



Financial literacy and new business models to boost women entrepreneurship possibilities.



The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Sommario

Introduzione al PROGRAMMA FIT.....	3
Perché questo programma.....	5
Una comprensione e una terminologia comune	5
Scopo del programma e risultati attesi.....	7
Le 4 fasi del programma.....	8
Cosa aspettarsi durante questo programma.....	10
La pianificazione della lezione	12
PARTE 1 Formare un'IMPRENDITRICE SMART	12
PARTE 2 Quali sono gli elementi di un Business Sostenibile	23
PARTE 3 Crea le tue sinergie	42
PARTE 4 Pianificazione aziendale	50
Casi di studio	58

Introduzione al PROGRAMMA

FIT

Negli ultimi due decenni, il concetto di IMPRENDITORIA FEMMINILE ha ottenuto il riconoscimento come “contributo significativo alla crescita economica dell'UE”, offrendo creatività e potenziale di crescita economica e posti di lavoro che dovrebbero essere ulteriormente sviluppati. Tuttavia, le imprenditrici rappresentano solo il 34,4% di lavoratori autonomi e solo il 30% delle start-up è di proprietà di donne (sito web dell'imprenditoria e delle PMI dell'UE).

Uno studio sul genere nell'imprenditorialità, dell'Istituto europeo per l'uguaglianza di genere, (2016) ha rilevato che il 10% delle imprenditrici che sono meno incluse, desidera ricevere sostegno dalle banche, per scoperti, prestiti bancari e credito ai fornitori, visto che tendono ad avere crescita e fatturato inferiori rispetto alle imprese maschili. (Imprenditoria femminile: colmare il divario di genere nell'accesso ai servizi finanziari e di altro tipo e nell'imprenditoria sociale, Parlamento europeo).

L'obiettivo del progetto FIT è offrire un PROGRAMMA DI MIGLIORAMENTO completo specificamente progettato per SUPPORTARE le donne imprenditrici nell'avvio o nel rimodellare la propria attività utilizzando modelli di business di economia circolare con una solida struttura finanziaria. L'economia circolare offre una straordinaria opportunità per introdurre nuove norme etiche nel mondo degli affari e mettere a punto l'equilibrio tra profitto e responsabilità sociale. Le donne finanziariamente alfabetizzate hanno gli strumenti per far crescere la propria ricchezza e utilizzare tali risorse per contribuire alle cause in cui credono. Ciò include avere un interesse più significativo nei movimenti politici e sociali, oltre a essere in grado di sostenere finanziariamente cause di beneficenza.

Nella regione euromediterranea, le donne leader in vari settori stanno già adottando misure concrete per ottenere pratiche commerciali più sostenibili insieme a un impatto sociale positivo. Da cibo, agricoltura, moda, design, energia e IT, le donne stanno contribuendo a creare un cambiamento sostenibile attraverso il ripensamento, la riparazione, il riutilizzo e il riciclaggio. Tuttavia, la loro partecipazione potrebbe essere migliore se si sviluppassero misure e piani politici adeguati per promuovere ulteriormente l'imprenditorialità femminile nell'economia circolare.

Il corso si ispira al Rapporto del Convegno "UfM WOMEN BUSINESS FORUM Women in Circular Economy and in Tech and Innovation". L'edizione 2019 del Forum, tenutasi dal 19 al **21 novembre 2019 a Barcellona**, in Spagna, ha avuto circa 123 partecipanti confermati, la maggioranza erano donne (78%) e il 22% uomini. I partecipanti hanno sottolineato l'importanza del ruolo delle donne nell'economia circolare e nell'innovazione, perché le donne (in generale) hanno una maggiore propensione a cambiare i loro schemi quotidiani per il bene della protezione dell'ambiente e del benessere delle loro famiglie.



Perché questo programma

Il programma FIT offre un'esperienza di apprendimento completa alle donne desiderose di avviare un'impresa o che hanno bisogno di ottenere un nuovo vantaggio competitivo.

Il **PROGRAMMA FIT** utilizza l'economia circolare e l'alfabetizzazione finanziaria per supportare le DONNE nell'acquisizione delle competenze imprenditoriali di cui hanno bisogno per avviare o rimodellare la propria attività. Il programma combina attività online e offline, studio individuale e lavoro di gruppo per consentire alle partecipanti di sviluppare abilità e competenze necessarie per gestire un'impresa, in modo pratico.

Prendendo parte al programma, le imprenditrici si concentreranno sul miglioramento delle proprie capacità personali, sulla definizione del proprio stile di leadership, sulla costruzione della propria fiducia in se stesse, sulla capacità di guidare con uno scopo e sul pensiero strategico sostenibile favorendo così la crescita economica costruendo un ampio movimento di sostegno per le imprese femminili.

Durante il programma, le partecipanti riceveranno il supporto strutturato di diversi tutor e entreranno in contatto con diversi stakeholder e altri specialisti per accompagnarli nella creazione della loro rete di supporto in modo strutturato.

Il corso contribuisce a promuovere il pensiero critico necessario per aiutare le imprese e il settore pubblico a innovare i propri processi e sistemi per raggiungere gli standard elevati stabiliti dai governi europei e nazionali. Sulla base anche della panoramica di Istruzione e Formazione 2020 (ET 2020), le competenze imprenditoriali e trasversali più ampie, come la capacità di apprendere e prendere iniziative, pianificare ed eseguire il lavoro in autonomia, aiuteranno le persone ad affrontare la situazione della società odierna varia e imprevedibile, favorendo il loro accesso al mercato del lavoro e la transizione verso migliori condizioni di lavoro.

Una comprensione e una terminologia

comune

Il progetto prende ispirazione dal fatto che l'economia circolare offre un'opportunità per l'introduzione di nuove norme etiche nel mondo degli affari. Secondo l'OCSE, la quota di mercato detenuta dai modelli di business circolari è limitata, rappresentando generalmente non più del 5-10% in termini economici. Le sfide relative all'attuazione di un modello di economia circolare differiscono tra paesi e regioni, a seconda della fase della



transizione verso un'economia circolare, della struttura di governance e dell'orientamento politico del paese o della regione in questione.

Il programma si basa sui seguenti elementi chiave innovativi:

ECONOMIA CIRCOLARE è essenziale per offrire una straordinaria opportunità per introdurre nuove norme etiche negli affari e mettere a punto l'equilibrio tra profitto e responsabilità sociale. Durante il programma, le partecipanti lo utilizzeranno come attivatore per generare nuove idee. Il programma si basa sul principio che, al fine di favorire uno spostamento verso una reale sostenibilità e un'economia carbon neutral, è necessario formare le persone a cercare opportunità nei "rifiuti del nostro vicino" prima di pianificare un'impresa.

FINANZA SOSTENIBILE – l'utilizzo di strumenti finanziari innovativi e più tradizionali è fondamentale per mantenere a galla il business, soprattutto in questi tempi incerti. Le imprenditrici devono prendere decisioni finanziarie, comprendendo le loro situazioni contabili per prendere decisioni strategiche. Le donne con **un'alfabetizzazione finanziaria** hanno gli strumenti per accrescere la propria ricchezza e utilizzare tali risorse per contribuire alle cause in cui credono. Ciò include avere un interesse più significativo nei movimenti politici e sociali, oltre a essere in grado di sostenere organizzazioni finanziariamente solide e sostenibili.

COMPETENZE DEL XXI SECOLO PER IMPRENDITORI SMART : i leader aziendali hanno bisogno di una guida per un cambiamento positivo e, con uno scopo, devono sapere come fare scelte etiche, risolvendo i problemi della società, con una forte attenzione alla sostenibilità e all'inclusione.

I NUOVI MODELLI DI BUSINESS possono essere utilizzati come motori per offrire nuove opportunità e innovazione, supportando al contempo le donne imprenditrici nell'acquisizione di nuovi mercati, migliorando l'efficacia organizzativa e trasformando i processi organizzativi. L'intero programma è costruito su un cambio di paradigma che si allontana dal consueto approccio di pianificazione PDCA e si sposta verso un modo di pensare più collaborativo (e si spera) sostenibile.

CASI DI STUDIO e STRATEGIE DI SUCCESSO utilizzati per motivare e ispirare le imprenditrici ad adottare nuovi modelli di business e l'approccio fornito dall'economia circolare. Casi di studio specifici saranno preparati da partner, partecipanti, mentori lungo lo sviluppo del progetto. Alcuni dei settori a cui ci rivolgiamo sono il turismo, l'ICT, l'industria dei servizi, il Social Business, la Moda ... e ovviamente qualsiasi altro settore per quanto riguarda la specializzazione degli esperti e dei formatori. L'obiettivo è aggiungere elementi pratici con strategie aggiornate ed esempi tratti da casi reali.

