



makesense

Intellectual Output 4

Manuale finale per l'imprenditoria sociale a scuola

Responsabile: Fondazione Monnalisa Onlus



SOMMARIO

CAPITOLO 2

Moduli implementati e la loro applicazione - Fondazione
Monnalisa Onlus, Italia

3

I moduli implementati e la loro applicazione

Fondazione Monnalisa Onlus, Italia

Sfondo teorico

Storbacka & Nenonen della Hanken School of Economics nel loro articolo “Competitive Arena Mapping: Market Innovation Using Morphological Analysis in Business Markets (2012)”, introducono il concetto di arena competitiva, al fine di fornire un nuovo modello per facilitare l'identificazione dei propri segmenti di mercato in cui competere e innovare. Un'arena competitiva può essere definita come una situazione di concorrenza in cui marchi di vari settori si rivolgono allo stesso gruppo di clienti offrendo prodotti e servizi alternativi. Al centro di questa competizione ci sono le esigenze specifiche dei clienti che possono essere soddisfatte con offerte di diversi settori che non sono necessariamente in stretta relazione sostitutiva. Un'arena competitiva è la più piccola area di mercato all'interno della quale è possibile essere un valido concorrente. È rappresentato dalle sovrapposizioni di diversi segmenti di mercato, intersecanti ma non necessariamente congruenti tra loro. Sono 5 i criteri principali delle arene competitive:

1. Logico: combinazione di segmenti di mercato (categorie) logicamente plausibile
2. Empirico – concretamente realizzabile nella realtà
3. Normativa – in linea con i valori e gli obiettivi dell'Agenda 2030
4. Innovativo – include un valore aggiunto che distingue la soluzione proposta rispetto alle altre già esistenti
5. Integrativo: combina in modo creativo e con successo i fattori della domanda e dell'offerta

Tutti questi criteri vengono soddisfatti implementando un processo in sei fasi che collegherà le arene competitive con il processo strategico (Storbacka & Nenonen 2012): (1) identificare e selezionare le dimensioni dell'arena competitiva; (2) creare una scatola morfologica definendo categorie per ogni dimensione; (3) configurare morfotipi vitali, cioè arene competitive; (4) sviluppo di schede arena per descrivere e quantificare ciascuna arena; (5) selezionare una serie di arene competitive su cui concentrarsi; e (6) avvio dell'implementazione.

La sfida è quindi come costruire un modulo formativo semplificato basato su questi concetti, che possa essere utilizzato dagli studenti per promuovere e pianificare una possibile impresa sociale, promuovendo così la competenza chiave (RACCOMANDAZIONE DEL CONSIGLIO del 22 maggio 2018 sulle competenze chiave per l'apprendimento permanente) relativa alla "competenza imprenditoriale" negli studenti delle scuole superiori.

Il modulo deve quindi fare riferimento al quadro delle arene competitive, ma dal punto di vista dell'ambiente di apprendimento degli studenti, e nella prospettiva del Life Long Learning. In questo senso, gli studenti possono utilizzare il modello CAM come strumento per promuovere competenze trasversali come creatività, comunicazione, competenze digitali, imparare ad imparare e naturalmente, competenze imprenditoriali. Infatti, la metodologia include l'Analisi Morfologica che sta trovando soluzioni innovative a problemi complessi che sono composti da più fattori, definendo le loro dimensioni e le possibili categorie, quindi selezionando modelli creativi di categorie, che si collegano fortemente con la competenza chiave "Personale, sociale ed imparare ad apprendere la competenza". Questa è la capacità di riflettere su sé stessi, gestire efficacemente il tempo e le informazioni, lavorare con gli altri in modo costruttivo, rimanere resilienti e gestire il proprio apprendimento e la propria carriera. Include la capacità di far fronte all'incertezza e alla complessità, imparare ad apprendere, sostenere il proprio benessere fisico ed emotivo, mantenere la salute fisica e mentale ed essere in grado di condurre una vita attenta alla salute e orientata al futuro, entrare in empatia e gestire un conflitto in un contesto inclusivo e solidale.

