: cosa si intende con la parola prezzo?</i> (Risposta: il valore di scambio- monetario o meno- di un prodotto/servizio) Discussione: stabilire il prezzo <i>Domanda: quali elementi dovremmo considerare quando stabiliamo il prezzo di un prodotto/servizio?</i> (Risposta: Costi – fissi, variabili, costi totali-, la concorrenza, il rapporto tra domanda e offerta ecc...) Analizza l'impatto di ciascuno di questi elementi insieme al gruppo, utilizzando l'esempio dell'impresa Canvas Bag.	50 min. 5 min. 5 min. 40 min.	
PAUSA	10 min.	PAUSA
Gioco – Stabilisci il prezzo del tuo prodotto Presentazione: Lo scopo del gioco è quello di far esercitare i partecipanti a creare un prodotto, a stabilire il prezzo e a presentarlo per attirare clienti. Istruzioni: Distribuisci a ciascun partecipante un foglio di carta A4. I partecipanti devono creare un prodotto utilizzando solo questo foglio bianco. Non possono utilizzare nessun altro materiale (penne, matite, forbici ecc...), ma solo il foglio A4. Possono comunque fare quello che vogliono con il foglio- romperlo a metà, piegarlo ecc... Hanno 10	60 min.	

minuti per creare il proprio prodotto.

Lascia ai partecipanti 10 minuti per creare il proprio prodotto.

Dopo 10 minuti, chiedi ai partecipanti che prezzo attribuirebbero al prodotto creato se questo fosse esclusivamente fatto di carta (non l'equivalente prodotto fatto di legno ecc...) Per esempio, venderanno una barca di carta, un ventaglio di carta ecc... i partecipanti avranno 5 minuti per considerare quale prezzo assegnare. Trascorsa metà del tempo, puntualizza che stanno assegnando il prezzo ad un prodotto di carta. Annota tutti i prezzi proposti dai partecipanti.

Lascia 5 minuti di tempo per permettere ai partecipanti di decidere il prezzo da attribuire.

Dì ai partecipanti che ora devono preparare un breve spot pubblicitario per convincere il pubblico ad acquistare il proprio prodotto. Avranno un minuto a disposizione. Non devono rivelare il prezzo del prodotto nella loro presentazione. Dopo aver pubblicizzato il prodotto agli altri partecipanti, chiedi al gruppo quanti soldi pagherebbero per quel prodotto, quindi rivela il prezzo imposto dal venditore. Alla fine di tutte le presentazioni, commenta le differenze emerse tra il prezzo considerato dal venditore, e le cifre offerte dai partecipanti.

Lascia 1 minuto ai partecipanti per la presentazione, e un minuto per raccogliere le somme che i partecipanti offrirebbero per quel prodotto. Scrivi infine il prezzo iniziale chiesto dal venditore e quello offerto dai partecipanti sulla lavagna.

3. Distribuzione

Presentazione:

Dì ai partecipanti: Per poter stabilire un giusto prezzo ai nostri prodotti/servizi, dobbiamo assicurarci che questi raggiungano i nostri clienti. Questo è il compito dei canali di distribuzione. La distribuzione pertanto, comprende tutti i mezzi e i collegamenti necessari per far sì che un determinato prodotto/servizio arrivi dal punto di produzione ai propri clienti.

Presenta i differenti tipi di canali di distribuzione e delle varie distribuzioni che i partecipanti possono utilizzare, sulla base della Dispensa 12. Alla fine della presentazione, distribuisce la Dispensa 12 e lascia ai partecipanti 5 minuti per poterla leggere. Chiedi infine

Lavagna: trascrivi i prezzi dei partecipanti

Distribuisce la Dispensa 12 alla fine della presentazione

25 min.

Non è richiesto materiale

30 min.

se ci sono domande.

Gioco – Il nodo umano

(Fonte: <http://www.greatgroupgames.com/the-human-knot>)

Presentazione: Bisogna cercare di sciogliere il nodo, per tornare di nuovo in cerchio.

Istruzioni:

1. Posiziona tutti i partecipanti in un grosso cerchio, quindi chiedi loro di chiudere gli occhi. Al via, tutti devono muoversi all'interno del cerchio e prendere le mani di un'altra persona.
2. L'obiettivo del gioco è il lavoro di squadra per poter sciogliere tutti e tornare alla posizione iniziale. Le mani devono sempre restare unite, per tutta la durata dell'esercizio. Questo esercizio richiede un po' di aiuto dall'esterno, molta coordinazione e un po' di "acrobazie" ecc.. richiede inoltre che le persone siano a stretto contatto.

*Nota di cautela: questo esercizio richiede che le persone siano davvero molto vicine l'une alle altre, assicurati che tutti siano a proprio agio con questa condizione.

Variante: Se il gruppo non è riuscito a slegarsi dopo 10 o 15 minuti, lascia che qualcuno lasci le mani di un partecipante, per unirle con qualcun altro. Il gruppo può decider strategicamente chi "staccare" con chi dovrebbe riunirsi.

PAUSA

10 min.

PAUSA

4. Promozione 1

Gioco – Slogan e logo dell'azienda

(Fonte: <http://www.greatgroupgames.com/company-slogan-tagline-game>)

Presentazione: Lo scopo principale di questo gioco è indovinare il logo/ slogan principale di un'azienda

Preparazione:

Slide del gioco in PowerPoint

Istruzioni:

1. Collega il computer a un proiettore. Separa i

110 min.

30 min.

*Materiale richiesto:
proiettore, computer, cavi,
penna/carta per ogni squadra*

2 min.

partecipanti in due squadre e fornisci loro carta e penna.

Apri PowerPoint e informa che il loro obiettivo è quello di scrivere i nomi delle aziende associate ad ogni logo. Ogni risposta corretta vale un punto.

2.Ci sono 25 immagini di loghi e slogan all'interno del PowerPoint. Scorri le immagini una alla volta. Le risposte appariranno nelle slide successive.

5 min.

3.La squadra che ha totalizzato il maggior numero di punti vince il gioco.

3 min.

Dì ai partecipanti: Proprio come avete riconosciuto i loghi delle aziende mostrate nell'esercizio, il nostro scopo è fare in modo che le persone riconoscano e ricordino il logo, il nome, il brand della nostra impresa.

Domanda: Perché credi che debba essere così?

25 min.

(Risposta: Perché le persone devono sapere che siamo sul mercato, sapere chi siamo, cosa vendiamo, dove possono trovarci ecc..)

Domanda: Quali strategie promozionali conoscete?

(Risposte: pubblicità, poster, volantini, champagne promozionali, prova del prodotto, 30% di sconto ecc...)

Dì ai partecipanti: Ottime risposte, studieremo dopo nei dettagli queste strategie promozionali, ora concentriamoci su come creare una strategia promozionale.

Dispensa 13

Presentazione:

40 min.

Dì ai partecipanti: Quando si progetta una strategia promozionale dovremo prima di tutto considerare quali sono le risorse disponibili. Esistono due modi principali di decidere quanto budget vogliamo dedicare alla nostra campagna pubblicitaria:

Dispensa 14

1. Potremmo destinare una cifra fissa da spendere mensilmente/trimestralmente/annualmente, base al nostro piano (es. Decidiamo di spendere per la promozione 500 euro al mese)

5 min.

2.Destiniamo una certa percentuale del nostro fatturato annuale (es. Decidiamo di investire l'1% del nostro fatturato annuo in promozione)

Una volta deciso il budget, cerchiamo di capire come pianificare una campagna promozionale.

Presenta le fasi nella Dispensa 13 e fornisci un esempio per ognuno di esse, utilizzando prodotti/servizi familiari ai partecipanti, o l'esempio dell'impresa Canvas Bag. Dì

ai partecipanti prima qual è il prodotto/servizio, poi lasciali discutere sulle varie idee e se è necessario approfondisci. Alla fine della discussione, distribuisce la Dispensa 13 ai partecipanti, da tenere come riferimento.

Esercizio: Trova le strategie promozionali più adatte.

Dividi i partecipanti in gruppi da 3 (questa volta gruppi diversi da quelli formati per gli esercizi precedenti).

Dai ai partecipanti che hanno 15 minuti a disposizione per creare un piano promozionale per un'impresa data. Alla fine dei 15 minuti ogni squadra avrà 3 minuti per presentare il proprio piano promozionale che sarà poi discusso insieme al gruppo. Per completare questo compito, bisognerebbe fare riferimento alla Dispensa 14 distribuita prima. Usando la Dispensa 14, dai a ciascuno un'idea commerciale sulla quale lavorare.

Riassunto e passaggio alla sessione 5.

SESSIONE 5

6 ore

<i>Piano di lezione</i>	<i>Durata</i>	<i>Materiali ausiliari</i>
1. Introduzione	120 min.	
a. Saluta i partecipanti e chiedi come stanno.	5 min.	
b. Inizia la nuova sessione dicendo ai partecipanti che durante questi incontri si inizierà a trattare in maniera più specifica l'argomento delle risorse umane e del piano operativo.	5 min.	
c. <i>Dire ai partecipanti:</i> <i>Prima di iniziare un nuovo argomento, vediamo come state procedendo nel portare avanti i cambiamenti decisi negli incontri precedenti.</i>	30 min.	
Discussione: chiedi ai partecipanti dei cambiamenti che avevano intenzione di fare, e commenta il loro diario. Per chi ha incontrato qualche difficoltà, discuti insieme al gruppo e suggerisci un piano di azione con alcune attività concrete che potrebbero rendere il compito più facile. Premia i partecipanti per i progressi ottenuti e gli sforzi profusi.		
d. Riepilogo	20 min.	

Domanda: Cosa abbiamo trattato nelle sessioni precedenti?

Quali sono gli elementi da prendere in considerazione quando si stabilisce il prezzo di un prodotto?

Qual è la differenza tra costi fissi e variabili?

Cosa significa distribuzione diretta?

Quali sono gli elementi principali da tenere in considerazione quando si crea un piano promozionale?

Chiarisci eventuali dubbi con ulteriori esempi e dettagli

b. Esercizio:

Dì ai partecipanti: Come riepilogo oggi faremo un esercizio pratico che sintetizza tutto quello che abbiamo imparato finora sul Prodotto, sul Prezzo, sulla Distribuzione e sulla Promozione (In inglese, le quattro P del piano commerciale). Pertanto, dividetevi negli stessi gruppi formati quando avete realizzato l'analisi del cliente (ricorda ai clienti i componenti di ogni squadra). Darò ora ad ogni gruppo una dispensa (Dispensa 15) che dovete riempire con le informazioni dei prodotti che avete scelto quando avete sperimentato l'analisi del cliente e della concorrenza. Con questo esercizio, come futuri imprenditori, otterrete una visione più ampia dei prodotti che state offrendo al mercato e della maniera in cui lo state facendo. Avete 30 minuti per completare l'esercizio. Alla fine, ogni gruppo presenterà i propri risultati e li commenterà con tutti i partecipanti.

Lascia 30 minuti ai partecipanti per completare l'esercizio e 30 minuti per la discussione successiva.

HO15

60 min.

PAUSA

10 min.

PAUSA

Gioco - Energizer - Mima una bugia

(Fonte: http://www.icaso.org/vaccines_toolkit/subpages/files/English/energiser_guide_eng.pdf).

Tutti i partecipanti sono in piedi in cerchio. Il trainer inizia a mimare un'azione, quando la persona alla sua destra, dice il suo nome e chiede "cosa stai facendo", lui risponde che sta facendo qualcosa di completamente diverso dall'azione mimata. Ad esempio, il trainer mima di nuotare, e afferma invece "mi sto lavando i capelli". La persona alla destra del trainer deve mimare quello che ha detto quest ultimo (in questo caso lavarsi i capelli), ma deve affermare una cosa completamente

15 min.

Nessun materiale richiesto

diversa. Il gioco termina quando ognuno ha completato il proprio turno.

2. Risorse umane

Dì ai partecipanti: Per avere successo con la nostra impresa, dobbiamo contare anche su altre persone. Questo accadrà necessariamente nel caso in cui l'azienda cresca così tanto che non è più possibile gestirla da soli. Un altro caso potrebbe essere quando non possediamo le abilità necessarie per gestire un'azienda.

Domanda: Cosa fareste in questa situazione? Quando non possedete le abilità necessarie per svolgere il compito?

(Risposta: Imparate ad acquisire le abilità necessarie, oppure assumete qualcuno che possiede già queste competenze)

Presentazione:

Dì ai partecipanti: Il termine "gestione delle risorse umane" significa il supporto di cui si ha bisogno per portare avanti la propria impresa.

Discussione: Vediamo come possiamo applicare il concetto nel caso in cui fossimo un'impresa che produce borse di tela.

Domanda: di quali risorse umane abbiamo bisogno?

(Risposta: manager, persone che si occupano di fabbricare materialmente le borse, persone che le dipingono, contabili ecc....)

Discuti le seguenti domande:

Di quante persone avete bisogno? (es. Quante persone che fabbricano/dipingono le borse?)

Dove trovereste queste persone? Come?

Potreste fabbricare e dipingere le borse voi stessi? Perché? Perché no?

Puntualizza che dovremmo sempre considerare i bisogni dell'azienda, il numero di vendite previste e concentrarci sul mantenere tutto realistico.

Discussione:

Domande: Che abilità e/o esperienza pensi che le seguenti persone debbano avere (manager, le persone che fabbricano le borse; chi le dipinge; contabili)? Dove è

85 min.

5 min.

5 min.

5 min.

5 min.

15 min.

10 min.

5 min.

[Slide: 11](#)

possibile trovarle?

Presentazione: Condurre un colloquio

15 min.

Domanda: Perché conduciamo dei colloqui?

(Risposta: per selezionare la persona adatta al lavoro)

Dire ai partecipanti: quando si prepara un colloquio, dovremmo considerare le seguenti 4 fasi: Preparazione (tutto quello che facciamo per essere pronti per l'intervista: leggere i curricula dei candidati, preparare le domande, informare i candidati sull'ora e il luogo del colloquio); Contatto (salutare e accogliere il candidato); Intervista (chiedere le domande preparate); Chiusura (informare il candidato su quali sono i prossimi passi).