Scopo del programma e risultati attesi

Il programma FIT è diviso in 4 fasi, ciascuna associata a conoscenze, risultati di apprendimento specifici e in attesa che vengano prodotti risultati specifici per essere "ammessi" nella sezione seguente. Ogni fase contiene elementi chiave di diverse specialità, per offrire un'esperienza di apprendimento unica e completa che consenta le partecipanti di crescere come professionisti, imparare che tipo di supporto hanno bisogno per realizzare con il loro piano e poter discutere faccia a faccia con i professionisti in arrivo da altra specializzazione.

Il programma non trasformerà le partecipanti in esperti di finanza o designer di economia circolare. Gli elementi offerti nel programma hanno lo scopo di offrire una solida base per un processo decisionale informato e aiutarli a ottenere il supporto professionale di cui hanno bisogno in qualsiasi aspetto della loro attività. Questo dovrebbe anche limitare l'interferenza di coloro che li considerano non adeguati e "inadatti" a essere leader d'impresa.



Le 4 fasi del programma

1 FORMARE E FAR CRESCERE UN' IMPRENDITRICE SMART – sessioni tematiche, attività di gruppo ed esercizi per aiutare le partecipanti a capire cosa significa essere un'imprenditrice e trarre ispirazione **dall'economia circolare per plasmare la visione del proprio business.**

ARGOMENTI CHIAVE	SCOPO	RISULTATO
Auto-empowerment/ sulla motivazione Imprenditorialità SMART Elementi chiave dell'economia circolare Nuovi modelli di business Come utilizzare lo strumento di mappatura del modello di business circolare	Avere una chiara percezione di se stessi come Imprenditrice Usare l'economia circolare per dare forma alla visione del business Avere una chiara comprensione dei nuovi modelli di business e usarli come ispirazione	Preparare la loro BUSINESS VISION, considerando i requisiti di economia sostenibile/circolare. Il modello di business sostenibile è obbligatorio

2 QUALI SONO GLI ELEMENTI DI UN'IMPRESA SOSTENIBILE : sessioni tematiche, tutoraggio e workshop per aumentare la capacità delle partecipanti di pianificare e condurre un'impresa inclusiva e **sostenibile**

ARGOMENTI CHIAVE	SCOPO	RISULTATO
Come gestire un'impresa Come guidare con uno scopo Comprendere le organizzazioni e la loro struttura Prendere decisioni intelligenti	Descrivere un'idea di business sostenibile in modo chiaro e sicuro Scegliere lo stile di leadership	Creare e presentare un "business pitch" articolato

3 CREA LE TUE SINERGIE : workshop, tutoraggio e incontri veloci per conoscere la comunità locale e guadagnare sostegno da parte **della comunità locale** e creare nuove possibilità di incontro con gli altri

ARGOMENTI CHIAVE	SCOPO	RISULTATO
Comunicazione (soprattutto parlare in pubblico)	Analizzare un settore per stabilire/trovare la nostra nuova possibilità di	Creare la propria rete di supporto e affermarsi come un 'nuovo giocatore'

Elementi chiave del marketing Rete Analisi della catena del valore	cooperazione Stabilire alleanze con colleghi, stakeholder e fornitori	Analisi di mercato / Mappa degli stakeholder
4 PIANIFICAZIONE AZIENDALE - Sessioni tematiche e tutoraggio per esplorare gli elementi finanziari e di marketing di base per pianificare business e prendere decisioni informate sul prodotto da vendere, distribuzione e possibilità di finanziamento		
CHIAVE TEMI Strumenti finanziari e decisioni finanziarie Implementazione (pianificazione della tua attività)	SCOPO Tradurre le informazioni finanziarie nelle decisioni strategiche Combina le conoscenze per pianificare l'attività come previsto	RISULTATO Preparare un business plan (sostenibile), con un solido piano marketing e finanziario

Prendendo parte al programma, le partecipanti si aspettano di:

- Accrescere un'ampia gamma di competenze trasversali come comunicazione, pensiero critico e creatività
- Rinforzare competenze manageriali e imprenditoriali necessarie per guidare con uno scopo e capacità di creare idee e soluzioni innovative per migliorare o innovare le imprese
- Aumentare la capacità di condurre un'impresa con fiducia, determinazione e gestendo lo stress
- Maggiore capacità di contribuire alla crescita economica e maggiori opportunità nel settore prescelto
- Avere una comprensione chiara e solida dei temi chiave affrontati dal progetto: approccio all'economia circolare, pratiche di nuova economia, sostenibilità, alfabetizzazione finanziaria e pianificazione aziendale
- Maggiore possibilità di ricevere l'approvazione da diversi mentori, sponsor e sostenitori, ispirando al contempo gli altri ad apprendere nuove abilità
- Maggiore capacità di compiere scelte consapevoli nella propria vita personale e professionale, con maggiori opportunità di momenti di riqualificazione e mobilità sociale
- Accresciuta capacità di stabilire confini chiari (e onorarli) tra famiglia e lavoro, con miglioramento dell'equilibrio vitale e del benessere personale

Il programma è consigliato alle partecipanti con qualsiasi background professionale e specializzazione. I casi di studio offerti durante i workshop tematici e lo studio individuale sono complementari alle esigenze specifiche e diversificate delle partecipanti. Inoltre, il supporto del programma multi-mentoring assicura che le partecipanti trovino un supporto professionale qualunque sia il settore in cui intendono aprire l'attività. Sugeriamo, durante il processo di selezione, che le candidate dimostrino un'esperienza minima o una conoscenza pregressa nel settore in cui intendono operare (studio professionale, precedenti esperienze lavorative dirette...).

La condizione lavorativa delle partecipanti non è pertinente per l'accesso al programma, ma si consiglia agli educatori e agli organizzatori di dare priorità a coloro che provengono da categorie svantaggiate, ad esempio: disoccupazione di lunga durata o doppio svantaggio (migranti, madri sole, basso reddito...).

Tra i requisiti per far parte del programma, ci sono una buona conoscenza della lingua locale (in caso di partecipanti non madrelingua) e un livello base/medio di competenze digitali. Gli organizzatori hanno la responsabilità di verificare le competenze linguistiche e digitali, in quanto esulano dallo scopo del programma e non è previsto uno strumento specifico per questo compito.

Cosa aspettarsi durante questo programma

Le abilità e le competenze utilizzate in questo programma sono offerte in modo ordinato nel capitolo finale del programma. Ogni fase del programma è descritta in ABILITÀ e COMPETENZE connesse ai framework come ENTRE COMP, utilizzato per fornire un chiaro riferimento.

Dal punto di vista delle partecipanti il programma è un processo unico, composto da questi elementi:

- **Brevi lezioni tenute** da un educatore in una classe (virtuale), utilizzate per presentare gli argomenti e i contenuti utilizzando la metodologia chiamata 'micro-learning'.
- **Workshop** come incontri faccia a faccia o virtuali di gruppo, per far sì che le partecipanti affrontino argomenti in presenza, vivendo un'esperienza di apprendimento facendo, offrendo anche supporto reciproco, possibilità di apprendimento collaborativo
- **Supporto dei mentor** la particolarità del processo di mentoring è che ogni partecipante sarà in contatto con più di 2 tutor. Sono selezionate tra imprenditrici locali, imprenditrici, ma anche esperte in uno o più dei temi affrontati dal progetto come marketing, finanza, management, risorse umane, economia, leadership...

L'obiettivo è quello di esporre le partecipanti a stili e settori diversi - background professionale specifico per un'esperienza di apprendimento più completa.

- **Velocizzare gli incontri di lavoro** organizzati dai formatori, con il supporto attivo dei tutor e anche delle partecipanti stessi, per favorire l'aggregazione spontanea, accelerare i contatti commerciali e nel complesso favorire le possibilità di networking.

Il multimentoring e gli speed meeting sono stati inseriti nel processo per motivare e supportare i partecipanti nella creazione di competenze variegate. Sia gli incontri di velocità che l'esposizione a diversi mentori offriranno possibilità di networking migliori e durature, mentre accelereranno e moltiplicheranno il tasso di successo delle aziende FIT. Avere più di un mentore è prezioso, poiché nessuna persona ha i doni, i talenti, il tempo o la capacità di consigliare su ogni singolo aspetto del programma di sviluppo delle partecipanti.

La pianificazione della lezione

La tabella che segue rappresenta il piano delle sessioni che costituiscono il programma FIT. Per ogni sessione suggeriamo la durata e gli strumenti da utilizzare per eseguirla secondo il piano proposto. Ogni strumento menzionato (dispense, presentazioni, letture, case study, qualsiasi strumento menzionato...) è disponibile sulla piattaforma del progetto.