La scrittura del cervello è un'altra componente del processo, e ciò aumenterebbe le competenze di comunicazione, creatività e cittadinanza negli studenti, ovvero la capacità di agire come cittadini responsabili e di partecipare pienamente alla vita civica e sociale, basata sulla comprensione dei problemi sociali, economici, legali e politici, concetti e strutture, nonché sviluppi globali e sostenibilità.

Inoltre, sintetizzare e presentare l'idea ai finanziatori e alle parti interessate avrà un impatto sulle competenze digitali degli studenti, il che implica l'uso sicuro, critico, responsabile e l'impegno con le tecnologie digitali per l'apprendimento, il lavoro e la partecipazione alla società.

Ovviamente l'impatto principale dovrebbe essere sulla competenza imprenditoriale, ad esempio la capacità di agire su opportunità e idee, trasformandole in valori per gli altri. Si fonda sulla creatività, il pensiero critico e la risoluzione dei problemi, l'iniziativa, la perseveranza e la capacità di lavorare in modo collaborativo per pianificare e gestire progetti che abbiano un valore culturale, sociale o finanziario.

Pertanto, il modulo nella sua complessità dovrebbe affrontare diverse competenze e consentire agli studenti non solo di creare un'opportunità di relazione di imprenditorialità sociale, ma anche di potenziare le loro competenze complessive. In questo senso l'obiettivo principale dovrebbe essere l'idea di imprenditorialità, ma la scuola dovrebbe valutare e certificare, a livello individuale, l'acquisizione di tali abilità da parte degli studenti, e questa valutazione dovrebbe essere inclusa nei programmi scolastici di ogni studente.

Come è stato implementato lo strumento

Il modulo si apre quindi con una riflessione sulle arene competitive e un lavoro per collegare teoria e applicazioni generali alle esigenze degli studenti e al curriculum scolastico. La competenza principale su cui si concentra il modulo è quella dell'imprenditoria sociale, anche se come accennato in precedenza, ovviamente per la natura stessa delle competenze trasversali, altre competenze chiave sono stimolate dal modulo stesso, come le competenze di cittadinanza, le competenze comunicative, le competenze digitali e abilità matematiche. Le arene competitive sono quindi il punto di partenza per l'implementazione del modulo, ma il modulo stesso contiene parti e spunti da altri modelli e strumenti utili nel mondo della pianificazione aziendale.

Nella prima fase del modulo, infatti, viene presentato il frame Entrecomp

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

Il Quadro europeo delle competenze imprenditoriali come quadro di riferimento per spiegare cosa si intende per mentalità imprenditoriale.

EntreComp offre una descrizione completa delle conoscenze, abilità e attitudini di cui le persone hanno bisogno per essere imprenditoriali e creare valore finanziario, culturale o sociale per gli altri. Ciò consentirà agli studenti di riflettere su tali argomenti, concentrarsi sull'obiettivo del modulo e riflettere sulle capacità personali associate all'imprenditorialità. In effetti, EntreComp ha il potenziale per esserlo utilizzato in vari modi, compreso:

- sostenere la politica e la pratica per sviluppare le capacità imprenditoriali
- valutare le capacità imprenditoriali
- sostenere la formazione di educatori, formatori e insegnanti per fornire competenze imprenditoriali
- progettare programmi e opportunità di apprendimento
- riconoscere e certificare le competenze

Dopo questa prima riflessione il secondo passaggio e strumento proposto nel modulo è quello del CV creativo, dove proprio gli studenti hanno la possibilità di dare un primo resoconto di quali competenze possiedono. Il curriculum creativo ha anche una valenza educativa, in quanto gli studenti vengono anche aiutati e istruiti su come comporre creativamente il proprio CV. Infatti, alla costruzione di tali CV vengono applicate linee guida generali (<https://www.careers.ox.ac.uk/cvs-for-creative-careers#collapse1543716>) come: Sii conciso (es. pagine per un documento Word/PDF, una singola pagina web senza una barra di scorrimento troppo lunga se online, o un CV video che incorpora sezioni chiare, tutte lunghe solo un minuto o due). Ricordate che l'intervistatore potrebbe avere molti CV da esaminare e non potrà dedicare molto tempo a uno solo"); ricordate lo scopo (ad esempio: "Il vostro CV serve a farvi ottenere il colloquio o l'incontro, non il lavoro in sé: mettete in evidenza ciò che avete ottenuto e che fa sì che il lettore voglia saperne di più incontrandovi.