Chiedi ai partecipanti di fare esempi dei loro precedenti colloqui di lavoro (da entrambe le parti), o di descrivere quando hanno mancato una di queste parti, e di commentare l'impatto che hanno avuto su di loro.

15 min.

Discussione: Domande per il colloquio

Domanda: quali domande fareste a qualcuno che si candida per una posizione lavorativa qualificata?

(Risposta: domande su compiti specifici per vedere se hanno le capacità; informarsi sulle esperienze passate per controllare se sono seri, impegnati, puntuali, gran lavoratori ecc....).

5 min.

Domanda: Che domande fareste a qualcuno che si candida per una posizione dirigenziale?

(Risposte: Domande circa le loro abilità di dirigere una squadra e progetti, di raggiungere risultati, di essere imprenditoriali ecc....)

Non dimenticare di fare anche domande per valutare il loro comportamento in situazioni concrete del passato.

Distribuite la Dispensa 16- Cosa fare o non fare durante un colloquio, e discuterne con i partecipanti.

Dispensa 16

PAUSA

10 min.

PAUSA

Esercizio: Fare un colloquio

45 min.

Riassunto: Questa attività rappresenta un modo facile per far abituare i partecipanti a pensare a quello che vogliono da una posizione, e a poche domande che potrebbero fare.

Preparazione:

Dividi i partecipanti in gruppi in base al loro colore preferito e poi (se ce ne sono troppi per un unico colore), in base alla loro frutta preferita. Dividili in gruppi da tre. Uno di loro condurrà il colloquio, uno verrà intervistato e un terzo resterà ad osservare. Ogni squadra sceglierà tre posizioni che vorrebbero assumere e la posizione per cui sono candidati. Chiedi poi a ognuno di pensare a 5 domande che vorrebbero fare quando conducono il colloquio, e di creare un background quando sono intervistati. Lascia 20 minuti di tempo.

Chiedi a ogni membro del gruppo di interpretare sia il ruolo dell'intervistatore, sia quello del candidato e sia dell'osservatore. Ogni colloquio dovrebbe durare circa 5 minuti e 5 minuti servono a commenti e discussioni.

Alla fine, lascia 10 minuti per discutere dell'esercizio.

75 min.

25 min.

3. Piano Operativo

Presentazione:

Dire ai partecipanti: Uno dei motivi principali per cui creiamo un piano operativo, è quello di aiutarci a pianificare la nostra attività. Per questo motivo, ora vi mostrerò uno strumento molto utile, chiamato diagramma di Gantt. Questo strumento consente di organizzare tutte le attività legate dalla creazione di un'impresa in ordine cronologico, e allo stesso tempo vi permette di considerare le risorse necessarie di ogni attività (tempo, persone e soldi).

15 min.

Introduci il **diagramma di Gantt** ai partecipanti, disegnandolo chiaramente sulla lavagna. Spiega ciascuna Colonna (Numero, attività, durata, costi, responsabili e totale). Evidenzia il fatto che le attività dovrebbero essere presentate in ordine cronologico e che si dovrebbe considerare anche la relazione tra le attività. (Es. Non si possono dipingere le pareti prima di averle costruite).

30 min.

Esercizio: prepara insieme ai partecipanti un diagramma di Gantt per organizzare uno dei seguenti eventi (scegliere in base alle caratteristiche dei partecipanti): festa di compleanno, fiera, cerimonia di laurea, festa del paese ecc.

Esercizio: Forma delle coppie e chiedi ad ogni coppia di preparare un diagramma di Gantt per una start-up che produce sapone ecologico. Dì ai partecipanti che l'impresa non è stata ancora registrata, quindi non ha un nome ecc.... L'impresa non ha nemmeno ancora uno

5 min.

Lavagna: Disegna il diagramma di Gantt

spazio, che dovrà quindi essere fittato.

Lascia ai partecipanti 15 minuti per completare il compito.

Al termine dei 15 minuti, chiedi ai partecipanti di presentare al gruppo il proprio lavoro, e discuti sulla concretezza del diagramma di Gantt.

Riepilogo e passaggio alla sessione 6

SESSIONE 6

6 ore

<i>Piano di lezione</i>	<i>Durata</i>	<i>Materiali ausiliari</i>
1. Introduzione	70 min.	
a. Saluta i partecipanti e chiedi loro come stanno.	5 min.	
b. Inizia la nuova sessione dicendo ai partecipanti che durante questi incontri si inizierà a trattare in maniera più specifica, l'argomento delle risorse umane e del piano operativo.	5 min.	
c. <i>Dire ai partecipanti:</i> <i>Prima di iniziare un nuovo argomento, vediamo come state procedendo nel portare avanti i cambiamenti decisi negli incontri precedenti.</i>	30 min.	
Discussione: chiedi ai partecipanti dei cambiamenti che avevano intenzione di fare, e commenta il loro diario. Per chi ha incontrato qualche difficoltà, discuti insieme al gruppo e suggerisci un piano di azione con alcune attività concrete che potrebbero rendere il compito più facile. Premia i partecipanti per i progressi ottenuti e gli sforzi profusi.		
d. Riepilogo <i>Domanda: Quali argomenti abbiamo trattato nella sessione precedente?</i>	30 min.	
Sottolinea e chiarisci ogni eventuale dubbio offrendo più esempi e dettagli.		
2. Analisi finanziaria 1	45 min.	
Presentazione: I tipi di costi	30 min.	
Presenta le varie categorie di costi: costi fissi e costi		

variabili. Costi fissi- quei costi che restano costanti indipendentemente dalla quantità prodotta (Es. affitto, elettricità, riscaldamento ecc...) Costi variabili- costi che variano al variare della quantità prodotta (Es. i materiali, il confezionamento ecc...) Spiega i costi usando l'esempio dell'impresa Canvas Bag. Esercizio: chiedi ai partecipanti di identificare i costi a cui va incontro una compagnia che produce succo di mela proveniente dalle mele raccolte dal villaggio di provenienza. Per ogni litro di succo, si utilizza mezzo chilo di mele. Il succo poi viene venduto in una città che dista 15 km dal villaggio dove viene prodotto. L'azienda ospita tre impiegati, un manager e un responsabile del marketing. Elenca tutti i costi identificati dai partecipanti, quindi decidi quali sono i costi fissi e quali quelli variabili.	<i>Lavagna: scrivi la definizione di ogni tipo di costo</i> <i>Scrivi le risposte dei partecipanti e quindi accanto i tipi di costo, in colori diversi</i> 15 min.	
PAUSA	10 min.	PAUSA
Gioco - Indovina l'immagine (Fonte: http://www.greatgroupgames.com/picture-guess) Presentazione: Indovina l'oggetto dal disegno dei propri compagni di squadra. Preparazione: prepara una lista di parole; una lavagnetta e un pennarello o carta e penna (se si utilizza carta e penna, bisogna distribuirle a tutte le squadre). Istruzioni: 1. Forma dei gruppi di 4 partecipanti. Un volontario per ogni squadra inizierà a disegnare. Chi disegna non può parlare né mimare durante il gioco, né disegnare simboli, numeri o lettere. 2. Mostra ai volontari solo la prima parola, quindi i volontari tornano alle proprie squadre. Al "via" i volontari iniziano a disegnare l'oggetto sulla lavagna o sul pezzo di carta. La prima squadra che alza la mano e indovina l'oggetto, vince un punto. 3. Chiedi a un altro volontario per ogni squadra di disegnare. I volontari cambieranno a ogni round, fino a completare le parole nella lista. La prima squadra che	20 min.	

guadagna 10 punti vince il gioco.

3. Analisi finanziaria 2

Esempio: Impresa Canvas Bag- vendite annuali stimate: 5.000 borse; Prezzo di vendita- 3 euro a borsa

Presentazione: Profitto

Domanda: Secondo voi, cos'è un profitto?

(Risposta: La differenza tra guadagno/ricavo e costi)

Dire ai partecipanti: Calcoliamo i profitti tramite i seguenti passaggi:

- *stimiamo la quantità da vendere in un intervallo di tempo (3 mesi, 6 mesi, un anno ecc...)*

- *calcoliamo il guadagno stimato;*

- *calcoliamo i costi associati*

- *sottraiamo al guadagno totale i costi totali*

Esercizio: Dividi i partecipanti in gruppi da tre (gli stessi gruppi dell'analisi del cliente) e chiedi a ciascuno di loro di produrre il calcolo del profitto per il loro prodotto. Calcoleranno il profitto stimato in un anno.

Presentazione: Budget

Dire ai partecipanti: il budget per il piano di lavoro fa riferimento a tutte le spese sostenute durante il periodo di attuazione del piano di lavoro (solitamente un anno).

Le spese possono essere divise in 2 principali categorie:

- **L'investimento iniziale**, che si riferisce a quelle spese affrontate per poter effettivamente produrre/offrire i tuoi servizi (es. cercare uno spazio; ristrutturarlo; acquistare la tecnologia che si utilizzeranno – ad esempio. macchine da cucire se producite borse di tela ecc.)

- **Costi operativi** - quei costi che si affrontano su base mensile e che sono relativi alle attività giornaliere dell'impresa (es. salari, utilità, tasse, materiale comprato ecc...)

Organizzare il budget è molto importante perché vi dà un'idea su quali sono le spese da affrontare e allo stesso tempo vi aiuta a mantenere le spese entro un certo limite.

Esempio: Usa l'esempio dell'azienda Canvas Bag per dimostrare l'investimento e i costi operativi.

80 min.

10 min.

Scrivi la definizione di guadagno sulla lavagna

Scrivi l'esempio sulla lavagna

Scrivi la definizione di profitto sulla lavagna

Scrivi i passaggi sulla lavagna.

Scrivere l'esempio sulla lavagna

25 min.

5 min.

Scrivi le categorie di costi sulla lavagna.

20 min.

20 min.

4. Rischi

Presentazione

Introduci il concetto di rischio e le tre principali categorie:

- alto (che può cioè impedire il funzionamento del piano);
- medio (sono necessari piani di valutazione di emergenza);
- basso (dovrebbero essere presi in considerazioni e sviluppati piani di emergenza).

Esempio: Usa l'esempio dell'azienda Canvas Bag per dimostrare ciascun tipo di rischio.

10 min.

10 min.

PAUSA

10 min.

PAUSA

Gioco: La torre di carta

(Fonte: http://www.mdlpl.ro/documente/phare2003/dezv_afaceri/training/supervision_ro.pdf)

Presentazione: Lo scopo del gioco è essere in grado di costruire una torre di carta alta 1.50 m, avendo a disposizione i seguenti materiali: fogli A4, una pinzatrice e punti metallici. Ogni foglio di carta costa 1 euro, ogni punto metallico 50 centesimi, ogni pinzatrice 10 euro. Il budget totale è di 400 euro. La torre dovrà sostenersi da sola per due minuti.

Istruzioni:

Forma delle squadre composte da tre membri. Scegli un osservatore per ogni squadra. Dai loro tutte le informazioni necessarie e agli osservatori la Dispensa17. I partecipanti hanno 30 minuti per costruire la torre. Ogni osservatore supervisiona il lavoro della squadra e registra tutte le annotazioni su un foglio.

Lascia ai partecipanti 30 minuti per costruire le torri.

Alla fine dei 30 minuti, controlla le torri e infine commenta il gioco, basandoti sulle osservazioni registrate.

Puntualizza il fatto che ogni squadra ha utilizzato regole di comunicazione, di pianificazione del budget, di pianificazione, di negoziazione e di persecuzione di un obiettivo, le stesse utilizzate dagli imprenditori.

Congratulati per gli sforzi profusi.

60 min.

Fogli A4, pinzatrici (una per squadra) e punti metallici

Dispensa17

20 min.

5. Sommario:

Fai un sunto delle attività imparate in questa unità, rispondendo alle seguenti domande:

- *Cos'è un piano di lavoro?*
- *Come posso realizzarne uno?*
- *Chi sono i concorrenti? Perché è importante conoscere chi sono?*
- *Come facciamo a descrivere i nostri prodotti/servizi?*
- *Quali fattori influenzano la decisione dei prezzi?*
- *Fare alcuni esempi delle tecniche promozionali.*
- *Quali sono le caratteristiche principali di un imprenditore?*
- *Fare esempi di costi fissi e di costi variabili*
- *Qual è la differenza tra investimento iniziale, e costi operativi?*

30 min.**5 min.****6. Test di valutazione:**

Distribuisci ai partecipanti il test di valutazione e lascia 30 minuti per completarlo.

*Il test può essere scaricato online su:

<https://drive.google.com/open?id=1CRWHvCE1U0-8GNojub5SwlZtnZYYHRPcXWZPeAqpOgo>

*Test***7. Conclusione:**

Congratulati con i partecipanti per il loro duro lavoro e per i cambiamenti che hanno apportato alle loro vite nel corso di questa unità.

Unità 3: Imprenditoria sociale

Durata: 18 ore

Competenze acquisite da questa unità

Alla fine di questa unità, i partecipanti dimostreranno l'abilità di realizzare un'analisi di mercato nella loro comunità; di identificare le opportunità dell'imprenditoria sociale, di progettare e di presentare una proposta di valore con una piccola supervisione.