PARTE 1 Formare un'IMPREDITRICE SMART

Al termine di questa parte le partecipanti potranno preparare:

- BUSINESS VISION considerando i requisiti di economia sostenibile/circolare.
- Modello di business sostenibile: offrendo dettagli sulla propria attività, tenendo in considerazione gli obiettivi sociali, culturali ed economici a lungo termine e una visione sostenibile

Obiettivi di apprendimento specifici

- ✓ Credere nelle tue capacità di influenzare il corso degli eventi, nonostante l'incertezza, le battute d'arresto e i fallimenti temporanei
- ✓ Sviluppare idee e opportunità per creare valore, comprese soluzioni migliori alle sfide esistenti e nuove
- ✓ Essere determinate a trasformare le idee in azioni e soddisfare il tuo bisogno di realizzarle
- ✓ Riflettere sui tuoi bisogni, aspirazioni e desideri a breve, medio e lungo termine
- ✓ Identificare e valutare i tuoi punti di forza e di debolezza individuali e di gruppo
- ✓ Riflettere su quanto siano sostenibili gli obiettivi sociali, culturali ed economici a lungo termine e scegli una linea d'azione
- ✓ Stabilire nuove connessioni e riunire elementi sparsi del paesaggio per creare opportunità per creare valore
- ✓ Essere resiliente sotto pressione, avversità e fallimento temporaneo
- ✓ Analizzare sistemi complessi su diversi domini (società, ambiente, economia, ecc.) e su diverse scale (da locale a globale) più ampie del "pensiero olistico"
- ✓ Utilizzare lo strumento di mappatura del modello di business circolare per visualizzare la pianificazione del ciclo di vita del prodotto e valutare come cambierà l'offerta circolare durante ogni ciclo di utilizzo

1.1	IMPRENDITORIA SMART
Descrizione generale	La sessione mira a scoprire il potenziale di un valido co-creatore e collaboratore dell'imprenditoria SMART per la società. Ciò sarà raggiunto identificando le competenze personali e riflettendo sulle preoccupazioni personali relative alla sostenibilità.
Risultati previsti	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere le competenze e le abilità associate al concetto di imprenditoria SMART. • Un'analisi delle competenze e della motivazione per andare avanti nella propria carriera e nella propria vita. • Redigere la visione aziendale e i passaggi necessari nel percorso verso la creazione di impresa. • Riflettere sull'elencare una serie di obiettivi sociali, culturali ed economici sostenibili a lungo termine, nonché su quale linea di condotta potrebbe essere richiesta.
Linee guida del valutatore	<p>La valutazione dei risultati raggiunti da ciascuna partecipante potrà essere distribuita in parti uguali del peso per compilare un punteggio finale:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. identificazione delle caratteristiche relative all'attività nel profilo del partecipante - 25 %; 2. le azioni di mitigazione delle debolezze individuate - 25 %; 3. obiettivi a lungo termine compresi i punti di forza personali e gli obiettivi di realizzazione personale, preoccupazioni sulla sostenibilità, risorse disponibili, necessità di partnership - 25%; 4. la bozza di visione aziendale a 4 lati - 25%. <p>Per la valutazione si raccomanda l' uso di <i>dichiarazioni riflessive</i> e di metodi <i>riassuntivi in una frase</i> .</p>
Metodi di valutazione	<p>La <i>dichiarazione riflessiva</i> è un metodo che valuta ciò che le partecipanti hanno raggiunto rispetto ai loro obiettivi.</p> <p>Le variabili su cui impostare l'istruzione sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • le sfide per riconoscere le competenze e le abilità personali da associare all'imprenditorialità intelligente; • l'identificazione dei fattori di motivazione personale per muovere la carriera nel mondo degli affari;

	<ul style="list-style-type: none"> • l'anticipazione delle possibili battute d'arresto e il ruolo di relazioni preziose con gli altri per mitigare le debolezze. <p><i>Un riassunto di una frase</i> potrebbe essere utilizzato per sintetizzare le idee e i risultati della visione aziendale delle partecipanti in un'unica frase riassuntiva, informativa, grammaticale e completa.</p> <p>Le variabili di valutazione devono essere impostate per valutare i quattro lati della visione aziendale:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Area e ambito di attività; • Focus e scopo sulla sostenibilità; • Missione personale e autorealizzazione; • Relazione con gli altri.
Elementi di innovazione	La correlazione tra i tratti della personalità e la bozza della visione aziendale è l'obiettivo principale per il valutatore di effettuare la valutazione finale dei risultati del corso.

1.2	CREAZIONE DI VALORE
Descrizione generale	L'obiettivo del corso è quello di mettere in pratica il processo di creazione del valore applicando le capacità di pensiero critico. Un modello di creazione di valore dell'idea di business richiede l'applicazione di un approccio al design thinking. Le partecipanti lavorano al progetto di squadra per preparare il loro modello di creazione di valore per implementare l'idea di business intelligente e sostenibile.
Risultati previsti	<ul style="list-style-type: none"> • Praticare il pensiero critico e creativo per indagare il processo di creazione del valore; • Creare un modello di creazione di valore di un'idea imprenditoriale innovativa; • Selezionare le principali attività di creazione di valore per realizzare un'idea di business smart&sostenibile.
Linee guida del valutatore	L'obiettivo della valutazione è di riconfermare i risultati del corso raggiunti attraverso l'attuazione dei compiti assegnati nel processo di apprendimento. Le variabili di valutazione sono le seguenti, compreso il peso di ciascuna di esse dalla valutazione totale:

	<ul style="list-style-type: none"> • la quantità di idee imprenditoriali generate - 30 %; • individuazione dei valori concreti dell'idea imprenditoriale - 30 %; • l'insieme dei criteri utilizzati per filtrare le idee imprenditoriali a quella finale - 20%; • la ragionevolezza dell'argomentazione - 20%. <p>Come valutazione, è raccomandato il <u>metodo basato sulle prestazioni</u>. Le modalità di presentazione scritta o orale dei risultati ottenuti dalle partecipanti potranno essere scelte durante le sessioni.</p> <p>La presentazione può essere qualsiasi forma di trasmissione orale o testuale di informazioni. I modelli suggeriti potrebbero essere una mappa mentale, una tabella, un breve report o diapositive PPT.</p> <p>La parte principale della presentazione comprende: 1) la distribuzione dei valori generati dall'idea imprenditoriale e 2) gli argomenti per fondare la selezione effettuata.</p> <p>I valori dell'idea imprenditoriale dovrebbero contenere (se pertinente):</p> <ul style="list-style-type: none"> • il valore per l'imprenditore; • il valore per i partner commerciali; • il valore per i dipendenti; • il valore per i clienti; • il valore per la società locale; • il valore per il Pianeta. <p>Il livello di argomentazione può essere valutato in termini di importanza per il successo aziendale, attinenza ai tratti della personalità; atteggiamento verso i bisogni delle persone; ragionevolezza dell'attuazione, ecc.</p>
<p>Metodi di valutazione</p>	<p>Il metodo della valutazione <i>basata sulle prestazioni</i> dimostra il successo dell'apprendimento autentico, l'evidenza della comprensione attraverso un trasferimento delle abilità pratiche.</p> <p>La capacità di applicare le capacità di pensiero critico e di pensiero progettuale delle partecipanti sono alla base della valutazione del corso.</p>
<p>Elementi di innovazione</p>	<p>L'approccio innovativo alla valutazione potrebbe invitare le attuali imprenditrici a partecipare al processo di valutazione. Un altro</p>

	suggerimento è quello di organizzare questo corso e valutare in modalità contest di idee imprenditoriali.
--	---

1.3 COS'È L'ECONOMIA CIRCOLARE	
Descrizione generale	<p>L'Unità si propone di introdurre il formatore alla definizione di Economia Circolare.</p> <p>Le donne che desiderano diventare imprenditrici o migliorare le proprie competenze sono il gruppo target del progetto. È importante quindi delineare i fondamenti epistemologici e teorici nonché il più ampio contesto formale delle politiche europee a sostegno delle strategie e delle attività di apprendimento delle partecipanti.</p> <p>Le imprese sociali e gli imprenditori sociali svolgono la loro attività imprenditoriale per raggiungere obiettivi sociali.</p> <p>Il loro modello di business include la creazione di un impatto sociale o ambientale positivo e non si preoccupano solo del profitto.</p> <p>Gli imprenditori sociali operano in molteplici ambiti, coprendo così molteplici ambiti di intervento: integrazione sociale ed integrazione economica delle persone svantaggiate ed emarginate, sanità, invecchiamento attivo, educazione e cura dell'infanzia, commercio equo, economia circolare e verde, cultura, turismo, ecc.</p>
Risultati previsti	<p>Il formatore aiuterà le partecipanti a produrre risultati affidabili dall'economia circolare per il loro business futuro.</p> <p>Le attività aiuteranno le partecipanti a familiarizzare con i diversi modelli di economia (lineare e circolare).</p>
Linee guida del valutatore	<p>La sfida più grande per tutti i partner è chiaramente mantenere la motivazione e l'interesse dei partecipanti, così come l'interazione.</p> <p>L'uso del tutoraggio individuale è particolarmente utile per superare questa sfida.</p> <p>Nella formazione sono stati utilizzati molti stimoli e aperture e chiusure divertenti in tutti i moduli.</p> <p>Sono stati organizzati molti lavori di gruppo ed esercitazioni pratiche per motivare le partecipanti.</p> <p>Il consiglio è di rendere le sessioni di allenamento brevi e facili. Le</p>