Non è un almanacco di tutta la vostra vita, ma un documento funzionale che risponde alle loro esigenze"); verificare la funzionalità (ad esempio: "Se l'occhio di un datore di lavoro lo scansiona, coglierà qualcosa che lo spingerà a continuare? Se un datore di lavoro lo stampa, o lo apre in una versione precedente di Word o su un sistema operativo diverso, manterrà la formattazione?"); personalizzarlo (ad esempio, "Presentate le vostre competenze ed esperienze che il particolare datore di lavoro sta cercando, nella forma più adatta"); enfatizzare la rilevanza (ad esempio, "Descrivete la vostra esperienza in modo da concentrarvi sulle cose che avete imparato, sulle competenze che avete usato con successo, sulle vostre responsabilità e sui risultati ottenuti. Evitate di concentrarvi sui dettagli che non si traducono nel loro mondo"); non dimenticate il vostro titolo di studio (ad esempio, "Mostrate come il vostro corso vi ha fornito conoscenze, competenze e sviluppato le vostre capacità"); verificate che funzioni (ad esempio, "È facile perdere di vista l'utente finale con un progetto di design: provatelo condividendolo con gli amici, prenotate un appuntamento con un consulente per la carriera e, soprattutto, chiedete l'opinione di professionisti del settore che avete scelto").

Un altro strumento all'interno del modulo è lo strumento moodboard. Un moodboard è solitamente una serie di immagini unite insieme come in un collage, che viene utilizzato dai designer per mostrare un design e i relativi concetti di prodotto in un formato visivo. Esistono diversi tipi di moodboard: la prima macro suddivisione li classifica tra fisici e digitali. Le versioni fisiche sono tavole (orizzontali o verticali) dove sono raccolte foto, ritagli di giornale, tessuto o altro materiale che si lega ad un unico filo conduttore che poi è il fil rouge del progetto: l'ispirazione. Nelle versioni digitali, invece, viene utilizzato un software che aiuta a raccogliere file (tipicamente di immagini) e consente di riorganizzarli visivamente in modo da simulare ciò che si farebbe nella versione fisica. L'utilità è legata al fatto che è più facile per la mente umana visualizzare le immagini che leggere il testo. Inoltre, osservandolo nella sua interezza è possibile individuare velocemente elementi che non combaciano perfettamente con il disegno o individuare correlazioni tra di essi, a volte evidenziando sottolinee del disegno, avvicinando le immagini che meglio si abbinano tra loro. Questa parte del modulo consentirebbe agli studenti di iniziare a riflettere sulle idee di imprenditoria sociale.

La scrittura del cervello è un altro strumento presente nel modulo. Il brainwriting è una tecnica di generazione di idee in cui i partecipanti scrivono le loro idee su una particolare domanda per alcuni minuti senza parlare. Quindi, ogni persona passa le proprie idee alla persona successiva che le utilizza come stimolo per aggiungere o perfezionare le proprie idee.

L'implementazione di una campagna sociale è un altro strumento inserito nel modulo. Ciò consentirà agli studenti di impegnarsi nelle pratiche di promozione delle loro idee, di presentarle e, auspicabilmente, di ottenere finanziamenti dagli stakeholder. Questa parte permetterà agli studenti di migliorare e trovare il modo di comunicare.

Which parts it consists of

| STAGE E ATTIVITA | PROCESSO | DURATA |
|----------------------------------|--|-----------|
| 1. RISCALDAMENTO/GUIDA/REVISIONE | Presentazione del percorso | 10 Minuti |
| 2. ROMPERE IL GHIACCIO | M'impredo (Me stesso imprenditore) | 30 Minuti |
| | Pausa Caffè/Comfort | |
| 3. Attività 2 | Il mio CV creativo | 60 Minuti |
| 4. Attività 3 | Ho avuto una visione | 60 Minuti |
| 5. Attività 4 | La mia scuola è differente | 60 Minuti |
| | LUNCH/COMFORT BREAK | |
| 6. Attività 5 | Promuovo socialmente/mentalmente | 40 Minuti |
| 7. Plenaria | Restituzione e presentazione del prodotto finale | 40 Minuti |

Come usarlo

Questo è il link del modulo online, dove puoi vedere una presentazione di ogni attività, insieme a suggerimenti per l'utilizzo pratico in classe.