Per ulteriori informazioni riguardo il Piano di qualificazione europeo:

<https://ec.europa.eu/ploteus/content/descriptors-page>

SESSIONE 1

6 ore

<i>Piano di lezione</i>	<i>Durata</i>	<i>Materiali ausiliari</i>
1. Introduzione	10 min.	
a. Saluta e accogli i partecipanti prima di presentare la parte pratica del corso sullo sviluppo delle abilità di imprenditoria sociale	2 min.	
b. Spiega come è strutturata la sessione e cosa ci si aspetta dai partecipanti:	5 min.	
- 18 ore sono destinate ad indentificare e proporre una soluzione di imprenditoria sociale a un problema della loro comunità – in seguito vi verranno fornite istruzioni complete. - Gli esercizi avranno luogo in un periodo di 3 giorni (6 ore al giorno); - I partecipanti lavoreranno in squadre - Le soluzioni proposte assumeranno la forma di una proposta di valore e saranno presentate al gruppo. Alla fine di ogni presentazione ci sarà un feedback da parte dei partecipanti		
c. Obiettivi dell'unità:	2 min.	<i>Slide 1 e 2- Titolo e obiettivi dell'unità</i>

Alla fine di questa sessione, i partecipanti saranno in grado di:

- Identificare in maniera corretta un bisogno della loro comunità,
- Preparare in maniera appropriata una proposta di valore;
- Effettuare una presentazione orale della propria proposta di valore di fronte a un pubblico;
- Creare un feedback

d. Quali saranno gli argomenti trattati durante questa sessione:

- Formazione di una squadra;
- Presentazione di un compito;
- Introduzione all'analisi dei bisogni.

1 min.

2. Attività rompighiaccio

45 min.

Gioco- Andare da un punto A a un punto B senza parlare con gli altri.

<http://www.ventureteambuilding.co.uk/minefield-team/>

30 min.

Nastro o gesso

Presentazione: Lo scopo del gioco è completare un compito lavorando in gruppo, senza poter comunicare verbalmente con gli altri.

Preparazione:

Utilizza del nastro o del gesso per disegnare una tabella 10x10 con spazi abbastanza larghi da poter comodamente contenere una persona all'interno. Poi decidi il tragitto che i partecipanti possono utilizzare per andare da un lato (punto A) ad un altro (punto B). Tutte le altre zone della tabella devono essere considerate zone minate. Disegna tu stesso una mappa del percorso.

Es.

Lato A									
		X	X						
			X						
	X	X							
	X	X	X	X	X				
					X				
				X					
				X	X	X			
						X			
						X	X	X	
								X	
Lato B									

Chiama 3 volontari. Benda uno dei volontari e lega gli altri due insieme, usando una corda. Di ai partecipanti che ora, insieme, devono andare da un punto all'altro attraverso il

campo minato. C'è solo un modo giusto di procedere. I partecipanti avranno 5 minuti per accordarsi sulla strategia, dopodiché non gli sarà più concesso di parlare. Ognuno deve andare dal lato A al lato B. Ogni volta che qualcuno calpesta una mina, tutti quelli sulla tabella devono uscire e ricominciare.

15 min.

Feedback del gioco:

Come mi sono sentito?

È stato difficile procedere senza poter parlare con gli altri?

Quali sono state le maggiori difficoltà?

Come si sono sentiti i 3 volontari? La squadra si è presa cura di loro?

Gioco-Formare una squadra

Istruzioni:

Riunisci una serie di frasi riguardo l'imprenditoria. Scegli 1 quarto di frasi rispetto ai partecipanti. Riscrivi le frasi, separandole in 4: scegli una posizione ragionevole per dividere le frasi. Stampale, tagliale, piegale e falle pescare ai partecipanti in un cestino. Poi, chiedi loro di cercare la persona con l'altra metà della loro frase.

Feedback:

Per aiutare i partecipanti, potreste scrivere una lista delle frasi complete sulla lavagna. Qualche coppia potrebbe leggere le frasi ad alta voce e potreste chiedere ai partecipanti di commentare la loro frase in base a quale argomento volete approfondire oggi in classe.

3. Introdurre l'attività

40 min.

Presenta il compito ai partecipanti:

10 min.

- In gruppi da 4, dovete creare una proposta di valore che risolva un problema della vostra comunità;
- Il problema identificato può essere di varia natura (sociale- es. L'alto tasso di disoccupazione giovanile o tra le persone anziane; ecologico- il grande quantitativo di rifiuti prodotti, specialmente bottiglie di plastica e buste di plastica; economico ecc...)
- Potete utilizzare il materiale che preferite, l'approccio che preferite, cercando di essere più

Lavagna: scrivi in maniera Chiara i vari passaggi per poi discuterli con i partecipanti. Il foglio dovrebbe restare visibile per tutta la durata dell'attività.

creativi possibile

- restrizioni: avete a disposizione un budget di 10.000 per il vostro investimento;
- la vostra impresa dovrebbe generare almeno 2 posti di lavoro che dovete essere in grado di pagare dai vostri guadagni;
- la vostra idea dovrebbe essere realizzabile in 6 mesi;
- la vostra proposta dovrebbe avere anche un aspetto ecologico (assicuratevi di proteggere l'ambiente);
- la proposta di valore dovrebbe essere sviluppata secondo la struttura discussa nell'Unità 2;
- la vostra proposta di valore sarà presentata davanti ai vostri colleghi. Ogni squadra avrà 10 minuti per discuterne e altri 15 per il feedback.
- Vi saranno date 9 ore per sviluppare le vostre idee,
- Potrete consultarvi con me tutte le volte che volete durante queste 9 ore;

//Le proposte di valore create durante questa sessione possono essere inserite sulla piattaforma/blog del progetto se lo ritieni appropriato.//

Presenta esempi di:

2 storie di imprenditoria sociale di successo.

Slide 3 e 4-5

20 min.

10 min.

PAUSA

10 min.

PAUSA

4. Analisi dei bisogni

Domanda: cos'è secondo voi un'analisi dei bisogni?

(L'identificazione di un bisogno nella comunità, di un problema, di qualcosa che dovrebbe essere cambiato)

Domanda: Se doveste identificare un problema nella vostra comunità, come fareste?

(Tramite l'osservazione, parlando con le persone, guardando ai miei bisogni ecc...)

Evidenzia il fatto che i partecipanti non devono basare le decisioni solo guardando ai propri bisogni, ma devono cercare un problema che sia comune a molte persone; e che quello che vale per un individuo può non valere per

75 min.

10 min.

10 min.

5 min.

Lavagna: scrivi le risposte dei partecipanti

Slide 6-Le cinque fasi di un'analisi dei bisogni

tutti.

Presentazione: Introduci le cinque fasi dell'analisi dei bisogni.

Le 5 fasi di un'analisi dei bisogni:

Fase uno: Identificare il problema.

Fase due: Analisi di mercato: raccogliere le prove del problema- quanto è serio, quante persone riguarda, cosa altro riguarda, in che modo riguarda le persone, la comunità ecc...Chi altro sta affrontando questo problema e come.

Strumenti di analisi dei bisogni:

- Osservazione diretta
- Gruppo focus
- Rapporti e analisi provenienti da altri enti

Mostra il breve documentario Focus Group e discuti sui suoi elementi. Sottolinea il modo in cui viene condotto il focus group, il tipo di domande che vengono poste, come viene guidata la discussione.

Fase tre: Fai una lista delle cause del problema che sono state identificate e come queste vengono affrontate dagli altri.

Fase quattro: Decidi l'obiettivo che si vuole raggiungere

Fase 5: Esegui un'analisi SWOT

Presentazione: Analisi SWOT

S= forza (posso contarci);

W= debolezza (devo migliorare);

O=opportunità (cosa accade nell'ambiente intorno a me e di cosa posso beneficiare;

T= minacce (Cosa accade nell'ambiente intorno a me di cui dovrei preoccuparmi)

PAUSA

30 min.

Slide 7- Strumenti di analisi dei rischi.

Film documentario- Focus group

Dispensa 1 – analisi SWOT dell'impresa Canvas Bag.

20 min.

10 min.

PAUSA

5. Analisi dei bisogni e della situazione

Identificate un bisogno della vostra comunità che potreste soddisfare con 10.000 euro. Seguite le 5 fasi dell'analisi dei bisogni.

120 min.

I partecipanti lavorano in gruppi. Il trainer risponde alle loro domande e offre la sua guida.

6. Completate il Diario di apprendimento della comunità riguardo la propria comunità di appartenenza

Raccogliete informazioni in prima persona sui problemi che volete affrontare per confermare le ipotesi iniziali

60 min.

I partecipanti lo completano prima della seconda sessione.

SESSIONE 2

6 ore

Piano di lezione	Durata	Materiali ausiliari
1. Analisi della concorrenza e ripetizione delle 4 p Fai riferimento all'Unità 2 e sottolinea gli elementi più importanti (Prodotto-cos'è; descrivilo nel dettaglio; assicurati di rispondere a un bisogno o desiderio di quel segmento target/ Prezzo- cos'è; gli elementi da considerare nello stabilire il prezzo/Distribuzione- diretta o tramite intermediari/Promozione- discuti le principali strategie promozionali).	60 min.	<i>Lavagna: scrivi ogni aspetto che richiede un chiarimento.</i>
2. Lavorare sulla propria proposta di valore <i>//I partecipanti possono utilizzare internet per le loro ricerche. Se è disponibile una connessione internet, incoraggiali ad usarla (es. per cercare i propri concorrenti, i prezzi e le strategie promozionali degli altri, i prezzi associati alle differenti strategie promozionali ecc...)//</i> Offri ai partecipanti una guida su come cercare le informazioni e su dove cercarle. Poni domande aperte in modo da aiutarli ad identificare i loro concorrenti tra i vari tipi di concorrenza. Chiedi ai partecipanti di fare degli esempi per ogni tratto identificato nella concorrenza. Poni domande per aiutarli a descrivere più in profondità i loro prodotti e servizi, così come i clienti target scelti. Durante il feedback, assicurati sempre di incoraggiare i partecipanti, e sottoponi eventuali modifiche al loro lavoro in modo positivo e incoraggiante.	120 min.	

3. Valutazioni finanziarie

In riferimento all'unità 2 sottolinea gli elementi più importanti (es. Tipi di costi-costi fissi e variabili/Tasse locali –es. la tassa sul profitto; calcolare il guadagno, i costi e il profitto stimati; preparare un budget annuale).

60 min.

Lavagna: scrivi ogni aspetto che potrebbe richiedere un chiarimento

4. Lavorare sulle proprie finanze

//I partecipanti possono usare internet per le loro ricerche. Se è disponibile una connessione internet, incoraggiali ad usarla (Es. per cercare tasse locali- percentuali, valute, metodi di calcolo ecc...)//

Offri una guida ai partecipanti su come cercare informazioni e dove cercarle.

Aiuta i partecipanti a identificare correttamente i costi fissi e i costi variabili.

Fai loro domande per verificare le conoscenze e la comprensione, così come l'applicazione corretta di questi concetti. Aiuta i partecipanti a prendere in considerazione i diversi tipi di tasse quando lavorano sulle loro finanze.

Controlla e aiuta i partecipanti sul calcolo del guadagno, dei costi e dei profitti stimati.

Durante il feedback assicurati sempre di incoraggiarli e di suggerire eventuali modifiche al loro lavoro in maniera positiva e incoraggiante.

120 min.**SESSIONE 3****6 ore**

<i>Piano di lezione</i>	<i>Durata</i>	<i>Materiali ausiliari</i>
1. Abilità di presentazione, riepilogo In riferimento all'Unità 1 sottolinea gli aspetti più importanti. (es. preparare una presentazione-conoscere il proprio scopo; pubblico e messaggio; abilità di espressione-contatto visivo; non muoversi continuamente; consigli per combattere la paura di parlare in pubblico; spot pubblicitario).	60 min.	<i>Lavagna: scrivi ogni aspetto che richiede eventuali chiarimenti</i>

2. Lavorare sulle proprie presentazioni e discuterne col trainer

//I partecipanti possono usare internet per le ricerche. Se la connessione internet è disponibile, incoraggiali ad usarlo (es. per ricercare immagini carine e interessanti da usare, idee per le loro presentazioni, consigli su come creare uno spot pubblicitario.)//

Aiuta i partecipanti a preparare le loro presentazioni discutendo insieme a loro su quali idee includere e rispettando la struttura della loro presentazione. Assicurati che i partecipanti sappiano qual è lo scopo, qual è il messaggio e a chi è rivolta la propria presentazione.

Durante il feedback, assicurati sempre di incoraggiarli e di proporre eventuali modifiche al loro lavoro in maniera positiva e incoraggiante.

120 min.

3. Eseguire una presentazione e feedback

I partecipanti eseguono la loro presentazione.

Durante il feedback, offri consigli in maniera positiva e costruttiva. Assicurati che gli sforzi dei partecipanti vengano riconosciuti e che ogni bisogno di sviluppo sia identificato come un'opportunità.

120 min.

Computer, proiettore, casse, lavagna, post-it e pennarelli.

4. Valutazione dell'attività

Distribuisci il modulo di valutazione e dai ai partecipanti 20 minuti perché lo compilino.

*Il modulo di valutazione può essere compilato anche online al seguente indirizzo:

https://drive.google.com/open?id=1HOa7MZvo3Ns8g-7c_wdWnPqj0CVOLFVGjr2oUxMmvCQ

20 min.

Modulo di valutazione

5. Premiazione

Consegna gli attestati ai partecipanti. Congratulati con ognuno di loro per gli sforzi profusi e incoraggiali a mettere in pratica le loro idee. Se vogliono, i partecipanti possono condividere le loro impressioni sull'intero training.

40 min.

Consegna degli attestati e se possibile, di piccoli regali.