	<p>sessioni più brevi sono migliori di quelle più lunghe e assicurano che tutte siano coinvolte. Tra le altre cose, è anche importante essere creative e adattare la sessione o il contenuto ai gruppi coinvolti. Tuttavia, ciò che è molto importante e utile per mantenere la motivazione è una buona pianificazione e l'uso di esercizi preparatori e tecniche di supporto, nonché workshop pratici e interattivi e casi di studio.</p>
<p>Metodi di valutazione</p>	<p>La riflessione, il debriefing e la valutazione sono parti essenziali di qualsiasi formazione o workshop.</p> <p>Consentono di valutare tutti gli aspetti e le caratteristiche dell'attività e aiutano a formulare o proporre miglioramenti per la stessa attività in futuro.</p> <p>Riflettendo sui risultati dell'apprendimento, le partecipanti hanno l'opportunità di realizzare ciò che hanno appreso durante la formazione, il workshop o l'attività e applicarlo alle proprie circostanze di vita/lavoro. Negli allegati è riportato un modello di questionario di valutazione (in dispensa: valutazione di autovalutazione). Quando si chiede alle partecipanti di rispondere al questionario, è importante aiutarle a ricordare che non ci sono risposte giuste o sbagliate, perché il processo di apprendimento e i risultati differiscono da persona a persona. La valutazione aiuterà a valutare i risultati e l'impatto dell'attività. Uno dei metodi di valutazione più utilizzati è quello di chiedere un feedback alle partecipanti: aiuta a capire i punti deboli e i punti di forza dell'attività.</p> <p>Esistono diversi metodi che possono essere utilizzati per chiedere un feedback:</p> <p>Metodi visivi:</p> <p>Questi metodi aiutano le partecipanti a fornire il loro feedback in modo più dinamico. È importante dare ai partecipanti l'opportunità di esprimere la propria opinione verbalmente per rendere la valutazione più completa. In questo caso, è importante che uno dei facilitatori prenda atto dei commenti o affermazioni.</p> <p>I facilitatori possono scegliere diversi metodi per organizzare il</p>

	<p>feedback.</p> <p>Feedback orale: i metodi di valutazione visiva possono essere combinati con i metodi orali.</p> <p>Feedback scritto: è importante combinare questo tipo di feedback con il tipo scritto, considerando che non c'è tempo per chiedere a ciascun partecipante e potrebbe non voler condividere la propria opinione di fronte al gruppo.</p> <p>Questo tipo di feedback è dinamico ma può escludere coloro che non vogliono o non possono condividere pubblicamente la propria opinione. Uno dei facilitatori dovrebbe prendere nota dei commenti o delle dichiarazioni delle partecipanti.</p> <p>Un modo molto efficace per ottenere feedback dalle partecipanti è chiedere loro di compilare un breve questionario.</p> <p>Il questionario dovrebbe sempre fornire spazio per l'autoriflessione del partecipante, ma anche spazio per sviluppare le proprie argomentazioni in merito alla formazione. I questionari devono essere anonimi. Il vantaggio del feedback scritto è che è possibile rivederlo in seguito per trarre conclusioni e produrre un rapporto. L'anonimato offre alle partecipanti l'opportunità di essere onesti nel rispondere alle varie domande.</p> <p>I debriefing possono aiutare ad accelerare i progetti, adottare nuovi approcci ai problemi e raggiungere obiettivi difficili. Piuttosto che una conversazione casuale su cosa ha funzionato e cosa no, a il debriefing approfondisce il motivo per cui alcune cose sono accadute. Il questionario dovrebbe esaminare quattro domande chiave:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cosa stavamo cercando di ottenere? Inizia riaffermando gli obiettivi che stavi cercando di raggiungere in ogni modulo. 2. Dove abbiamo raggiunto (o mancato) i nostri obiettivi? Rivedi i risultati e assicurati che il gruppo sia allineato. 3. Cosa ha portato ai nostri risultati? Questa sezione dovrebbe andare più in profondità delle ovvie risposte di primo livello. 4. Cosa dovremmo iniziare, interrompere o continuare a fare? Dopo aver scoperto le cause, cosa dovremmo fare ora?
<p>Elementi di innovazione</p>	<p>Gli strumenti per supportare questa parte sono molti e vari. I formatori devono dedicare e pianificare il tempo necessario per</p>

	<p>utilizzarli correttamente.</p> <p>Per questa parte e anche per gli altri moduli è bene farlo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creare e aggiornare regolarmente l'elenco dei contatti con nuovi contatti e informazioni; - Creare un questionario che dovrebbe essere completato da uno stakeholder dopo ogni incontro; - Compilare e aggiornare regolarmente la Matrice di Coinvolgimento fornita dalla metodologia; - Adattare i messaggi di comunicazione alle esigenze dei diversi partecipanti, concentrarsi sugli aspetti positivi dell'imprenditoria femminile e adattare i termini a ciascun contesto nazionale; - Considerare le capacità e le competenze delle partecipanti per gestire il coinvolgimento anche dei potenziali stakeholder.
--	--

1.4	Nuovi modelli di business
<p>Descrizione generale</p>	<p>Il modulo intende introdurre il formatore alla definizione di nuovi modelli di business e al 'ripensare la teoria della produzione' in quanto, adottando l'Economia Circolare, il processo può essere avviato in qualsiasi momento della produzione stessa.</p> <p>Il gruppo target del progetto composto da donne che desiderano diventare imprenditrici o migliorare le proprie competenze:</p> <ul style="list-style-type: none"> • otterrà una visione chiara e completa dei Modelli di Business, • imparare a riconoscere e analizzare gli 'Stakeholder', ovvero coloro che hanno un interesse nell'idea di business, • conoscere le possibili implicazioni e barriere legali nel proprio Paese nella realizzazione dell'idea imprenditoriale, • imparare a pianificare per metterlo in pratica. <p>Una serie di esempi reali di aziende che sono passate dall'economia lineare all'economia circolare aiuterà formatori e partecipanti a comprendere meglio le dinamiche che migliorano le idee di business.</p>

<p>Risultati previsti</p>	<p>Il formatore aiuterà le partecipanti a produrre risultati concreti per la propria attività futura</p> <p>Le attività esperienziali aiuteranno a riconoscere gli elementi che sono importanti non solo per avviare un'impresa, ma anche per mantenerla sana e produttiva per tutta la sua vita.</p> <p>Il formatore aiuterà anche a capire perché questi nuovi modelli di business sono così importanti per l'imprenditoria femminile.</p>
<p>Linee guida del valutatore</p>	<p>La sfida più grande per tutti i partner è chiaramente mantenere la motivazione e l'interesse dei partecipanti, così come l'interazione. L'uso del tutoraggio individuale è particolarmente utile per superare questa sfida.</p> <p>Nella formazione sono stati utilizzati molti stimoli e aperture e chiusure divertenti in tutti i moduli.</p> <p>Sono stati organizzati molti lavori di gruppo ed esercitazioni pratiche per motivare le partecipanti.</p> <p>Il consiglio è di rendere le sessioni di allenamento brevi e facili. Le sessioni più brevi sono migliori di quelle più lunghe ed è importante assicurarsi che tutte siano coinvolte. Tra le altre cose, è anche importante essere creativi e adattare la sessione o il contenuto ai gruppi coinvolti. Ciò che, tuttavia, è molto importante e utile per mantenere la motivazione è una buona pianificazione e l'uso di esercizi di riscaldamento e tecniche di supporto, oltre a workshop pratici e interattivi, casi studio ed esempi multipli.</p>
<p>Metodi di valutazione</p>	<p>La riflessione, il debriefing e la valutazione sono parti essenziali di qualsiasi formazione o workshop.</p> <p>Consentono di valutare tutti gli aspetti e le caratteristiche dell'attività e aiutano a formulare o proporre miglioramenti per la stessa attività in futuro.</p> <p>Riflettendo sui loro risultati di apprendimento, i partecipanti hanno l'opportunità di realizzare ciò che hanno imparato durante la formazione, il workshop o l'attività e applicarlo alle loro circostanze di vita/lavoro. Un modello per i test di ingresso e di uscita è disponibile negli allegati. La valutazione a convalidare i risultati e l'impatto dell'attività.</p> <p>Uno dei metodi di valutazione più utilizzati è quello di chiedere un</p>

feedback alle partecipanti. Aiuta a capire i punti deboli e i punti di forza delle attività.