<https://www.makesense-project.info/uploads/results/io2/IO2-Make-Sense-Training-Module-social-entrepeneurship-ENGLISH.pdf>

Applicazione dei moduli nel progetto

Il modulo è stato testato nel progetto Make Sense dai partner italiani in due principali scuole superiori di Arezzo. Le due scuole superiori erano due "licei". La formazione offerta dal liceo è prevalentemente accademica. I licei individuali copriranno le materie fondamentali e si specializzeranno in campi di studio; come discipline umanistiche, la scienza o l'arte. L'obiettivo principale è preparare gli studenti all'università e all'istruzione superiore. In questo caso le tipologie di Liceo coinvolte sono state: Liceo scientifico, (liceo scientifico dal 1911) – dedicato a studi scientifici, condivide una parte del suo programma con il liceo classico, nell'insegnamento dell'italiano, del latino, della storia e della filosofia, ma è più orientato verso matematica, fisica, chimica, biologia, scienze della Terra ed informatica.

Il secondo, il Liceo linguistico (MFL) (dal 1973), pone l'accento sull'apprendimento delle lingue straniere moderne; le lingue solitamente insegnate sono l'inglese, il francese, lo spagnolo e il tedesco, anche se recentemente sono state introdotte anche il russo, l'arabo e in particolare il cinese. Come nel liceo classico, vengono insegnate anche matematica, fisica, chimica, biologia, scienze della terra, storia e filosofia.

Abbiamo anche scelto di collegare i due gruppi, al fine di promuovere l'apprendimento collaborativo ma anche per trovare un terreno comune di "imprenditorialità sociale" su cui riflettere. Gli studenti sono stati quindi istruiti a collaborare e trovare idee comuni da implementare.

Come viene utilizzato

Implementazione

Framework EntreComp.

Riflessione e riconoscimento delle capacità imprenditoriali degli studenti attraverso il quadro europeo delle competenze imprenditoriali. Partendo dalla definizione dello studio EntreComp "imprenditorialità significa agire su opportunità ed idee per trasformarle in valore per gli altri", si è proceduto a comprendere e valutare congiuntamente le competenze trasversali di ciascuno, necessarie per trasformare idee e opportunità in qualcosa di tangibile attraverso la mobilitazione delle risorse. Tali risorse possono essere personali (es. autoconsapevolezza e autoefficacia, motivazione e perseveranza), materiali (es. mezzi di produzione e risorse finanziarie) o intangibili (es. conoscenze, abilità e attitudini specifiche).

Auto-valutazione:

<https://www.entrecompitalia.it/autovalutazione-con-entrecomp/>

CV Creativo

Legare con flessibilità il mondo della scuola a quello del lavoro richiede anche una nuova idea di presentazione e profilazione che tenga conto non tanto di formalismi quanto del temperamento e della fantasia del soggetto che racconta la sua storia principalmente attraverso le sue passioni e competenze trasversali invece che nozioni biografiche e apprese. Pertanto, il curriculum non sarà più scritto ma animato o grafico a seconda delle competenze e delle risorse digitali dello studente come primo vero banco di prova della propria intraprendenza e creatività, veri trampolini di lancio dell'imprenditorialità.

Gli studenti, per l'ispirazione, hanno visualizzato in gruppi curriculum creativi trovati su Pinterest e Youtube e poi hanno lavorato su modelli di tela o direttamente video.

Brainwriting

Il momento del brainstorming ha spesso il limite di giungere a una soluzione basata su poche idee, spesso quelle dei membri più brillanti o estroversi del gruppo che si impongono ai compagni più timidi, lasciando in secondo piano spunti e osservazioni preziose, e non realizzare un vero scambio di idee o un dialogo capace di ascolto, tanto più in un contesto dove partner sono due scuole diverse e classi diverse, dove molti studenti sono insieme per la prima volta. Per questo motivo si è deciso di implementare il processo di Brainwriting.