CAPITOLO 05

Valutazione e riconoscimento di abilità e competenze. SKILLPASS

INTRODUZIONE	141
DESCRIZIONE DELLE 8 COMPETENZE CHIAVE E DELLE 3 ABILITÀ BASICHE	143
SPIEGAZIONI E ISTRUZIONI PER SVOLGERE GLI ESERCIZI	146
A) Esercizi da svolgere prima di iniziare le attività	147
• Self-assessment iniziale (necessario per lo SKILLPASS)	
• Individual Development Plan	
• Smart learning aims	
• Bridge draw	
• Tables for the assessment scale	
B) Esercizi da realizzare durante le attività	154
• In-basket test	

•	Role-play	
•	Group exercise (team building)	
C)	Esercizi da realizzare alla fine delle attività	156
•	Feedback interview	
•	Bridge draw	
•	Tables for the assessment scale	
•	Self-assessment finale (necessario per lo SKILLPASS)	
	ESERCIZI PER LA COMPILAZIONE DELLO SKILLPASS	161
-	SELF-EVALUATION DELLE 8 COMPETENZE CHIAVE	162
-	GROUP-FEEDBACK PER LE 3 ABILITÀ BASICHE	163
	SKILLPASS FORM	165
	LINEE GUIDA PER I TRAINER	166

Introduzione

Lo SKILLPASS è la certificazione di un processo di apprendimento per adulti. In particolare uno strumento innovativo per il riconoscimento e la convalida dei risultati di apprendimento acquisito dagli adulti a rischio di esclusione sociale.

In linea con la strategia della Commissione Europea per favorire il riconoscimento dell'apprendimento non formale, lo SKILLPASS fa riferimento allo strumento dello Youthpass, al programma “Lifelong Learning” e alle 8 competenze chiave europee.

Queste 8 competenze chiave sono uno strumento promosso dall'Unione Europea e nasce dall'esigenza di individuare e combinare delle conoscenze, abilità e attitudini che permettono di adattarsi meglio ai costanti cambiamenti della società.

Attraverso l'acquisizione di queste competenze gli individui saranno in grado di analizzare, ragionare e comunicare in modo efficiente nel momento in cui propongono e interpretano i problemi nei diversi ambiti. Allo stesso tempo le Competenze Base sono quelle di cui tutti gli individui hanno bisogno per la realizzazione, lo sviluppo personale, la cittadinanza attiva, l'inclusione sociale e l'occupazione.

In più, tenendo conto della necessità di rivolgersi ad adulti a rischio di esclusione, lo SKILLPASS cerca di tener conto specifiche difficoltà che possono emergere rispetto ai singoli partecipanti, come le difficoltà di apprendimento, relazionali, di motivazione ecc. A tal proposito Lo SKILLPASS ha individuato una serie di esercizi che, parallelamente alla certificazione delle competenze acquisite grazie agli esercizi del Toolkit, può aiutare a riconoscere e implementare le proprie capacità relazionali, di cooperazione e di intraprendenza.

L'idea è quella di garantire uno strumento che accompagna passo dopo passo i partecipanti nel riconoscimento dei diversi progressi possibili di sviluppo formativo. Quando si partecipa ad un percorso formativo in gruppo, inevitabilmente si attivano diversi processi e dinamiche che favoriscono, non solo l'apprendimento cognitivo, ma anche quello emotivo, relazionale e cooperazionale. In particolare per persone con minori opportunità, o a rischio di esclusione sociale, è importante riuscire a far emergere ed esaltare tutti i progressi possibili, sia quelli legati all'apprendimento cognitivo che quelli trasversali.

Il metodo utilizzato è quello dell'apprendimento cooperativo, che si basa sulla centralità del partecipante, invogliato ad assumersi la responsabilità del proprio apprendimento ed incoraggiato a collaborare in attività di gruppo. L'apprendimento cooperativo determina un più elevato livello di ragionamento, un più frequente sviluppo di nuove idee e soluzioni e un maggior trasferimento di ciò che si è appreso anche in relazione al contesto. Con lo SKILLPASS, si intende dunque andare oltre alla certificazione del sapere, cercando di fare emergere e valorizzare anche competenze legate a: saper fare, saper ascoltare, saper stare insieme, saper cooperare e saper proporre e intraprendere iniziative.

La struttura è quella di avere una serie di strumenti utilizzabili prima, durante e dopo le attività. Questi strumenti potranno essere scelti in base alle diverse esigenze del gruppo e delle dinamiche che si possono creare. L'obiettivo è quello di poter così seguire meglio ed in maniera mirata tutti i processi e sviluppi di apprendimento, valutare le possibili difficoltà del singolo partecipante e condividere i risultati raggiunti nell'ambito delle competenze acquisite e nell'ambito relazionale, cooperazionale e di intraprendenza.

Gli strumenti necessari da utilizzare per poter compilare correttamente lo SKILLPASS sono:

- IL SELF-ASSESSMENT INIZIALE
- IL SELF-ASSESSMENT FINALE
- IL SELF-EVALUATION DELLE 8 COMPETENZE CHIAVE
- IL GROUP-FEEDBACK

Tuttavia, considerato che i Toolkit prevedono il coinvolgimento di persone con minori opportunità o a rischio di esclusione sociale, si propongono una serie di strumenti utili a supportare maggiormente la gestione e l'apprendimento del gruppo. Questi strumenti saranno scelti dal trainer, di volta in volta, per poter meglio rispondere alle diverse situazioni e dinamiche gruppali o individuali che si potranno verificare.

I successivi strumenti quindi, anche se sono facoltativi, possono essere utilizzati dal trainer per monitorare e supportare i partecipanti nel facilitare l'apprendimento, nel favorire la loro inclusione e integrazione, nella prevenzione e gestione di conflitti e nello stimolare alla partecipazione e alla collaborazione. L'obiettivo è quello di avere una serie di strumenti di supporto che aiutino i partecipanti nell'acquisizione delle competenze legate alle attività e all'implementazione di competenze relazionali di cooperazione e di intraprendenza:

- INDIVIDUAL DEVELOPMENT PLAN
- SMART LEARNING AIMS
- TABLES FOR THE ASSESSMENT SCALE
- BRIDGE DRAW
- IN-BASKET TEST
- ROLE-PLAY
- GROUP EXERCISE
- FEEDBACK INTERVIEW

Descrizione delle 8 Competenze Chiave e delle 3 Abilità Basiche

Le 8 COMPETENZE CHIAVE nascono con l'esigenza di individuare e combinare delle conoscenze, abilità e attitudini che permettono di adattarsi meglio ai costanti cambiamenti della società.

Tuttavia non sempre le persone adulte a rischio di esclusione sociale hanno un effettivo accesso alle opportunità di maturazione delle 8 COMPETENZE CHIAVE.

Questo problema riguarda in particolare quelle persone che vivono in contesti e in condizioni di svantaggio sociale, in altre parole in situazioni di malessere personale e relazionale (a causa del contesto, dell'ambiente e dei tempi in cui viviamo) e di malessere sociale (connesso alla difficoltà di relazionarsi gli uni agli altri e di portare a termine compiti per la comunità).

Per permettere a queste persone a rischio di esclusione sociale di partecipare e di beneficiare di quelle opportunità che possono migliorare le proprie competenze, bisogna accompagnarli in percorsi di riconoscimento e di crescita relazionale. Devono essere stimolati a cooperare con gli altri e devono essere supportati in iniziative che potrebbero coinvolgerli attivamente.

Per semplificare le 8 COMPETENZE CHIAVE, e per rendere il percorso di valutazione più flessibile ed efficace, specialmente nel caso di adulti a rischio di esclusione sociale, proponiamo un'ulteriore classificazione delle 8 competenze, divise in tre aree principali: relazionali, cooperative e di intraprendenza. Secondo le teorie più accreditate di pedagogia dell'apprendimento, crediamo che i meccanismi di apprendimento dovrebbero essere relazionali e dovrebbero svilupparsi in dimensioni formali e non formali.

Si dovrebbe sottolineare l'importanza del rapporto tra partecipanti/studenti e l'interazione tra ogni membro del gruppo e tra il gruppo e il trainer. Non possiamo isolare l'individuo, le sue abilità cognitive e il suo comportamento dal contesto relazionale nel quale è inserito, e pertanto l'abilità più importante è decisamente quella dell'interazione tra una persona e il "diverso da sé", e con la comunità/regione in cui vive e con la quale interagisce. Così le fasi fondamentali sono:

1. Entrare prima in contatto con gli altri, sviluppare una relazione basata sulla cooperazione per raggiungere obiettivi comuni;
2. Interagire con gli altri;
3. Passare dalla visione di gruppo a quella di comunità, dalla ricerca del vantaggio di pochi, al vantaggio collettivo, e ottenere la consapevolezza di essere in grado di influenzare la collettività, di promuovere progetti e azioni di cittadinanza, in altre parole di acquisire potere.

Per questi motivi, crediamo sia cruciale dare potere alle persone che sono in condizioni di esclusione sociale, poiché esse ne sono solitamente sprovviste. Devono acquisire abilità di base e trasversali (qui raggruppate in tre aree principali) che possano facilitare il compito. Queste tre aree sono: Relazione, Cooperazione e Intraprendenza.

Di seguito sono elencate le descrizioni delle 8 COMPETENZE CHIAVE e delle 3 ABILITÀ BASICHE, con il collegamento agli strumenti successivi che serviranno alla compilazione dello SKILLPASS.

LE 8 COMPETENZE CHIAVE

Questa descrizione delle competenze servirà al trainer per poter spiegare meglio le 8 competenze chiave ai partecipanti e poter compilare gli strumenti successivi quali: il SELF-ASSESSMENT, il SELF-EVALUATION DELLE 8 COMPETENZE CHIAVE e lo SKILLPASS.

Questo quadro definisce le otto competenze chiave e descrive le conoscenze, le abilità e le attitudini essenziali in relazione ad ognuna di esse. :

Comunicazione della madrelingua, è la capacità di esprimere e interpretare la propria cultura (concetti, pensieri, sentimenti, fatti e opinioni in forma sia orale sia scritta) e di interagire adeguatamente e in modo creativo sul piano linguistico in un'intera gamma di contesti culturali e sociali.

Comunicazione nelle lingue straniere, condivide essenzialmente le principali abilità richieste per la comunicazione nella madrelingua: essa si basa sulla capacità di comprendere, esprimere e interpretare concetti, pensieri, sentimenti, fatti e opinioni in forma sia orale sia scritta.

Competenza matematica e competenze di base in scienze e tecnologia, è l'abilità di sviluppare e applicare il pensiero matematico per risolvere una serie di problematiche quotidiane. Le competenze di base in campo scientifico e tecnologico permettono l'uso e l'applicazione di conoscenze e metodologie che spiegano i meccanismi basilari del mondo naturale. Queste comprendono la comprensione dei mutamenti causati dall'uomo e della responsabilità che ogni individuo ha in quanto cittadino;

Competenza digitale, consiste nel saper utilizzare con dimestichezza e spirito critico le TSI (Tecnologie della Società dell'Informazione) per il lavoro, il tempo libero e la comunicazione. Essa è supportata da abilità di base nelle TIC (Tecnologie di Informazione e di Comunicazione);

Imparare a imparare, questa competenza richiede come presupposto il possesso delle conoscenze base e la conoscenza del proprio modello di apprendimento personale con i relativi punti di forza e limiti ricercando da sé le opportunità di istruzione, formazione e orientamento;

Competenza sociale e civica, includono competenze personali, interpersonali e interculturali e riguardano tutte le forme di comportamento che consentono alle persone di partecipare in modo efficace e costruttivo alla vita sociale e lavorativa, in particolare alla vita in società sempre più diversificate come anche risolvere i conflitti ove ciò sia necessario.

Spirito d'iniziativa e imprenditorialità è relativo alla capacità della persona di trasmettere le idee che ha in azione e questo avviene tramite la creatività, l'assunzione di rischi, l'innovazione e con il saper pianificare e organizzare i progetti per raggiungere degli obiettivi. Per avere questa competenza è importante saper identificare le opportunità di cui si può disporre per attività personali, professionali o economiche e per far questo bisogna essere in grado di saper gestire con responsabilità e consapevolmente i progetti.

Consapevolezza ed espressione culturale, consapevolezza dell'importanza dell'espressione creativa di idee, esperienze ed emozioni in un'ampia varietà di mezzi di comunicazione, compresi la musica, le arti dello spettacolo, la letteratura e le arti visive. Si può, forse, imparare qualcosa sulla propria cultura, le proprie tradizioni e il patrimonio culturale. Alcuni progetti hanno per temi la scoperta della tradizione culturale locale alla ricerca dell'ultimo testimone del passato che racconti questa storia, la raccolga in forma scritta o anche le narrazioni orali, descrivendone in questo modo le ricchezze.

“Le competenze chiave, sottoforma di conoscenza, abilità e attitudini, sono appropriate in ogni contesto e sono fondamentali per ciascun individuo in una società basata sulla conoscenza. Forniscono un valore aggiunto nel mercato del lavoro, nella coesione sociale e nella cittadinanza attiva, offrendo flessibilità e adattabilità,

soddisfazione e motivazione. Dal momento che dovrebbero essere acquisite da tutti, si propone uno strumento di riferimento per i paesi dell'Unione Europea per assicurare che queste competenze vengano pienamente integrate nelle loro strategie e infrastrutture, in particolar modo nel campo dell'apprendimento permanente”.

(Fonte: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=URISERV:c11090>)

LE 3 ABILITÀ BASICHE

Questa descrizione servirà al trainer per spiegare le 3 ABILITÀ BASICHE, a compilare le schede di GROUP FEEDBACK e lo SKILLPASS.

Partendo da queste tre aree, è possibile misurare e valutare i progressi di adulti a rischio di esclusione sociali in termini di accesso alle opportunità, e di sviluppo delle 8 competenze chiave. Questo perché le tre abilità basiche sono connesse direttamente alle otto competenze chiave. Nel diagramma in basso possiamo identificare le principali connessioni tra le tre abilità basiche e le otto competenze chiave.

Relazionali

Concentrandosi sulla necessità di valorizzare il livello di inclusione sociale, ci si è concentrati sulle competenze: capacità di comunicare (anche attraverso i social network), d'interazione, socializzazione e animazione; capacità di esprimere e interpretare la propria cultura; disponibilità di adattamento a regole di civile convivenza, alle diversità culturali e a contesti diversi;

Di cooperazione

Con l'obiettivo di valorizzare il livello di partecipazione, emergono le seguenti competenze da considerare: capacità di riconoscimento degli altri, delle altre culture e tradizioni e di lavorare in gruppo; condivisione e rispetto dei tempi, ruoli, regole e compiti definiti; capacità di mediazione e gestione di conflitti; disponibilità all'ascolto e al cambiamento; capacità di dialogo critico e costruttivo.