Esistono diversi metodi che possono essere utilizzati per chiedere un feedback:

Metodi visivi:

Questi metodi aiutano le partecipanti a fornire il loro feedback in modo più dinamico. È importante dare alle partecipanti l'opportunità di esprimere la propria opinione verbalmente per rendere la valutazione più completa. In questo caso, è importante che uno dei facilitatori prenda atto dei commenti o affermazioni.

I facilitatori possono scegliere diversi metodi per organizzare il feedback.

Feedback orale:

I metodi di valutazione visiva possono essere combinati con i metodi orali. È importante combinare questo tipo di feedback con il tipo scritto, considerando che non c'è tempo per chiedere a ciascun partecipante e i partecipanti potrebbero non voler condividere la propria opinione davanti al gruppo.

Questo tipo di feedback è dinamico ma può escludere i partecipanti che non vogliono o non possono condividere la propria opinione di fronte al gruppo. Uno dei facilitatori dovrebbe prendere nota dei commenti o delle dichiarazioni dei partecipanti.

Feedback scritto:

Un modo molto efficace per ottenere feedback dai partecipanti è chiedere loro di compilare un breve questionario.

Il questionario dovrebbe sempre offrire spazio all'auto-riflessione del partecipante, ma anche spazio per sviluppare le proprie argomentazioni in merito alla formazione. I questionari devono essere anonimi. Il vantaggio del feedback scritto è che può essere rivisto in seguito per trarre conclusioni e produrre un rapporto. L'anonimato offre ai partecipanti l'opportunità di essere onesti nel rispondere alle diverse domande.

I debriefing possono aiutare ad accelerare i progetti, adottare nuovi approcci ai problemi e raggiungere obiettivi difficili. Piuttosto che una conversazione casuale su cosa ha funzionato e cosa no,

	<p>un debriefing approfondisce il motivo per cui le cose sono accadute. Dovrebbe esaminare quattro domande chiave:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cosa stavamo cercando di ottenere? Inizia riaffermando gli obiettivi che stavi cercando di raggiungere in ogni modulo. 2. Dove abbiamo raggiunto (o mancato) i nostri obiettivi? Rivedi i risultati e assicurati che il gruppo sia allineato. 3. Cosa ha portato ai nostri risultati? Questa sezione dovrebbe andare più in profondità delle ovvie risposte di primo livello. 4. Cosa dovremmo iniziare, interrompere o continuare a fare? Dopo aver scoperto le cause, cosa dovremmo fare ora che sappiamo ciò che sappiamo?
<p>Elementi di innovazione</p>	<p>Gli strumenti per supportare questa parte sono molti e vari. I formatori devono dedicare e pianificare il tempo necessario per utilizzarli correttamente.</p> <p>Per questa parte e anche per gli altri moduli è bene farlo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creare e aggiornare regolarmente l'elenco dei contatti con nuovi contatti e informazioni; - Creare un questionario che dovrebbe essere compilato da uno stakeholder dopo ogni incontro; - Adottare le metodologie descritte come Service Learning, Research based learning, Learning by doing, Peer-to-peer learning, Coaching - Adattare i messaggi di comunicazione alle esigenze dei diversi partecipanti, concentrarsi sugli aspetti positivi dell'imprenditoria femminile e adattare l'uso dei termini a ciascun contesto nazionale; - Considerare le capacità e le competenze dei partecipanti per gestire anche il coinvolgimento di potenziali, indispensabili, stakeholder.

PARTE 2 Quali sono gli elementi di un Business Sostenibile

Al termine di questa parte le partecipanti sono invitate a preparare

- Revisione del lavoro svolto fino ad ora per essere sicuri di fare le cose MEGLIO di prima
- Avere una chiara scelta aziendale (basata sulla loro visione aziendale sostenibile) e sono fiduciosi nel presentarla ad alta voce

Obiettivi di apprendimento specifici

- ✓ Creare cambiamento a partire da un livello elevato e che aiuta con la pianificazione e il processo decisionale, nonché con il cambiamento organizzativo e comportamentale
- ✓ Agire e lavorare in modo indipendente per raggiungere gli obiettivi, attenersi alle intenzioni e svolgere i compiti pianificati
- ✓ Utilizzo di metodi di valutazione della sostenibilità come la valutazione del ciclo di vita (LCA), analisi dei rischi e metodi collegati alla competenza anticipatoria
- ✓ Leadership, successo nei team e dinamiche di collaborazione.
- ✓ I metodi relativi alla competenza interpersonale riguardano il lavoro di squadra e la partecipazione.
- ✓ Ottieni e gestisci le competenze necessarie in qualsiasi fase, comprese le competenze tecniche, legali, fiscali e digitali
- ✓ Rifletti e impara sia dal successo che dal fallimento (il tuo e quello degli altri)
- ✓ Impara con gli altri, inclusi colleghi e mentor.

2.1	GESTIONE INTELLIGENTE E SOSTENIBILE
Descrizione generale	Questo modulo spiega in dettaglio la cultura organizzativa e gli stili di gestione, l'etica aziendale e i suoi valori fondamentali, l'uso sostenibile ed efficiente delle risorse e la pianificazione dello sviluppo sostenibile. Alla fine del modulo, l'utente può trovare la definizione dei termini più importanti e la bibliografia per ulteriori letture.

Risultati previsti	Entro la fine delle sessioni i partecipanti saranno in grado di: <ul style="list-style-type: none"> • sviluppare una strategia di gestione per obiettivi • riconoscere il proprio stile di gestione • scegliere i principi di sviluppo sostenibile e gli strumenti di CSR più appropriati per la propria azienda • acquisire conoscenze sull'etica aziendale.
Linee guida del valutatore	Istruzioni su ciò che il valutatore deve fare per impostare e condurre la valutazione. Includerà anche fogli di registrazione, che contengono risposte a domande verbali, indicazioni su ciò che il valutatore deve considerare per esprimere un giudizio sul proprio miglioramento, competenza e abilità dei partecipanti.
Metodi di valutazione	Le partecipanti possono essere valutate nei seguenti modi: <ol style="list-style-type: none"> 1. osservazione: partecipazione delle partecipanti a discussioni di gruppo; 2. autovalutazione. 3. osservazione da parte delle mentor.
Elementi di innovazione	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tema innovativo sull'economia circolare - nuova idea trasformata in una realtà generatrice di valore 2. Apprendimento misto per soddisfare i nostri studenti 3. Workshop innovativi per testare le conoscenze pratiche 4. Coinvolgere le mentor per osservare e valutare l'ambiente ad alto feedback.

2.2	LEADERSHIP E STILI DI LEADERSHIP
Descrizione generale	Questo modulo spiega in dettaglio i seguenti temi: <ul style="list-style-type: none"> • Essere orientate allo scopo • Comprendere il lato etico e concetti come correttezza e onestà • Responsabilità personale e (femminile) dell'imprenditoria • Etica aziendale: giustizia ed equità per tutti gli attori del mercato • Responsabilità sociale d'impresa e sicurezza ambientale • Metodi relativi alla competenza interpersonale, al lavoro di squadra e alla partecipazione.

Risultati previsti	Entro la fine delle sessioni le partecipanti saranno in grado di: <ul style="list-style-type: none"> • affrontare le sfide • agire e lavorare in modo indipendente per raggiungere obiettivi, attenersi alle intenzioni e svolgere compiti pianificati • essere preparate ad essere pazienti e continuare a cercare di raggiungere gli obiettivi individuali o di gruppo a lungo termine
Linee guida del valutatore	Istruzioni su ciò che il valutatore deve fare per impostare e condurre la valutazione. Includerà anche fogli di registrazione, che contengono risposte a domande verbali, indicazioni su ciò che il valutatore deve considerare per esprimere un giudizio sul proprio miglioramento, competenza e abilità dei partecipanti.
Metodi di valutazione	Le partecipanti possono essere valutate nei seguenti modi: <ol style="list-style-type: none"> 1. osservazione: partecipazione dei partecipanti a discussioni di gruppo; 2. autovalutazione. 3. osservazione da parte dei mentori.
Elementi di innovazione	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tema innovativo sull'economia circolare - nuova idea trasformata in una realtà generatrice di valore 2. Apprendimento misto per soddisfare i nostri studenti 3. Workshop innovativi per testare le conoscenze pratiche 4. Coinvolgere i mentori per osservare e valutare l'ambiente ad alto feedback.

2.3	GESTIONE DELLE RISORSE UMANE
Descrizione generale	Questo modulo spiega in dettaglio i seguenti temi: <ul style="list-style-type: none"> • Leadership, successo nei team e dinamiche di collaborazione • Impatto dello stile di gestione sui dipendenti e sulla struttura organizzativa • Contratti di lavoro (regole specifiche per paese per l'assunzione e la gestione del personale) • Struttura della società e ruoli e responsabilità più tipici.