Invece di 6 persone che partecipano attivamente al processo, 3 idee per round e 5 minuti di tempo per ogni round, come da metodo si è preferito basarsi sul numero effettivo di gruppi di studenti e su un numero inferiore di idee ma che poi è stato corretto e migliorato nei turni successivi, dai colleghi per scoraggiare il pensiero disfattista e negativo. Infatti, il classico brainstorming genera spesso troppo riverbero che si perde sui dettagli e sulle criticità invece di rimanere sulla ricchezza, coerenza e fattualità di un'idea. Con il brainwriting, invece, si genera un'enorme quantità di creatività in un brevissimo lasso di tempo dando a tutti pari possibilità di avere voce in capitolo rimanendo sempre su un approccio costruttivo e positivo e sul lavoro di squadra.

Moodboard

Una volta definita l'idea per poterla visualizzare tutta insieme, gli studenti sono stati invitati a realizzare una style board con una serie di immagini unite tra loro come in un collage, con lo strumento della moodboard che proviene dal mondo della moda, che potesse dare un'idea immediata del business concept, una sorta di progetto visivo che ne indicasse le coordinate. Gli studenti hanno lavorato principalmente su Canvas ma hanno utilizzato anche social come Ig o altre piattaforme non tradizionali per raccontare attraverso immagini che fossero per loro suggestive, il colore, lo spirito e il design, che dovevano avere l'idea pensata attraverso la sessione di brainwriting.

Partecipazione studenti

Esempi pratici e resoconto della sperimentazione con gli studenti

Gli studenti hanno prima fatto una ricognizione web delle imprese sociali creative giovanili del territorio, analizzandone la competitività, l'innovazione, la sostenibilità e la comunicazione, cercando poi di attingere spunti e fantasia e capire meglio cosa sono, quando si parla di servizi, welfare creativo e valore sociale.

Come prima attività è stato loro somministrato il test di autovalutazione EntreComp per capire le proprie capacità imprenditoriali che tendono a non riconoscere o pensano di non avere, a quel punto si è passati a fare in coppia (in modo che ognuno avesse la propria testimone/specchio ma eventualmente anche operatore tecnico), un CV creativo ispirato a template preesistenti su Pinterest, Canvas, Youtube. Gli studenti hanno utilizzato principalmente il cellulare e l'app di Instagram raccontando i loro punti di forza.

Per il brainstorming si è tentata la soluzione del brainwraiting, che in breve tempo ha generato molte idee e creatività superando l'impasse del ben più conflittuale e dispersivo dibattito di gruppo. Gli studenti si sono divisi in quattro gruppi, tre del Colonna e uno dello Scientifico, e hanno annotato le loro tre idee su un foglio che poi hanno passato agli altri gruppi, che a loro volta, hanno dovuto riscrivere migliorando o definendo ulteriormente l'idea passata dal successivo gruppo. Si è arrivati in una sessione alla definizione di massima del progetto imprenditoriale, che consiste nella creazione di uno spazio fisico di ritrovo e laboratorio gestito dagli stessi studenti dove si mette a sistema la logica del riciclo e del riuso in un'ottica fashion.

(Nudge. The Gentle Push, H. Thaler)

Passando alla scrittura su un drive condiviso, gli studenti hanno potuto vedere le idee finali, votarle e organizzarle in modo più coerente giungendo alla conclusione che la sede sarebbe stata un bar-studio-laboratorio di creatività da allestire in un locale vuoto, chiosco comunale da affittare gratuitamente alle scuole cittadine facendolo gestire agli studenti attraverso un Pon innovativo sulla cittadinanza attiva (possibile hashtag #aponescenti) e una sistematizzazione del riconoscimento dei crediti per chi vi presta servizio o partecipa alle attività.

L'impresa sociale che gestisce il chiosco si occupa di somministrare la colazione mattutina alle scuole partecipanti e attività di recupero studio pomeridiane, ma anche corsi e workshop su moda, artigianato e creatività che si concretizzano in una fashion week annuale curata interamente dagli studenti, che promuove la filosofia e la buona pratica dello scarto, sia alimentare che tessile, che gli studenti hanno soprannominato il "gusto del brutto".