Di intraprendenza

Focalizzandosi sulla valorizzazione del livello di cittadinanza attiva, si punta a certificare: lo spirito d'iniziativa e propositività; capacità organizzative sia nelle attività di gruppo che attraverso le TIC (Tecnologia di Informazione e Comunicazione); livello di coinvolgimento e autonomia nelle attività da realizzare; inventiva, determinazione e costanza nella realizzazione dei compiti definiti; livello di interesse e impegno attivo alla vita pubblica; solidarietà e interesse verso la collettività; riconoscimento dei propri punti di forza e i propri limiti; acquisizione di competenze teorico-scientifiche.

Spiegazioni e istruzioni per svolgere gli esercizi

Per poter valutare e descrivere al meglio le competenze acquisite all'interno dello SKILLPASS bisogna partire dalle condizioni ottimali. Le condizioni ottimali sono:

- Completare almeno 70 ore di attività
- Coinvolgere almeno 10 persone per ogni attività
- Cercare di utilizzare tre metodi differenti all'interno dell'attività;
 - attività teoriche (dare informazioni)
 - attività pratiche con la preparazione di alcuni prodotti (condividere e cooperare)
 - attività di coinvolgimento diretto nella comunità locale attraverso un evento finale (partecipare e mettersi in gioco)

Tuttavia, è possibile utilizzare lo SKILLPASS anche per certificare i risultati di attività più brevi, che coinvolgono un numero minore di partecipanti.

Infatti, così come il toolkit è diviso in diverse unità anche per la certificazione delle competenze è possibile concentrarsi solo su alcune delle 3 competenze basi e delle 8 competenze chiave.

Il trainer avrà a disposizione, oltre agli strumenti necessari alla compilazione per lo SKILLPASS, una serie di strumenti facoltativi. Questi strumenti facoltativi potranno essere scelti dal trainer di volta in volta per rispondere meglio ad esigenze specifiche che possono emergere.

Gli strumenti necessari alla compilazione dello SKILLPASS sono:

- IL SELF-ASSESSMENT INIZIALE, da somministrare all'inizio di ogni unità, serve al partecipante per introdurre le competenze che si possono acquisire grazie alle attività da realizzarsi. Al trainer serve a capire che tipo di conoscenza ed interesse ha il partecipante rispetto a gli argomenti che si andranno a trattare.
- IL SELF-ASSESSMENT FINALE, da somministrare alla fine di ogni unità per valutare quali e che livello competenze sono state acquisite. Questo strumento permette di capire il grado di apprendimento del partecipante rispetto alle singole competenze che è possibile acquisire durante le attività.
- IL SELF-EVALUATION DELLE 8 COMPETENZE CHIAVE, da somministrare alla fine delle attività del toolkit per far emergere il collegamento delle competenze acquisite dai partecipanti con le 8 competenze chiave dell'Unione Europea. Questo strumento permette non solo di capire quali delle 8 competenze chiave sono state acquisite, ma anche di approfondire e valutare i tipi di progressi, il tipo di apprendimento, saperi e capacità acquisite.
- IL GROUP-FEEDBACK, da compilare alla fine delle attività del toolkit, permette nei partecipanti di fare un'autovalutazione dell'esperienza di gruppo, una riflessione sull'apprendimento cooperativo e sulla sua utilità. L'obiettivo di questo strumento è quello di far emergere le competenze relazionali, di cooperazione e intraprendenza che nel gruppo si possono aver acquisito

Invece, i seguenti strumenti facoltativi, saranno utilizzati dal trainer in base alle diverse esigenze e necessità legate a specifiche situazioni. Le necessità possono essere legate a diversi fattori quali:

monitorare e supportare i partecipanti nel facilitare l'apprendimento, favorire la loro inclusione e integrazione, prevenire e/o gestire conflitti e nello stimolare alla partecipazione e collaborazione del singolo e del gruppo. Per tanto, ecco qui sotto l'elenco degli esercizi facoltativi con la spiegazione dell'utilità di ognuno:

- **INDIVIDUAL DEVELOPMENT PLAN**, utile per partecipanti con basso livello di istruzione e con maggiori difficoltà di apprendimento. Da compilare prima di cominciare le attività per far riconoscere al singolo partecipante le proprie lacune e aumentare la sua motivazione
- **SMART LEARNING AIMS**, utile quando all'interno del gruppo sono presenti partecipanti con poca motivazione o bassa autostima. Da compilare prima di cominciare le attività per stimolare ogni singolo partecipante alla partecipazione attiva
- **TABLES FOR ASSESSMENT SCALE**, utile per singoli o gruppi di partecipanti con bassa autostima, minore istruzione e/o vivono in situazioni di disagio. Da compilare all'inizio delle attività e alla fine per poter approfondire meglio le capacità e gli sviluppi di ogni singolo partecipante rispetto all'apprendimento relazionale, di cooperazione e intraprendenza
- **BRIDGE DRAW**, utile a far emergere singoli disagi o conflitti di gruppo e favorire la cooperazione. Può essere utilizzato in più momenti durante le attività e può essere un efficace strumento per monitorare il livello di coinvolgimento del singolo, di relazione e di cooperazione con il gruppo
- **IN-BASKET TEST**, da utilizzare quando si sente nel gruppo la necessità di aumentare le capacità cooperative e la risoluzione di problemi per il raggiungimento di obiettivi. Da compilare durante le attività.
- **ROLE-PLAY**, utile nei casi in cui c'è necessità che il gruppo sia più partecipe e coinvolto nei processi delle attività in corso. Da utilizzare durante le attività per provare a stimolare processi creativi e più spontanei di partecipazione.
- **GROUP EXERCISE**, utile quando tra il gruppo c'è poca collaborazione e poca fiducia tra loro. Da utilizzare durante le attività per provare a stimolarli nella cooperazione ed il sostegno reciproco.
- **FEEDBACK INTERVIEW**, utile ad aumentare nei partecipanti il grado di partecipazione all'attività. Da compilare a fine attività permette una maggior interazione e condivisione dei risultati raggiunti anche da parte del trainer.

A) Esercizi da svolgere prima di iniziare le attività

SELF-ASSESSMENT INIZIALE

Il SELF-ASSESSMENT INIZIALE è l'unico strumento necessario per la compilazione dello SKILLPASS da utilizzare prima delle attività. Tuttavia, si consiglia al trainer di valutare, in base alla conformazione del gruppo di partecipanti, l'ipotesi di utilizzare uno dei successivi strumenti della prima fase.

Per la compilazione di questo strumento bisogna copiare nelle colonne a sinistra della tabella le competenze specifiche delle attività del toolkit che si trovano all'inizio di ogni Unità. Sulla destra invece, con *si* o *no*, si sceglie quali delle competenze si conoscono o si sente di sapere e quali si è interessato ad apprendere. Sotto invece si può aggiungere, se si ritiene opportuno, altre competenze simili che non sono scritte.

SELF-ASSESSMENT INIZIALE all'inizio di ogni unità

Nome e cognome	Paese
----------------	-------

Competenze	<i>So farlo?/Sono in grado di farlo?</i>		<i>Mi interessa acquisire questa competenza?</i>	
	SI	NO	SI	NO
Ti piacerebbe acquisire altre competenze che non sono presenti nella lista?				

INDIVIDUAL DEVELOPMENT PLAN

Prima di iniziare le attività, uno strumento molto utile è scrivere l'Individual Development plan (piano di sviluppo individuale). Questo strumento mira ad aumentare la consapevolezza delle proprie lacune di apprendimento, dei limiti e delle aspettative, delle motivazioni e degli interessi e a individuare alcuni obiettivi di apprendimento a breve e a lungo termine. Fornisce un maggiore senso di proprietà e di intraprendenza perchè i partecipanti riflettono su quello che hanno imparato, cosa impareranno e perchè hanno bisogno di imparare per raggiungere i propri obiettivi.

INDIVIDUAL DEVELOPMENT PLAN	
Nome e cognome	Data
Nome dell'attività	

OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO/ ASPETTATIVE

Quali sono i miei obiettivi di apprendimento?

Come posso soddisfare questi obiettivi in questa attività?

TALENTI O FORZE DA IMPIEGARE (Dare dalle 3 alle 5 risposte) Quali sono i miei talenti e i miei punti di forza?	OPPORTUNITÀ DI SVILUPPO (Dare almeno 1-2 risposte) Quali conoscenze o abilità devo incrementare?
PROSPETTIVE FUTURE Come potrebbe aiutarmi quest'attività per i miei obiettivi futuri?	

SMART LEARNING AIMS (General instruments)

Un'altra tabella, che è un approfondimento del primo esercizio, sugli obiettivi di miglioramento e le motivazioni, fa riflettere le persone sull'effettivo raggiungimento degli obiettivi. Il trainer invita i partecipanti a porsi delle domande e a scrivere i loro obiettivi. Devono essere SMART (SPECIFICI): i tuoi obiettivi sono abbastanza specifici da sapere quando sono stati raggiunti? MISURABILI: puoi misurare i successi ottenuti nella realizzazione dei tuoi obiettivi? RAGGIUNGIBILI: è possibile raggiungere i tuoi obiettivi nel tempo che hai a disposizione? REALI: i tuoi obiettivi si basano sulle abilità di cui hai bisogno nella tua vita? TEMPORIZZATI: Hai un intervallo di tempo entro cui realizzare i tuoi obiettivi?

SMART LEARNING AIMS	
Nome e cognome	Data

Cosa <i>Voglio essere in grado di ...</i>	Quando vorresti realizzarli? Hai fissato un intervallo di tempo?	Come potresti misurare i successi ottenuti?	Hai le capacità di realizzarli?	Come utilizzerai queste capacità in generale nella tua vita?

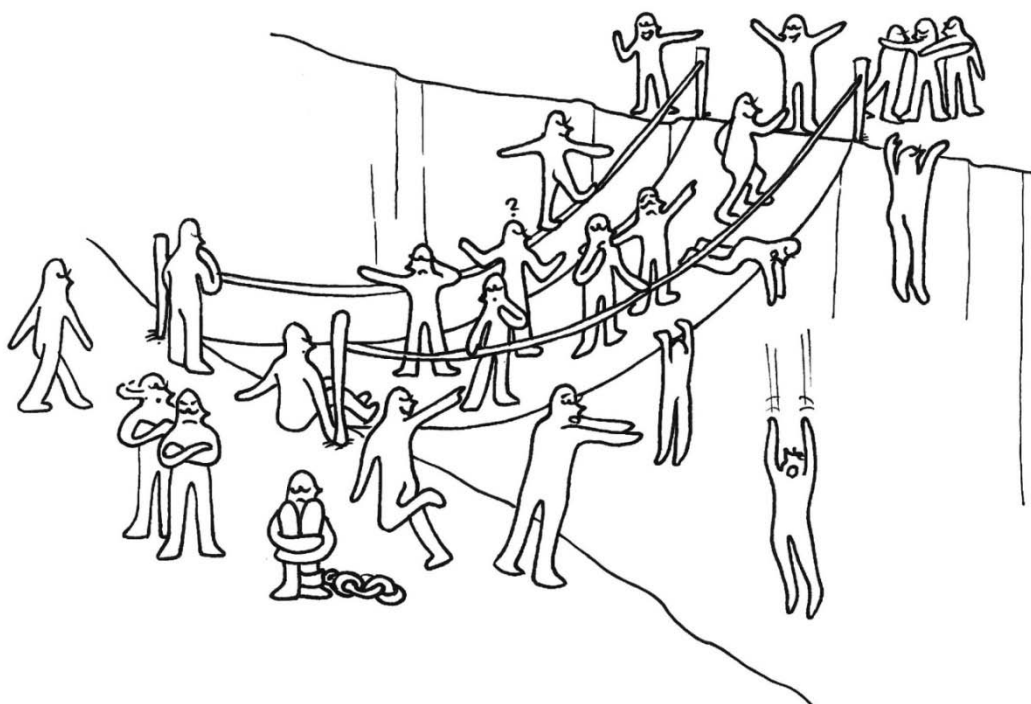
BRIDGE DRAW

Viene consegnata ai partecipanti l'immagine sottostante. Ogni partecipante sceglie la figura che lo rappresenta meglio in quel momento, rispetto all'attività svolta, e annota i motivi della sua scelta.

Questo esercizio è utile sia all'inizio che alla fine delle attività così che i partecipanti possano riassumere graficamente i cambiamenti connessi alle esperienze acquisite. Per questo motivo è utile stampare un'immagine per ciascun partecipante, annotare il loro nome e conservare le immagini utilizzate per usarle nuovamente alla fine delle attività.

Dopo che ogni partecipante ha identificato il personaggio che lo rappresenta meglio, il trainer posiziona i partecipanti in cerchio, chiedendo a ognuno di condividere col gruppo la propria scelta, annotando su un ingrandimento del disegno, quale omini hanno scelto. Il gioco permetterà di condurre una discussione aperta e di condividere le paure, le difficoltà e i bisogni dei partecipanti rispetto all'esperienza fatta o da fare. Alla fine dell'attività i partecipanti riprenderanno il disegno, rispondendo alla domanda: *dove siete adesso? Identificate la figura che vi rappresenta meglio e annotate qui il motivo.*

BRIDGE DRAW



Nome

TABLES FOR THE ASSESSMENT SCALE

Tabelle per la Scala di Valutazione (autovalutazione dell'atteggiamento all'interno delle 3 abilità basiche).

All'inizio delle attività è consigliabile chiedere ai partecipanti di riempire un questionario, basato su una scala di valutazione (semantica differenziale) o di attitudini.