Risultati previsti	Entro la fine delle sessioni le partecipanti saranno in grado di: <ul style="list-style-type: none"> • Fare squadra, collaborare e fare rete • Risolvere i conflitti e affronta positivamente la concorrenza quando necessario • Ottenere e gestire le competenze necessarie in qualsiasi fase, comprese le competenze tecniche, legali, fiscali e digitali.
Linee guida del valutatore	Istruzioni su ciò che il valutatore deve fare per impostare e condurre la valutazione. Includerà anche fogli di registrazione, che contengono risposte a domande, indicazioni su ciò che il valutatore deve considerare per esprimere un giudizio sul proprio miglioramento, competenza e abilità delle partecipanti.
Metodi di valutazione	Le partecipanti possono essere valutate nei seguenti modi: <ol style="list-style-type: none"> 1. osservazione: partecipazione dei partecipanti a discussioni di gruppo; 2. autovalutazione. 3. Osservazione da parte delle mentor.
Elementi di innovazione	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tema innovativo sull'economia circolare - nuova idea trasformata in una realtà generatrice di valore 2. Apprendimento misto per soddisfare i nostri studenti 3. Workshop innovativi per testare le conoscenze pratiche 4. Coinvolgere le mentor per osservare e valutare l'ambiente ad alto feedback.

2.4	IL CONCETTO DI MARKETING E LA SUA IMPORTANZA NEL BUSINESS
Descrizione generale	<p>Il Trainer, già preparato sui contenuti del modulo, ha l'obiettivo di far comprendere cos'è il "Concetto di Marketing".</p> <p>Sarà in grado di definire ed elaborare bene il concetto di marketing e come affronta l'idea di soddisfare le esigenze del cliente attraverso il prodotto come soluzione al problema del cliente.</p> <p>Il Marketing Concept rappresenta il principale cambiamento nell'orientamento aziendale odierno e fornisce le basi per un vantaggio competitivo.</p> <p>In breve, il concetto di marketing è importante perché definisce come l'azienda guiderà gli affari e prospererà.</p> <p>Il formatore identificherà qual è il compito principale di</p>

	<p>un'azienda al di là del solito 'soddisfare le esigenze del cliente'. Presterà grande attenzione alla visione e alla domanda del mercato (segmento) al fine di personalizzare al meglio il proprio prodotto o servizio per soddisfare quel mercato.</p> <p>In sintesi, il formatore introdurrà il marketing specificando:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terminologia di marketing • Ruolo del marketing nel concetto di business di mercato • Attori di mercato • Analisi ambientale • Concorrenti • Analisi SWOT • Segmentazione, targeting, posizionamento
<p>Risultati previsti</p>	<p>Il formatore aiuterà le partecipanti a produrre risultati concreti per la propria attività.</p> <p>Durante questa sessione, il gruppo target sarà preparato con attività specifiche e personalizzate sul concetto di marketing e imparerà l'uso dell'analisi SWOT.</p> <p>Si consiglia una revisione approfondita della parte teorica di questo modulo!</p> <p>L'uso della matrice SWOT aiuterà a riconoscere elementi importanti per avviare e gestire la propria attività.</p>
<p>Linee guida del valutatore</p>	<p>La sfida più grande per tutti i partner è chiaramente mantenere la motivazione e l'interesse dei partecipanti, così come l'interazione.</p> <p>L'uso del tutoraggio individuale è particolarmente utile per superare questa sfida.</p> <p>Nella formazione sono stati utilizzati molti stimoli e aperture e chiusure divertenti in tutti i moduli.</p> <p>Sono stati organizzati molti lavori di gruppo ed esercitazioni pratiche per motivare le partecipanti.</p> <p>Il consiglio è di rendere le sessioni di allenamento brevi e facili. Le sessioni più brevi sono migliori di quelle più lunghe ed è importante assicurarsi che tutti siano coinvolti. Tra le altre cose, è anche importante essere creativi e adattare la sessione o il</p>

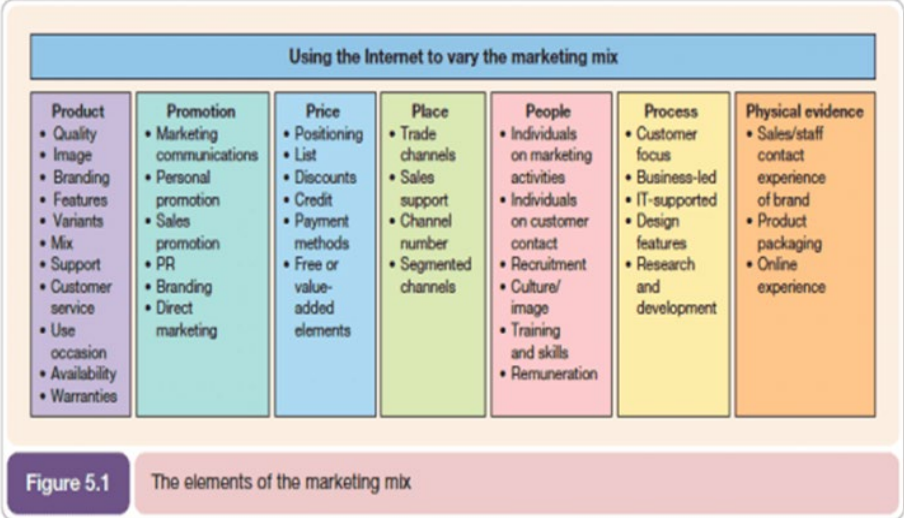
	<p>contenuto al gruppo coinvolto. Ciò che, tuttavia, è molto importante e utile per mantenere la motivazione è una buona pianificazione e l'uso di esercizi di riscaldamento e tecniche di supporto, oltre a workshop pratici e interattivi, casi di studio ed esempi multipli.</p>
<p>Metodi di valutazione</p>	<p>La riflessione, il debriefing e la valutazione sono parti essenziali di qualsiasi formazione o workshop.</p> <p>Consentono di valutare tutti gli aspetti e le caratteristiche dell'attività e aiutano a formulare o proporre miglioramenti per la stessa attività in futuro.</p> <p>Riflettendo sui loro risultati di apprendimento, le partecipanti hanno l'opportunità di realizzare ciò che hanno imparato durante la formazione, il workshop o l'attività e applicarlo alle loro circostanze di vita/lavoro. Un modello per i test di ingresso e di uscita è disponibile negli allegati.</p> <p>La valutazione aiuterà a convalidare i risultati e l'impatto dell'attività.</p> <p>Uno dei metodi di valutazione più utilizzati è quello di chiedere un feedback ai partecipanti. Aiuta a capire i punti deboli e i punti di forza dell'attività.</p> <p>Esistono diversi metodi che possono essere utilizzati per chiedere un feedback.</p> <p>Metodi visivi:</p> <p>Questi metodi aiutano i partecipanti a fornire il loro feedback in modo più dinamico. È importante dare alle partecipanti l'opportunità di esprimere la propria opinione verbalmente per rendere la valutazione più completa. In questo caso, è importante che uno dei facilitatori prenda atto dei commenti o affermazioni.</p> <p>I facilitatori possono scegliere diversi metodi per organizzare il feedback.</p> <p>Feedback orale:</p> <p>I metodi di valutazione visiva possono essere combinati con i metodi orali. È importante combinare questo tipo di feedback con il tipo scritto, considerando che non c'è tempo per chiedere</p>