I tre gruppi precedentemente formati si sono nuovamente riformati con la scelta di un leader per ogni team, in base alle competenze di ciascun team, per area di interesse al fine di sviluppare in modo più approfondito le singole parti del progetto: business plan e sostenibilità, organizzazione e logistica, design e comunicazione.

Il nome scelto per il locale è stato DesKaf é ed è stato ritrovato utilizzando il metodo Brainwraiting, attualmente, uno studente sta realizzando il logo dai moodboard proposti dai tre gruppi. Oltre al nome, anche l'estetica partirà dal riuso e riciclo di materiali scolastici come banchi rotti per i tavoli, sedie rinnovate, libri come mattoni per il bancone o materiale cartaceo per rivestire le pareti.

Si chiamerà invece "Nessuno può giudicare meAR" la fashion week che sarà l'evento conclusivo dei corsi di creatività, moda e design che si terranno al chiosco.

Il café sarà gestito attraverso un'app gratuita scaricabile dagli studenti che sostituirà e amplierà le possibilità di una tessera associativa, attualmente allo studio da parte del gruppo logistico, ma includendo la possibilità di subentrare e fissare turni, prenotazioni colazioni, iscrizioni laboratori, disponibilità di ripetizioni, ripetizioni e acquisizione di crediti attraverso le ore dedicate alle attività al bar.

Il business plan è anch'esso in fase di sviluppo ma tiene conto dell'investimento iniziale che è profondamente sostenibile per via delle materie prime, alimentari e tessili, che sono di fatto scarto di altre produzioni (accordo con Fondazione Monnalisa Onlus per il tessile e con Coldiretti per l'alimentare) e l'approccio digitale che abbassa alcuni costi operativi.

Rifletti sui pensieri:

"La creatività è senza dubbio la risorsa umana più importante. Senza creatività non ci sarebbe progresso e ripeteremmo sempre gli stessi schemi". Edoardo De Bono.

"Creare qualcosa che non esiste ancora deve essere l'ambizione di tutti coloro che sono vivi." Paolo Freire.

Essere creativi significa prima di tutto fare qualcosa di insolito... d'altra parte, per quanto insolita, l'idea deve essere abbastanza logica perché le persone la prendano sul serio. (Howard Gardner).

"Creatività significa semplicemente collegare le cose. Quando chiedi ai creativi come hanno fatto qualcosa, si sentono quasi in colpa perché non l'hanno fatto davvero, hanno solo visto qualcosa e, dopo un po', tutto è sembrato loro chiaro. Questo perché erano in grado di collegare le esperienze vissute e sintetizzarle in cose nuove." Steve Jobs.

"Impara le regole come un professionista, così potrai infrangerle come un artista" Pablo Picasso.

Risultati principali

Gli studenti hanno dapprima assorbito la concreta possibilità di fare impresa sociale creativa guardando alla ricchezza e all'innovazione presenti nel territorio aretino, che vanta un numero di imprese sociali molto elevato rispetto alla media nazionale.

Hanno compreso meglio il valore e la specificità delle proprie soft skills come problem solving, attitudine relazionale, iniziativa, flessibilità, visione d'insieme e molte altre che non sospettavano di avere.

Un risultato particolarmente visibile è stato l'atteggiamento verso la cosa nuova e mai fatta che, se inizialmente spaventava e spingeva lo studente in una modalità disfattista e di zona di comfort, è stata successivamente metabolizzata in modo diverso.

Non si parla più di qualcosa che non si può fare, ma solo di come si potrebbe fare.

Lavorare in squadra in modo proattivo dopo la sfiducia iniziale e il conflitto sulle proposte per l'impresa sociale da progettare.

L'apprendimento cooperativo ha funzionato perché ha permesso a tutti di convergere verso un unico scopo, favorendo l'interdipendenza positiva tra i soggetti coinvolti, la responsabilità individuale attraverso i contributi individuali portati al gruppo, l'operatività e la messa a terra dell'idea di pensiero che richiede flessibilità ma anche logica e consistenza.



Il sostegno della Commissione europea alla realizzazione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile dell'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.