L'attitudine è una parte delle competenze, ed è definita come uno stato di prontezza mentale, si organizza tramite l'esperienza che esercita un'influenza dinamica sulla risposta dell'individuo all'oggetto o alla situazione a cui si riferisce. È una guida permanente per rispondere brevemente a vari stimoli favorevoli o sfavorevoli, e include una spiccata dimensione emozionale.

Questo questionario ci aiuterà a capire e a riconoscere le forze e le debolezze dei partecipanti e a colmare le loro lacune. Lo scopo principale è quello di sviluppare e valutare le competenze: non c'è alcun giudizio di valore sui partecipanti.

Questa valutazione delle abilità è estremamente utile sia per i partecipanti che per il trainer/organizzazione:

Partecipanti:

- fare il punto delle proprie abilità e dei punti deboli e chiarire i propri obiettivi
- costruire e potenziare le proprie abilità per reagire e affrontare positivamente i cambiamenti che comportano le nuove esperienze

Trainer/Organizzazione:

- conoscere meglio i partecipanti, il potenziale disponibile e le competenze trasferibili
- facilitare la convergenza tra esigenze dei partecipanti e prospettiva dell'organizzazione, ottimizzando l'uso di risorse.

N.B. Gli strumenti qui di seguito proposti, prevedono la compilazione da parte del partecipante col supporto del trainer, nella misura del bisogno da quest'ultimo rilevato.

Attraverso le tabelle di valutazione di seguito presentate, valutiamo ed aiutiamo nella auto-valutazione dell'atteggiamento (che è una componente essenziale della competenza). L'aiuto nell'autovalutazione lo fornisce non solo il questionario direttamente con i suoi stimoli, ma anche la riflessione finale che da esso si ottiene.

Il questionario con la scala del differenziale semantico viene proposto all'inizio e alla fine del percorso ai partecipanti, che potranno così auto-valutare il proprio atteggiamento all'interno delle 3 abilità basiche e come è mutato nel corso dell'esperienza di apprendimento. È così anche uno strumento di riconoscimento dei passi compiuti e di presa di coscienza delle competenze acquisite.

TABELLA 1

Basata su competenze relazionali e di cooperazione: atteggiamento di apertura verso l'altro di cooperazione come strumento di raggiungimento di obiettivi comuni e crescita personale, atteggiamento aperto alla mediazione dei conflitti.

Pensando a come finora ti sei comportato quando sei in relazione con altre persone, dove collocheresti il tuo atteggiamento nel continuum tra i due aggettivi estremi indicati?

Nella riga in alto ci sono dei punteggi (da 1 a 6). Così, ogni tua "X" ha un punteggio.

	1	2	3	4	5	6	
A) Timido	—	—	—	—	—	—	Espansivo
B) Competitivo	—	—	—	—	—	—	Cooperativo
C) Riservato	—	—	—	—	—	—	Socievole
D) Diffidente	—	—	—	—	—	—	Fiducioso
E) Aggressivo	—	—	—	—	—	—	Pacifico
F) Provocatorio	—	—	—	—	—	—	Conciliatore
G) Distruttivo	—	—	—	—	—	—	Costruttivo
H) Controllato	—	—	—	—	—	—	Spontaneo

Area di competenze relazionali

Fai la somma dei punteggi delle righe A) + C) + D) + H)

Da 4 a 12 punti: puoi lavorare per migliorare il tuo atteggiamento nella comunicazione

Da 13 a 15 punti: hai un atteggiamento né aperto né chiuso nella comunicazione.

Da 16 a 24 punti: hai un atteggiamento aperto nella comunicazione.

Area di competenze di cooperazione

Fai la somma dei punteggi delle righe B) + E) + F) + G)

Da 4 a 12 punti: hai un atteggiamento più propenso alla competizione.

Da 13 a 15 punti: hai un atteggiamento a metà tra il competitivo ed il cooperativo.

Da 16 a 24 punti: hai un atteggiamento cooperativo nella relazione con gli altri.

TABELLA 2

Basata su competenza di *resourcefulness*: essere consapevoli delle proprie possibilità di agire, portando un cambiamento in una situazione problematica e abilità a prendere iniziative in modo autonomo, sentendosi responsabili del proprio territorio/comunità di riferimento. È una forma di *empowerment*, in particolare la dimensione psicologica individuale.

Pensando a come finora ti sei comportato in relazione alla tua comunità/territorio, dove collocheresti il tuo atteggiamento nel continuum tra i due aggettivi estremi indicati?

	1	2	3	4	5	6	
I) Discontinuo	—	—	—	—	—	—	Perseverante
L) Prudente	—	—	—	—	—	—	Intraprendente
M) Indeciso	—	—	—	—	—	—	Deciso
N) Indifferente	—	—	—	—	—	—	Impegnato
O) Disinformato	—	—	—	—	—	—	Informato
P) Disinteressato	—	—	—	—	—	—	Curioso
Q) Statico	—	—	—	—	—	—	Dinamico

Area di competenze di intraprendenza

Ora, fai la somma di tutti i punteggi ottenuti:

Da 6 a 18 punti: dimostri di preferire eseguire dei compiti che ti vengono indicati

Da 19 a 27 punti: hai un atteggiamento a metà tra assenza e presenza di intraprendenza: in parte preferisci eseguire dei compiti, in parte sei propenso a intervenire autonomamente per migliorare il territorio e la comunità.

Da 28 a 42 punti: hai un buon livello di intraprendenza, ovvero sei consapevole che puoi portare un contributo importante nella tua comunità.

B) Esercizi da realizzare durante le attività

Qui di seguito, è elencata una lista di attività utili a supervisionare il gruppo, il grado di coinvolgimento di ogni partecipante, con lo scopo di far emergere i conflitti e di incoraggiare i partecipanti ad essere più attivi.

Attraverso semplici compiti da svolgere, si può analizzare il coinvolgimento e la partecipazione alle attività; valutare e analizzare la cooperazione e la negoziazione nelle dinamiche di gruppo.

Parallelamente alle attività tenute, in relazione alle competenze connesse alla cooperazione, dovrebbero essere utilizzati differenti strumenti:

- IN-BASKET TEST
- ROLE-PLAY
- GROUP EXERCISE (TEAM BUILDING)

IN-BASKET TEST

Un IN-BASKET TEST è uno strumento spesso utilizzato dalle aziende e dai governi per assumere e promuovere impiegati. Durante il test, i [partecipanti](#) ricevono diversi input (es. documenti, note, e-mail, telefonate, ecc.). Quindi hanno un periodo di tempo per fissare le priorità, organizzare il loro orario di lavoro e rispondere alle e-mail e alle telefonate più importanti.

In questo caso, i partecipanti fronteggiano una situazione complessa che richiede una soluzione immediata utilizzando alcune informazioni fornite in un testo. Questo test permette ai partecipanti di valutare le capacità di organizzazione, la sensibilità ai problemi, sviluppando modelli per risolverli; indaga le modalità decisionali e l'interesse in questo tipo di attività.

Esempio di IN-BASKET TEST

I partecipanti vengono divisi in due gruppi (A e B).

I gruppi A e B devono decidere 10 regole comuni (ad esempio: non interrompere gli altri, non fumare nella classe ecc.)

Hanno 20 minuti a disposizione. Quando sono terminati i 20 minuti, il gruppo A incontra il gruppo B. Devono condividere le loro regole e decidere insieme 5 regole comuni.

ROLE-PLAY

Questo tipo di attività è una simulazione di situazioni reali con alcuni ruoli stabiliti. È connessa all'“improvvisazione teatrale” e allo psicodramma, e si basa sull'idea che la drammatizzazione permette di evidenziare caratteri e atteggiamenti che normalmente sarebbero nascosti, incoraggiando i partecipanti a trattare i problemi in maniera creativa, spontanea e impulsiva.

Il gioco di ruolo è una tecnica di apprendimento, utile non solo agli attori che interpretano un determinato ruolo, ma anche per gli “osservatori”, cioè quelli che non sono direttamente coinvolti nella recitazione ma che osservano le dinamiche relazionali, la comunicazione verbale e non verbale e, alla fine dell'interazione, condividono le loro osservazioni con il gruppo.

Questa tecnica è sia uno strumento di valutazione e monitoraggio, sia uno strumento di partecipazione, che offre l'opportunità di sperimentare nuovi atteggiamenti, di evidenziare differenti punti di vista e di ricevere un feedback sui propri comportamenti. Le caratteristiche di questo metodo forniscono molteplici incentivi nel campo dell'apprendimento attraverso l'emulazione, l'osservazione di altri comportamenti, i commenti ricevuti sui propri, e l'analisi dell'intero processo.

Un esempio di ROLE-PLAY

I partecipanti si dividono in due gruppi (A e B).

Un membro di ogni gruppo interpreta un cliente straniero. Gli altri membri del gruppo interpretano gli impiegati del negozio. Devono assistere il cliente parlando in inglese (Tempo: 10 minuti).

GROUP EXERCISE

L'esercizio di gruppo (o di *team building*) è uno strumento che permette di mettere in pratica decisioni prese con il minimo rischio, ha lo scopo di creare relazioni, di aumentare la collaborazione e il livello di fiducia nei compagni di squadra; di motivare la squadra e di creare integrazione e coesione.

Le attività di team building agevolano la comunicazione, stimolano la creatività, fanno emergere le leadership, educano alla divisione dei compiti e a lavorare insieme per raggiungere obiettivi comuni, sviluppano l'abilità di ascolto, valutano il potenziale e i talenti.

L'attività è impostata in modo da minimizzare il rischio. L'obiettivo è quello di trasferire le abilità apprese dai partecipanti, in una condizione reale, tramite "l'interpretazione" di determinati soggetti in una situazione simulata. L'obiettivo quindi è interpretare un ruolo che può essere "testato" in una situazione simulata, e acquisire le abilità necessarie per poter affrontare una situazione simile nella vita reale. Questo approccio di valutazione è usato per esplorare le caratteristiche interpersonali dei soggetti, la partecipazione alla discussione e la qualità degli interventi.

Esempio di TEAM BUILDING

I partecipanti vengono divisi in due gruppi (A e B).

Un membro di ogni gruppo viene bendato; gli altri membri del suo gruppo guidano i suoi movimenti in un percorso ricco di ostacoli.

Nelle seguenti linee guida, sono indicati numerosi siti internet dove è possibile trovare esempi di altri esercizi su IN-BASKET TEST, ROLE PLAY e TEAM BUILDING.

c) Esercizi da realizzare alla fine delle attività

Alla fine delle attività e prima di iniziare con gli strumenti a supporto della compilazione dello SKILLPASS, è consigliato sottoporre un test a risposte chiuse, come il seguente FEEDBACK INTERVIEW che consente un ritorno veloce e immediato all'esperienza appena fatta.

FEEDBACK INTERVIEW

Il FEEDBACK INTERVIEW è uno strumento che consente al trainer e all'organizzazione di avere elementi per monitorare e valutare il grado di soddisfazione dei partecipanti, e ragionare sulle modifiche che è possibile apportare per garantire maggiore efficacia allo sviluppo futuro delle attività.

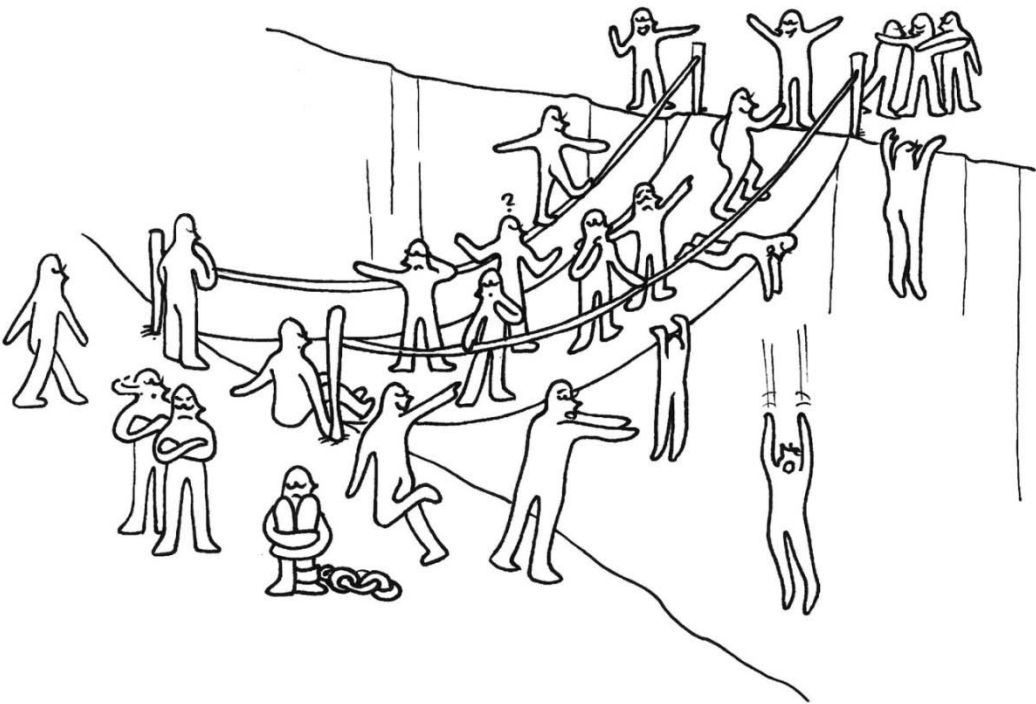
FEEDBACK INTERVIEW				
Soddisfazione delle tue aspettative				
:(	:(	:	:)	:D
Grado di coinvolgimento				
:(	:(	:	:)	:D
Giudizio sul lavoro del/dei trainer				
:(	:(	:	:)	:D
Grado di interesse dell'argomento trattato				
:(	:(	:	:)	:D
Giudizio su come è stato trattato l'argomento				
:(	:(	:	:)	:D
Giudizio sul luogo in cui si è svolta l'attività				
:(	:(	:	:)	:D
Un giudizio complessivo sull'attività				
:(	:(	:	:)	:D
Miglioreresti qualcosa?				
SI		NO		
Se sì, cosa?				