	<p>a ciascun partecipante e i partecipanti potrebbero non voler condividere la propria opinione davanti al gruppo.</p> <p>Questo tipo di feedback è dinamico ma può escludere i partecipanti che non vogliono o non possono condividere la propria opinione di fronte al gruppo. Uno dei facilitatori dovrebbe prendere nota dei commenti o delle dichiarazioni dei partecipanti.</p> <p>Feedback scritto:</p> <p>Un modo molto efficace per ottenere feedback dalle partecipanti è chiedere loro di compilare un breve questionario. Il questionario dovrebbe sempre offrire spazio all'autoriflessione della partecipante, ma anche spazio per sviluppare le proprie argomentazioni in merito alla formazione. I questionari devono essere anonimi. Il vantaggio del feedback scritto è che può essere rivisto in seguito per trarre conclusioni e produrre un rapporto. L'anonimato offre alle partecipanti l'opportunità di essere onesti nel rispondere alle diverse domande.</p> <p>I debriefing possono aiutare ad accelerare i progetti, adottare nuovi approcci ai problemi e raggiungere obiettivi difficili. Piuttosto che una conversazione casuale su cosa ha funzionato e cosa no, un debriefing approfondisce il motivo per cui le cose sono accadute. Dovrebbe esaminare quattro domande chiave:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cosa stavamo cercando di ottenere? Inizia riaffermando gli obiettivi che stavi cercando di raggiungere in ogni modulo. 2. Dove abbiamo raggiunto (o mancato) i nostri obiettivi? Rivedi i risultati e assicurati che il gruppo sia allineato. 3. Cosa ha portato ai nostri risultati? Questa sezione dovrebbe andare più in profondità delle ovvie risposte di primo livello. 4. Cosa dovremmo iniziare, interrompere o continuare a fare? Dopo aver scoperto le cause, cosa dovremmo fare ora alla luce di quanto appreso?
<p>Elementi di innovazione</p>	<p>Gli strumenti per supportare questa parte sono molti e vari. I formatori devono dedicare e pianificare il tempo necessario per utilizzarli correttamente.</p> <p>Ai fini di questa parte -e anche degli altri moduli- è bene:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Creare e aggiornare regolarmente l'elenco dei contatti con nuovi contatti e informazioni; • Creare un questionario che dovrebbe essere compilato da uno stakeholder dopo ogni incontro; • Adottare le metodologie descritte come l'apprendimento peer-to-peer, il coaching individuale/di squadra; • Adattare i messaggi di comunicazione alle esigenze dei diversi partecipanti, concentrarsi sugli aspetti positivi dell'imprenditoria femminile e adattare l'uso dei termini a ciascun contesto nazionale; • Considerare le capacità e le competenze dei partecipanti per gestire anche il coinvolgimento di potenziali e indispensabili stakeholder. <p>Il coinvolgimento delle Mentor aiuterà le singole partecipanti a fare chiarezza nella stesura del loro progetto imprenditoriale.</p>
--	--

2.5	STRATEGIE DI MARKETING MIX
Descrizione generale	<p>L'obiettivo del formatore in questo modulo è conoscere le variabili di segmentazione di un mercato target, conoscere le strategie dei competitor, come gestire efficacemente il MARKETING MIX, come collocare i prodotti/servizi della propria attività all'interno del prodotto matrice di portafoglio.</p> <p>Il formatore aiuterà quindi le partecipanti a capire 'cosa' il loro prodotto o servizio può offrire ai potenziali clienti; li aiuterà anche a pianificare un'offerta di prodotti di successo ea pianificare, sviluppare ed eseguire strategie di marketing efficaci</p> <p>Il gruppo target riceverà indicazioni su come e quando promuovere il proprio prodotto o servizio sul mercato, sarà in grado di identificare e organizzare gli elementi del proprio marketing mix al fine di prendere decisioni di marketing redditizie a tutti i livelli. Il formatore, attraverso questa guida, fornirà supporto per:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sviluppare i punti di forza e limitare i punti deboli, • Diventa più competitivo e adattabile nel tuo mercato,

	<ul style="list-style-type: none"> • Migliorare la fruttuosa cooperazione tra i partner. <p>Le partecipanti, con l'aiuto del formatore, saranno in grado di gestire i seguenti punti chiave di apprendimento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concetto di marketing mix • Guadagnare vantaggio competitivo • Marketing per servizi • Concorso di marketing • Ottenere il vantaggio competitivo di un'azienda • Strategie per ottenere un vantaggio competitivo
<p>Risultati previsti</p>	<p>Il formatore aiuterà le partecipanti a produrre risultati concreti per la propria attività futura</p> <p>Le partecipanti al termine della sessione saranno in grado di riconoscere e utilizzare i vantaggi di posizionamento e competitività delle strategie di marketing.</p> <p>E ancora, sapranno che:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le imprese devono competere per i clienti, prezzi più bassi per beni e servizi di qualità superiore, più varietà e più innovazione. • La concorrenza tra le aziende può stimolare l'invenzione di prodotti nuovi o migliori, o processi più efficienti. • Le aziende possono competere per essere le prime a commercializzare una tecnologia nuova o diversa. • L'innovazione avvantaggia anche i consumatori con prodotti nuovi e migliori e aiuta a guidare la crescita economica. • Le forze competitive influenzano la strategia perché i concorrenti reagiscono alle azioni strategiche sul mercato e l'azienda deve reagire alle loro mosse strategiche.

	 <p>Using the Internet to vary the marketing mix</p> <table border="1"> <tr> <td> Product <ul style="list-style-type: none"> Quality Image Branding Features Variants Mix Support Customer service Use occasion Availability Warranties </td> <td> Promotion <ul style="list-style-type: none"> Marketing communications Personal promotion Sales promotion PR Branding Direct marketing </td> <td> Price <ul style="list-style-type: none"> Positioning List Discounts Credit Payment methods Free or value-added elements </td> <td> Place <ul style="list-style-type: none"> Trade channels Sales support Channel number Segmented channels </td> <td> People <ul style="list-style-type: none"> Individuals on marketing activities Individuals on customer contact Recruitment Culture/image Training and skills Remuneration </td> <td> Process <ul style="list-style-type: none"> Customer focus Business-led IT-supported Design features Research and development </td> <td> Physical evidence <ul style="list-style-type: none"> Sales/staff contact experience of brand Product packaging Online experience </td> </tr> </table> <p>Figure 5.1 The elements of the marketing mix</p>	Product <ul style="list-style-type: none"> Quality Image Branding Features Variants Mix Support Customer service Use occasion Availability Warranties 	Promotion <ul style="list-style-type: none"> Marketing communications Personal promotion Sales promotion PR Branding Direct marketing 	Price <ul style="list-style-type: none"> Positioning List Discounts Credit Payment methods Free or value-added elements 	Place <ul style="list-style-type: none"> Trade channels Sales support Channel number Segmented channels 	People <ul style="list-style-type: none"> Individuals on marketing activities Individuals on customer contact Recruitment Culture/image Training and skills Remuneration 	Process <ul style="list-style-type: none"> Customer focus Business-led IT-supported Design features Research and development 	Physical evidence <ul style="list-style-type: none"> Sales/staff contact experience of brand Product packaging Online experience
Product <ul style="list-style-type: none"> Quality Image Branding Features Variants Mix Support Customer service Use occasion Availability Warranties 	Promotion <ul style="list-style-type: none"> Marketing communications Personal promotion Sales promotion PR Branding Direct marketing 	Price <ul style="list-style-type: none"> Positioning List Discounts Credit Payment methods Free or value-added elements 	Place <ul style="list-style-type: none"> Trade channels Sales support Channel number Segmented channels 	People <ul style="list-style-type: none"> Individuals on marketing activities Individuals on customer contact Recruitment Culture/image Training and skills Remuneration 	Process <ul style="list-style-type: none"> Customer focus Business-led IT-supported Design features Research and development 	Physical evidence <ul style="list-style-type: none"> Sales/staff contact experience of brand Product packaging Online experience 		
<p>Linee guida del valutatore</p>	<p>La sfida più grande per tutti i partner è chiaramente mantenere la motivazione e l'interesse dei partecipanti, così come l'interazione. L'uso del tutoraggio individuale è particolarmente utile per superare questa sfida.</p> <p>Nella formazione sono stati utilizzati molti stimoli e aperture e chiusure divertenti in tutti i moduli.</p> <p>Sono stati organizzati molti lavori di gruppo ed esercitazioni pratiche per motivare i partecipanti.</p> <p>Il consiglio è di rendere le sessioni di allenamento brevi e facili. Le sessioni più brevi sono migliori di quelle più lunghe ed è importante assicurarsi che tutti siano coinvolti. Tra le altre cose, è anche importante essere creativi e adattare la sessione o il contenuto ai gruppi coinvolti. Ciò che, tuttavia, è molto importante e utile per mantenere la motivazione è una buona pianificazione e l'uso di esercizi di riscaldamento e tecniche di supporto, oltre a workshop pratici e interattivi, casi di studio ed esempi multipli.</p>							
<p>Metodi di valutazione</p>	<p>La riflessione, il debriefing e la valutazione sono parti essenziali di qualsiasi formazione o workshop.</p> <p>Consentono di valutare tutti gli aspetti e le caratteristiche dell'attività e aiutano a formulare o proporre miglioramenti per la stessa attività in futuro.</p> <p>Riflettendo sui loro risultati di apprendimento, i partecipanti hanno</p>							

l'opportunità di realizzare ciò che hanno imparato durante la formazione, il workshop o l'attività e applicarlo alle loro circostanze di vita/lavoro. Un modello per i test di ingresso e di uscita è disponibile negli allegati. La valutazione a valutare i risultati e l'impatto dell'attività.

Uno dei metodi di valutazione più utilizzati è quello di chiedere un feedback ai partecipanti. Aiuta a capire i punti deboli e i punti di forza delle attività.