BRIDGE DRAW

Viene consegnata ai partecipanti l'immagine sottostante. Ogni partecipante sceglie la figura che lo rappresenta meglio in quel momento, rispetto all'attività svolta, e annota i motivi della sua scelta.

Questo esercizio è utile sia all'inizio che alla fine delle attività così che i partecipanti possano riassumere graficamente i cambiamenti connessi alle esperienze acquisite. Per questo motivo è utile stampare un'immagine per ciascun partecipante, annotare il loro nome e conservare le immagini utilizzate per usarle nuovamente alla fine delle attività.

Dopo che ogni partecipante ha identificato il personaggio che lo rappresenta meglio, il trainer posiziona i partecipanti in cerchio, chiedendo a ognuno di condividere col gruppo la propria scelta, annotando su un ingrandimento del disegno, quale omini hanno scelto. Il gioco permetterà di condurre una discussione aperta e di condividere le paure, le difficoltà e i bisogni dei partecipanti rispetto all'esperienza fatta o da fare. Alla fine dell'attività i partecipanti riprenderanno il disegno, rispondendo alla domanda: dove siete adesso? Identificate la figura che vi rappresenta meglio e annotate qui il motivo.

BRIDGE DRAW

Nome

TABLES FOR THE ASSESSMENT SCALE

Utilizzare la stessa tabella dell'inizio dell'attività, ricordando ai partecipanti che stavolta devono fare riferimento alle attività svolte.

TABLE 1

Pensando a come ti sei comportato con le altre persone durante le attività, dove collocheresti il tuo atteggiamento nel continuum tra i due aggettivi estremi indicati?

Nella riga in alto ci sono dei punteggi (da 1 a 6). Così, ogni tua "X" ha un punteggio.

	1	2	3	4	5	6	
A) Timido	—	—	—	—	—	—	Espansivo
B) Competitivo	—	—	—	—	—	—	Cooperativo
C) Riservato	—	—	—	—	—	—	Socievole
D) Diffidente	—	—	—	—	—	—	Fiducioso
E) Aggressivo	—	—	—	—	—	—	Pacifico
F) Provocatorio	—	—	—	—	—	—	Conciliatore
G) Distruttivo	—	—	—	—	—	—	Costruttivo
H) Controllato	—	—	—	—	—	—	Spontaneo

Area delle abilità di relazione

Fai la somma dei punteggi delle righe A) + C) + D) + H)

Da 4 a 12 punti: puoi lavorare per migliorare il tuo atteggiamento nella comunicazione

Da 13 a 15 punti: hai un atteggiamento né aperto né chiuso nella comunicazione.

Da 16 a 24 punti: hai un atteggiamento aperto nella comunicazione.

Area delle abilità di cooperazione

Fai la somma dei punteggi delle righe B) + E) + F) + G)

Da 4 a 12 punti: hai un atteggiamento più propenso alla competizione.

Da 13 a 15 punti: hai un atteggiamento a metà tra il competitivo ed il cooperativo.

Da 16 a 24 punti: hai un atteggiamento cooperativo nella relazione con gli altri.

TABELLA 2

Basata su competenza di *resourcefulness*: essere consapevoli delle proprie possibilità di agire, portando un cambiamento in una situazione problematica e abilità a prendere iniziative in modo autonomo, sentendosi responsabili del proprio territorio/comunità di riferimento. È una forma di empowerment, in particolare la dimensione psicologica individuale.

Pensando a come finora ti sei comportato in relazione alla tua comunità/territorio, dove collocheresti il tuo atteggiamento nel continuum tra i due aggettivi estremi indicati?

	1	2	3	4	5	6	
I) Discontinuo	—	—	—	—	—	—	Perseverante
L) Prudente	—	—	—	—	—	—	Intraprendente
M) Indeciso	—	—	—	—	—	—	Deciso
N) Indifferente	—	—	—	—	—	—	Impegnato
O) Disinformato	—	—	—	—	—	—	Informato
P) Disinteressato	—	—	—	—	—	—	Curioso
Q) Statico	—	—	—	—	—	—	Dinamico

Area delle abilità di intraprendenza

Ora, fai la somma di tutti i punteggi ottenuti:

Da 6 a 18 punti: dimostri di preferire eseguire dei compiti che ti vengono indicati

Da 19 a 27 punti: hai un atteggiamento a metà tra assenza e presenza di intraprendenza: in parte preferisci eseguire dei compiti, in parte sei propenso a intervenire autonomamente per migliorar il territorio e la comunità.

Da 28 a 42 punti: hai un buon livello di intraprendenza, ovvero sei consapevole che puoi portare un contributo importante nella tua comunità.

SELF-ASSESSMENT FINALE - NECESSARIO PER COMPILARE LO SKILLPASS

In questo strumento si copiano, nelle righe a sinistra, le competenze che si trovano all'inizio di ogni Unità del Toolkit e a destra con una X il partecipante segnala da 1 a 5 il tipo di apprendimento che sente di aver acquisito in ogni specifica competenza segnata. Sotto invece, se reputa opportuno, aggiunge altre competenze che pensa di aver conosciuto o appreso in questo percorso e che non sono segnalate.

SELF-ASSESSMENT FINALE dopo ogni unità

Nome e cognome

Paese

Come valuteresti il livello di competenze acquisite da questa Unità?

Competenze	1	2	3	4	5
	<i>scarso</i>	<i>sufficiente</i>	<i>buono</i>	<i>molto buono</i>	<i>Eccellente</i>
Ti piacerebbe acquisire altre competenze che non sono presenti nella lista?					

Esercizi per la compilazione dello SKILLPASS

Prima di compilare assieme lo SKILLPASS, alla fine delle attività realizzate e dopo qualche giorno per lasciare spazio alla riflessione, si invitano i partecipanti a un incontro di valutazione, nel quale compileranno nuovamente le TABLES FOR THE ASSESSMENT SCALE a partire dall'esperienza formativa vissuta.

Con la guida del trainer, verranno supportati nel confronto tra le TABLES FOR THE ASSESSMENT SCALE compilate inizialmente e quelle appena compilate, comprendendone le differenze e riconoscendo i passi avanti compiuti.

Per i due successivi strumenti, il SELF-EVALUATION e il GROUP FEEDBACK, bisogna far riferimento al capitolo 2 di questo documento nel quale sono spiegate le 8 COMPETENZE CHIAVE e le 3 ABILITÀ BASICHE. Il Trainer deve accertarsi che i partecipanti vengano a conoscenza di queste competenze in modo da poter utilizzare tutti i contenuti che ritengono opportuni per la compilazione del SELF-EVALUATION e del GROUP FEEDBACK.

SELF-EVALUATION delle 8 competenze chiave

SELF-EVALUATION DELLE 8 COMPETENZE CHIAVE

Descrivi i tuoi risultati nei termini delle 8 competenze chiave, includendo anche altre competenze inaspettate che puoi aver raggiunto. Durante l'autovalutazione, potresti completare queste frasi:

Mi sento più a mio agio ora...

Ho scoperto...

Ho imparato...

Mi sento fiducioso...

Ho fatto progressi...

Sono in grado di...

Ora so come fare...

Ho sviluppato...

Ora ho una visione chiara...

Mi piacerebbe approfondire ulteriormente...

Comunicare nella lingua madre

Comunicazione in lingua straniera

Competenze matematiche e competenze di base di scienza e tecnologia

Competenze digitali

Imparare ad imparare

Competenze sociali e civili

Spirito di intraprendenza e imprenditoria

Consapevolezza culturale e espressione

GROUP-FEEDBACK per le 3 abilità basiche

Successivamente si propone un'attività di *feedback* di gruppo, che faccia emergere i tratti importanti dell'atteggiamento dei partecipanti: l'atteggiamento è infatti una componente essenziale delle competenze.

A ogni partecipante viene data una scheda con due domande:

GROUP FEEDBACK PER LE 3 ABILITÀ BASICHE
Cosa hai appreso nell'interazione con persone nuove?
Ci racconti un episodio in cui hai appreso ciò che hai dichiarato?

In piccoli gruppi di 4-5 persone c'è una prima, breve condivisione di quanto scritto.

Si passa dunque in plenaria, il trainer ha riportato su tre cartelloni le definizioni delle 3 ABILITÀ BASICHE e li spiega dettagliatamente:

- Primo cartellone: RELAZIONE
- Secondo cartellone: COOPERAZIONE
- Terzo cartellone: INTRAPRENDENZA

I partecipanti, con la guida del trainer, discutono in plenaria queste 3 ABILITÀ BASICHE e della loro importanza nello sviluppo delle 8 COMPETENZE CHIAVE. Dopo questo momento di riflessione, in gruppi di 4 o 5, i partecipanti devono raggruppare quello che hanno imparato, all'interno di una delle 3 abilità basiche. Devono rispondere alla domanda "cosa ho imparato in relazione a persone nuove" scrivendo le loro impressioni su un post-it e lo appuntano sul cartellone relativo. Infine, tutto il gruppo ha un momento di condivisione, che consente di riflettere su questa categorizzazione e che faciliterà la compilazione dello SKILLPASS.

SKILLPASS form

Prima di compilare lo SKILLPASS, bisogna aver realizzato gli esercizi di SELF-ASSESSMENT INIZIALE E FINALE durante le attività e dopo le attività IL SELF-EVALUATION delle 8 competenze chiave e il GROUP FEEDBACK per le 3 abilità basiche.

Da questi esercizi emergeranno i contenuti necessari a certificare le competenze acquisite dal partecipante alle attività realizzate.

COME COMPILARLO

L'ideale sarebbe compilarlo al PC e riuscire a rimanere nei margini di due pagine in modo da poterlo stampare fronte/retro e così avere un unico foglio come certificato.

È importante inserire dei contenuti che certificano le reali competenze acquisite, condividendo con il partecipante il senso e l'utilità di mettere determinati contenuti. Questo per far sì che, in caso di esibizione del certificato in una qualsiasi opportunità futura, il partecipante sia in grado di difendere le proprie competenze acquisite e dare credibilità allo strumento stesso.

Nella prima parte bisogna inserire: i dati personali, inserire la x corrispondente al Toolkit a cui facevano riferimento la attività realizzate, inserire la x alle relative competenze basi e competenze chiave acquisite. È importante che le competenze segnate con la x siano poi spiegate negli spazi successivi.

Nel primo riquadro “Descrizione delle attività di apprendimento”, vanno descritte sinteticamente tutte le attività relative al Toolkit realizzate, il tempo e la durata.

Nel secondo riquadro, relativo alle “3 Abilità basiche”, verranno inseriti i contenuti emersi nell'esercizio di GROUP FEEDBACK.

Nel terzo riquadro, relativo alle “Descrizione delle competenze sviluppate”, verranno riportati i contenuti emersi dall'esercizio di SELF-EVALUATION realizzato. Alla fine lo SKILLPAS viene firmato dallo stesso partecipante, dal trainer e dall'organizzazione responsabile.

SKILLPASS

Lo Skillpass è una certificazione di un processo di apprendimento per adulti. È uno strumento innovativo per riconoscere e validare i risultati di apprendimento degli adulti, in linea con la strategia della Commissione Europea e in linea con le 8 competenze chiave europee.

Nome e cognome	Nato a
Ha partecipato all'attività	
Da/a	Luogo

TOOLKIT		3 ABILITÀ BASICHE	
	Educazione all'imprenditoria sociale		Relazionale
	ICT Training		Cooperativa
	Inglese		Di intraprendenza
	Apprendimento permanente		
	Mobilità per l'apprendimento		

8 COMPETENZE CHIAVE	
	Comunicazione in lingua madre
	Comunicazione in lingua straniera
	Competenze matematiche e competenze base in scienze e tecnologia
	Competenza digitale
	Imparare ad imparare
	Competenze sociali e civiche
	Spirito di intraprendenza e di imprenditoria
	Consapevolezza culturale e espressione

DESCRIZIONE DELLE ATTIVITÀ DI APPRENDIMENTO

Descrivere le attività realizzate ed imparate, tra quelle segnate nel SELF-ASSESSMENT INIZIALE

3 ABILITÀ BASICHE

Riportare le abilità e competenze acquisite tra quelle segnate nell'esercizio di GROUP FEEDBACK

DESCRIZIONE DELLE COMPETENZE SVILUPPATE

Riportare le descrizioni delle 8 competenze chiave riportate nell'esercizio di SELF-EVALUATION

Data	Partecipante	Trainer	Organizzazione
------	--------------	---------	----------------

Linee guida per i trainer

ESERCIZI OBBLIGATORI PER LA COMPILAZIONE DELLO SKILLPASS

2 ore

<i>Fasi</i>	<i>Durata</i>	<i>Materiali ausiliari</i>
SELF-ASSESSMENT INIZIALE Questo esercizio verrà fatto all'inizio di ogni Unità. Ogni Unità ha competenze specifiche riportate al suo interno che si dovranno inserire in questa scheda. Raccogliere le schede compilate e conservarle. Confrontare queste schede alla fine della Unità con quelle compilate del SELF-ASSESSMENT FINALE.	15 min	Utilizzare il file allegato 1 per l'esercizio. Prima di compilare la scheda bisogna inserire le competenze che si trovano all'inizio di ogni Unità corrispondente.
SELF-ASSESSMENT FINALE Questo esercizio verrà fatto alla fine di ogni Unità. Ogni Unità ha competenze specifiche riportate al suo interno che si dovranno inserire in questa scheda. Confrontare le schede compilate con quelle del SELF-ASSESSMENT INIZIALE. Ogni partecipante a questo punto fa emergere il tipo ed il livello di apprendimento delle competenze di ogni Unità realizzata. I risultati emersi verranno utilizzati per la compilazione del SELF-EVALUATION e il GROUP FEEDBACK.	45 min	Utilizzare il file allegato 2 per l'esercizio. Prima di compilare la scheda bisogna inserire le competenze che si trovano all'inizio di ogni Unità corrispondente.
SELF-EVALUATION Questo esercizio verrà fatto alla fine delle attività de toolkit. Preferibilmente qualche giorno dopo la fine delle attività. Nel secondo paragrafo di questo capitolo si trova la descrizione delle 8 competenze chiave, bisogna mostrare queste informazioni ai partecipanti e farle confrontare con i risultati emersi dall'SELF-ASSESSMENT FINALE compilato. Ogni partecipante cercherà il collegamento delle competenze acquisite con le 8 competenze chiave e le trascriverà all'interno del SELF-EVALUATION. Nel descrivere le competenze potrà fare riferimento alle domande suggerite nel riquadro iniziale di questa scheda.	30 min	Utilizzare il file allegato 3 per l'esercizio. Assieme a questa scheda bisogna consegnare ai partecipanti le informazioni sulle 8 competenze chiave che si trovano nel secondo paragrafo di questo capitolo, oppure nell'allegato 4.

GROUP FEEDBACK Questo esercizio verrà fatto in gruppo e alla fine delle attività del toolkit. Preferibilmente qualche giorno dopo la fine delle attività. Nel secondo paragrafo di questo capitolo si trova la descrizione delle 3 abilità basiche, bisogna mostrare queste informazioni ai partecipanti e farle confrontare con i risultati emersi dall'SELF-ASSESSMENT compilato. Si consiglia di far riunire i partecipanti in gruppi di 4-5. Ogni gruppo compilerà tre schede. Una relativa alle competenze relazionali, una per quelle di cooperazione e una per quelle di intraprendenza. I diversi gruppi si confronteranno con i risultati emersi e proveranno a tracciare il profilo delle 3 abilità basiche da inserire all'interno dello SKILLPASS. Lo strumento deve essere compilato direttamente dal partecipante, con l'aiuto del trainer.	30 min	Utilizzare il file allegato 5 per l'esercizio. Assieme a questa scheda bisogna consegnare ai partecipanti le informazioni sulle 3 abilità basiche che si trovano nel secondo paragrafo di questo capitolo, oppure nell'allegato 6. Servono tre cartelloni e tre pennarelli.
---	--------	--

STRUMENTI FACOLTATIVI

Fasi	Durata	Materiali ausiliari
PRIMA DI INIZIARE LE ATTIVITÀ	1 ora 20 min	
Individual Development Plan Lo strumento deve essere compilato direttamente dai partecipanti, con l'ausilio del trainer. Lo strumento ha lo scopo di sviluppare la consapevolezza delle proprie lacune, dei propri limiti e aspettative, motivazione e interessi e di individuare obiettivi di apprendimento raggiungibili a breve e a lungo termine.	30 min	Utilizzare il modulo allegato (Allegato 7)
Smart Learning Aims Un'altra tabella, approfondimento del primo esercizio sugli obiettivi di miglioramento e le motivazioni, fa riflettere le persone sull'effettivo raggiungimento degli obiettivi. Il trainer invita i partecipanti a porsi delle domande e a scrivere i loro obiettivi. Devono essere SMART: (SPECIFICI : I tuoi obiettivi sono abbastanza specifici da sapere quando sono stati raggiunti? MISURABILI: puoi misurare i successi ottenuti nella realizzazione dei tuoi obiettivi? RAGGIUNGIBILI (è possibile raggiungere i tuoi obiettivi nel tempo che hai a disposizione? REALI: I tuoi obiettivi si	20 min	Utilizzare il modulo allegato (Allegato 8)

basano sulle abilità di cui hai bisogno nella tua vita? TEMPORIZZATI: Hai un intervallo di tempo entro cui realizzare i tuoi obiettivi?)		
Bridge Draw Questo esercizio è utile sia all'inizio che alla fine delle attività. Dopo che ogni partecipante ha identificato il personaggio che lo rappresenta meglio, il trainer posiziona i partecipanti in cerchio, chiedendo a ognuno di condividere col gruppo la propria scelta, annotando su un ingrandimento del disegno, quale omini hanno scelto. Il gioco permetterà di condurre una discussione aperta e di condividere le paure, le difficoltà e i bisogni dei partecipanti rispetto all'esperienza fatta o da fare. Alla fine dell'attività i partecipanti riprenderanno il disegno, rispondendo alla domanda: dove siete adesso? Identificate la figura che vi rappresenta meglio e annotate qui il motivo.	10 min	Utilizzare il modulo allegato (Allegato 9).
Tables for the Assessment Scale Lo strumento deve essere riempito direttamente dai partecipanti, con l'aiuto del trainer. A partire dalla griglia di riferimento, è utile iniziare una discussione di gruppo, partendo dai singoli risultati, per focalizzare l'attenzione sui bisogni di miglioramento dei partecipanti. Trattenete il modulo, perché verrà riutilizzato alla fine delle attività, e messo in relazione con i risultati iniziali.	20 min	Utilizzare il modulo allegato (Allegati 10-11) Questo strumento è specifico per le tre abilità di base.
ATTIVITÀ DA FARE DOPO LO STUDIO E PRIMA DELLA PRATICA	1 ora 30 min	
Fasi	Durata	Materiali ausiliari
È consigliato svolgere 2 delle tre attività seguenti. Cerca di collegarle, laddove possibile alle altre attività specifiche del toolkit. In-Basket Test Questa attività simula una situazione lavorativa, simile alle attività pratiche suggerite. I partecipanti devono valutare e spiegare una situazione data, in maniera scritta o orale, e devono indicare che comportamento assumerebbero per risolvere il problema. Questo tipo di attività richiede un tempo breve (30 minuti). Oggetto di valutazione sono le abilità di selezionare le informazioni utili da quelle date; le abilità decisionali e manageriali dei partecipanti, e la risposta tempestiva in situazioni di stress.	30 min	Due possibilità: -utilizza l'esempio dell'esercizio descritto sopra -usa i link: http://www.google.it/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=7&ved=0CFIQFjAG&url=http%3A%2F%2Fwww.h.r.ubc http://nature.berkeley.edu/ucc50/ag-labor/7labor/b001.htm http://www.ms-project2007.com/tutorials/inbasket3.html#top

Role-Play Questo strumento formativo simula una situazione di vita vera, con ruoli ben stabiliti. Lo scopo è quello di far conoscere ai partecipanti, tramite esperienze pratiche, le relazioni presenti in un'attività basata su un importante processo comunicativo. I partecipanti diventano consapevoli della loro dimensione soggettiva, e di come agiscono nella sfera relazionale e comunicativa. La caratteristica di questo metodo, permette ai partecipanti di imparare tramite azione e imitazione, e tramite l'osservazione dei comportamenti e dei commenti ricevuti dai compagni.	30 min	Due possibilità: -utilizza l'esempio dell'esercizio descritto sopra -usa i link: https://serc.carleton.edu/introgeo/roleplaying/howto.html http://www.darkshire.net/jhkim/rpg/whatis/ https://www.youtube.com/watch?v=leOK1GsDM08 http://www.businessballs.com/teambuildinggames.htm
Group Exercise (Team Building) Queste attività permettono ai componenti del gruppo di conoscere meglio loro stessi, i loro compagni di squadra e di capire più profondamente cosa significa essere parte di una squadra. Al di là della dimensione ricreativa, ogni esercizio mira a sviluppare una fase specifica del processo di formazione di una squadra (conoscenza del gruppo, uscire dalla propria zona di comfort, fiducia nei propri compagni ...). I partecipanti inizieranno a considerare il gruppo come un'unica entità organizzata, orientata a raggiungere risultati condivisi.	30 min	Due possibilità: -utilizza l'esempio dell'esercizio descritto sopra -usa i link: https://www.huddle.com/blog/team-building-activities/ http://tweakyourbiz.com/management/2013/10/06/15-fun-team-building-exercises-cooperative-excellence/ http://vorkspace.com/blog/index.php/13-top-team-building-activities/
DOPO LE ATTIVITÀ PRATICHE	1 ore 20 min	
Fasi	Durata	Materiali ausiliari
Feedback interview Ha un duplice scopo: riflettere le esperienze vissute e dare/ricevere feedback sulle attività portate avanti. I partecipanti contribuiscono a migliorare il processo e le metodologie applicate, mentre i trainer hanno la possibilità di scoprire le difficoltà avute dai partecipanti durante il percorso, e di valutare le forze e le debolezze dell'attività.	20'	Due possibilità: -utilizza l'esempio dell'esercizio descritto sopra (allegato 12) -usa i link: http://www.cal.org/caelanetwork/profdev/states/iowa/training-evaluation.pdf http://www.go2itech.org/HTML/TT06/toolkit/evaluation/forms.html
Bridge Draw Questo esercizio è utile sia all'inizio che alla fine delle attività.	20 min	Utilizza il modello (allegato 9)

Dopo che ogni partecipante ha identificato il personaggio che lo rappresenta meglio, il trainer posiziona i partecipanti in cerchio, chiedendo a ognuno di condividere col gruppo la propria scelta, annotando su un ingrandimento del disegno, quale omino hanno scelto. Il gioco permetterà di condurre una discussione aperta e di condividere le paure, le difficoltà e i bisogni dei partecipanti rispetto all'esperienza fatta o da fare. Alla fine dell'attività i partecipanti riprenderanno il disegno, rispondendo alla domanda: dove siete adesso? Identificate la figura che vi rappresenta meglio e annotate qui il motivo.		
Tables for the Assessment Scale Ricompiare gli stessi moduli già usati all'inizio delle attività. Questa volta chiedere ai partecipanti di fare riferimento alle esperienze acquisite durante le attività del training. Utilizzando i dati ottenuti e comparando i due moduli si ha esatta contezza dei progressi e delle difficoltà incontrate.	40 min	<i>Utilizza il modello di questionario (allegati 10-11).</i> <i>Questo strumento è specifico per le tre competenze base.</i>
DOPO LE ATTIVITÀ	1 ora 40 min	
//Sarebbe preferibile condurre questa sessione, pochi giorni dopo la fine delle attività, per favorire l'assimilazione delle esperienze fatte e la maturazione delle riflessioni dei partecipanti//.		
Fasi	Durata	Materiali ausiliari
Self-Evaluation delle 8 Competenze Chiave Descrivere i progressi nell'apprendimento in relazione alle 8 competenze chiave, includendo anche altri insegnamenti inaspettati che possono aver acquisito.	20 min	<i>Usare il modello (allegato 3)</i>
Group Feedback per le 3 Abilità Basiche Far compilare la scheda del Feedback di gruppo, con due risposte: una alla domanda "Cosa hai appreso nell'interazione con persone nuove?" e una conseguente a "Ci racconti un episodio in cui hai appreso ciò che hai dichiarato?". In questo modo i partecipanti identificano un apprendimento e la situazione che lo ha prodotto. Far formare piccoli gruppi di 4-5 persone, in cui i partecipanti dovranno condividere quello che hanno scritto. Prepara 3 cartelloni, uno per ogni abilità basica, mettili per terra o al muro e spiega dettagliatamente le 3 Abilità Basiche, le 8 competenze chiave, e raccogli opinioni e impressioni dei partecipanti. Far tornare i partecipanti nei gruppi di 4-5 persone.	40 min	<i>Usare il questionario inserito in questo capitolo (allegato 5).</i> <i>Questo strumento è specifico per le tre competenze base.</i>

Far trascrivere su post-it le risposte alla domanda "Cosa hai appreso nell'interazione con persone nuove?". Invitare i partecipanti a discutere in gruppo a quale Abilità Basica appartiene quello che è scritto su ogni post-it.

I partecipanti attaccano i post-it sui rispettivi cartelloni.

LA COMPILAZIONE DELLO SKILLPASS

<i>Fasi</i>	<i>Durata</i>	<i>Materiali ausiliari</i>
SKILLPASS form Il certificato SKILLPASS deve essere compilato dai partecipanti insieme al trainer che ha seguito le attività: Le sezioni da compilare sono: - Nell'intestazione dello SKILLPASS inserire : nome, cognome e data di nascita, tipo di attività del toolkit realizzata, durata e luogo dell'attività svolta. - Sezioni Toolkit, 3 abilità basiche e 8 competenze chiave, indicare a quale toolkit si è lavorato, le abilità basiche incrementate e le competenze chiave collegate. - Sezione Descrizione delle Attività di Apprendimento: descrivere il tipo di attività realizzate, gli obiettivi generali e la durata in ore. - Sezione Descrizione delle Competenze Sviluppate: descrivere cosa hai imparato da questa esperienza relativamente alle attività di apprendimento e all'esperienza in generale. - Dati finali, inserire: data compilazione SKILLPASS, firma partecipante, firma trainer, firma responsabile dell'organizzazione che ha organizzato l'attività e timbro.	40 min	Riempite il modello SKILLPASS (allegato 13). <i>L'ideale sarebbe compilarlo al PC e provare a stampare il file completo fronte/retro, in modo da avere un certificato finale composto da un solo foglio.</i>

01 UP-SKILLING EUROPE
TOOLKIT

EDUCAZIONE ALL'IMPRENDITORIA SOCIALE

TEAM EDITORIALE:

AYUNTAMIENTO DE ALCALÁ DE GUADAÍRA (SPAIN)

INTERACTIVE ENGLISH LANGUAGE SHOOOL (UNITED KINGDOM)

SYLLOGOS IDIOKTITON KENTRON XENON GLOSSON NOMOU LARISSAS (SIKXGNL) (GREECE)

STOWARZYSZENIE WIOSNA (POLAND)

CANTIERE GIOVANI (ITALY)

MEDIA PARTNERS (ROMANIA)

COORDINAMENTO:

AYUNTAMIENTO DE ALCALÁ DE GUADAÍRA (SPAIN)

PROGETTO GRAFICO E IMPAGINAZIONE

CANTIERE GIOVANI (ITALY)

COVER PHOTO: FOTOLIA.IT

WWW.UPSKILLINGEUROPE.EU