Esistono diversi metodi che possono essere utilizzati per chiedere un feedback:

Metodi visivi:

Questi metodi aiutano i partecipanti a fornire il loro feedback in modo più dinamico. È importante dare alle partecipanti l'opportunità di esprimere la propria opinione verbalmente per rendere la valutazione più completa. In questo caso, è importante che uno dei facilitatori prenda atto dei commenti o affermazioni.

I facilitatori possono scegliere diversi metodi per organizzare il feedback.

Feedback orale:

I metodi di valutazione visiva possono essere combinati con i metodi orali. È importante combinare questo tipo di feedback con il tipo scritto, considerando che non c'è tempo per chiedere a ciascun partecipante e i partecipanti potrebbero non voler condividere la propria opinione davanti al gruppo.

Questo tipo di feedback è dinamico ma può escludere i partecipanti che non vogliono o non possono condividere la propria opinione di fronte al gruppo. Uno dei facilitatori dovrebbe prendere nota dei commenti o delle dichiarazioni dei partecipanti.

Feedback scritto:

Un modo molto efficace per ottenere feedback dai partecipanti è chiedere loro di compilare un breve questionario.

Il questionario dovrebbe sempre offrire spazio all'autoriflessione della partecipante, ma anche spazio per sviluppare le proprie argomentazioni in merito alla formazione. I questionari devono

	<p>essere anonimi. Il vantaggio del feedback scritto è che può essere rivisto in seguito per trarre conclusioni e produrre un rapporto. L'anonimato offre ai partecipanti l'opportunità di essere onesti nel rispondere alle diverse domande.</p> <p>I debriefing possono aiutare ad accelerare i progetti, adottare nuovi approcci ai problemi e raggiungere obiettivi difficili. Piuttosto che una conversazione casuale su cosa ha funzionato e cosa no, un debriefing approfondisce il motivo per cui le cose sono accadute. Dovrebbe esaminare quattro domande chiave:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cosa stavamo cercando di ottenere? Inizia riaffermando gli obiettivi che stavi cercando di raggiungere in ogni modulo. 2. Dove abbiamo raggiunto (o mancato) i nostri obiettivi? Rivedi i risultati e assicurati che il gruppo sia allineato. 3. Cosa ha portato ai nostri risultati? Questa sezione dovrebbe andare più in profondità delle ovvie risposte di primo livello. 4. Cosa dovremmo iniziare, interrompere o continuare a fare? Dopo aver scoperto le cause, cosa dovremmo fare ora che sappiamo ciò che sappiamo?
<p>Elementi di innovazione</p>	<p>Gli strumenti per supportare questa parte sono molti e vari. I formatori devono dedicare e pianificare il tempo necessario per utilizzarli correttamente.</p> <p>Per questa parte è bene:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adottare le metodologie descritte come l'apprendimento basato sulla ricerca, l'apprendimento peer-to-peer, il coaching • Adattare i messaggi di comunicazione alle esigenze dei diversi partecipanti, concentrarsi sugli aspetti positivi dell'imprenditoria femminile e adattare l'uso dei termini a ciascun contesto nazionale; • Considerare le capacità e le competenze dei partecipanti per gestire anche il coinvolgimento di potenziali e indispensabili stakeholder. <p>I tutor, insieme al formatore, possono utilizzare lo schema seguente per le valutazioni in corso del modulo.</p>

<p>Descrizione generale</p>	<p>L'Unità si propone di introdurre il formatore alla definizione di "Applicare le tendenze di base nel marketing moderno".</p> <p>Il target del progetto, come accennato in precedenza, sono le donne che desiderano diventare imprenditrici o migliorare le proprie competenze, ed è quindi importante descrivere accuratamente le basi teoriche e pratiche, nonché il più ampio contesto formale delle politiche europee a sostegno delle strategie di marketing per i partecipanti e le loro attività.</p> <p>Lo scopo di questa sessione è aiutare le persone a comprendere che l'obiettivo chiave degli sforzi di marketing di un'organizzazione è sviluppare relazioni soddisfacenti con i clienti a vantaggio sia del cliente che dell'organizzazione.</p> <p>Questi sforzi portano il marketing a svolgere un ruolo importante all'interno della maggior parte delle organizzazioni e all'interno della società.</p> <p>Le partecipanti impareranno come costruire un moderno team di marketing e le competenze necessarie.</p> <p>E ancora, capiranno che lo scopo del branding nel marketing è costruire la fiducia dei consumatori e creare lealtà. Il loro marchio non solo darà ai loro acquirenti un modo per ricordarli, ma creerà anche un'identità per la loro attività in modo che possano distinguersi dalla concorrenza.</p> <p>Punti chiave di apprendimento del modulo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marchio • Tendenze di marketing • E-marketing e social network marketing • Economia circolare nel marketing, branding nell'economia circolare
<p>Risultati previsti</p>	<p>Il formatore aiuterà le partecipanti a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • utilizzare le moderne tendenze di marketing e comunicazione e l'economia circolare per lo sviluppo del business • persuadere le tendenze selezionate per lo sviluppo del business dell'impresa • difendere le proprie scelte per utilizzare le moderne tendenze del marketing e comunicare l'economia circolare.

Le partecipanti potranno inoltre valutare la propria preparazione e comprensione attraverso la griglia seguente:

	Very good	Good	Sufficiently	poorly
My competences have changed in scope				
Understanding what it means to start a business				
Organizational culture and management styles				
Sustainable and efficient use of resources; and sustainable developing planning				
RESULTS:	VERY, VERY WELL! You did a great job	WELL! it's a good job even if it can be improved	You are on the right path, you need to work on it	Oops! let's get it inside! We need to review everything to improve

Linee guida del valutatore

Ancora una volta, la sfida più grande per tutti i partner è chiaramente mantenere la motivazione e l'interesse delle partecipanti, così come l'interazione.

L'uso del tutoraggio individuale è particolarmente utile per superare questa sfida.

Nella formazione sono stati utilizzati molti stimoli, aperture e chiusure divertenti in tutti i moduli.

Sono stati organizzati molti lavori di gruppo ed esercitazioni pratiche per motivare i partecipanti.

Il consiglio è di rendere le sessioni di allenamento brevi e facili. Le sessioni più brevi sono migliori di quelle più lunghe e

assicurarsi che tutti siano coinvolti. Tra le altre cose, è anche importante essere creativi e adattare la sessione o il contenuto ai gruppi coinvolti. Ciò che, tuttavia, è molto importante e utile per mantenere la motivazione è una buona pianificazione e l'uso di

	<p>esercizi di riscaldamento e tecniche di supporto, nonché workshop pratici e interattivi e casi di studio.</p>
<p>Metodi di valutazione</p>	<p>La riflessione, il debriefing e la valutazione sono parti essenziali di qualsiasi formazione o workshop.</p> <p>Consentono di valutare tutti gli aspetti e le caratteristiche dell'attività e aiutano a formulare o proporre miglioramenti per la stessa attività in futuro.</p> <p>Riflettendo sui risultati dell'apprendimento, le partecipanti hanno l'opportunità di realizzare ciò che hanno appreso durante la formazione, il workshop o l'attività e applicarlo alle proprie circostanze di vita/lavoro. Negli allegati è riportato un modello di questionario di valutazione (in dispensa: valutazione di autovalutazione). Quando si chiede ai partecipanti di rispondere al questionario, è importante aiutarli a ricordare che non ci sono risposte giuste o sbagliate, perché il processo di apprendimento e i risultati differiscono da persona a persona. La valutazione aiuterà a valutare i risultati e l'impatto dell'attività.</p> <p>Uno dei metodi di valutazione più utilizzati è quello di chiedere un feedback ai partecipanti: aiuta a capire i punti deboli e punti di forza dell'attività.</p> <p>Esistono diversi metodi che possono essere utilizzati per chiedere un feedback:</p> <p>Metodi visivi :</p> <p>Questi metodi aiutano le partecipanti a fornire il loro feedback in modo più dinamico. È importante dare alle partecipanti l'opportunità di esprimere la propria opinione verbalmente per rendere la valutazione più completa. In questo caso, è importante che uno dei facilitatori prenda atto dei commenti o affermazioni. I facilitatori possono scegliere diversi metodi per organizzare il feedback.</p> <p>Feedback orale: i metodi di valutazione visiva possono essere combinati con i metodi orali. È importante combinare questo tipo di feedback con il tipo scritto, considerando che non c'è tempo per chiedere ad ogni partecipante e i partecipanti potrebbero non voler condividere la propria opinione di fronte al gruppo.</p>

Questo tipo di feedback è dinamico ma potrebbe escludere i partecipanti che non vogliono o non possono condividere la propria opinione di fronte al gruppo. Uno dei facilitatori dovrebbe prendere nota dei commenti o delle dichiarazioni dei partecipanti.

Feedback scritto:

Un modo molto efficace per ottenere feedback dai partecipanti è chiedere loro di compilare un breve questionario.

Il questionario dovrebbe sempre offrire spazio all'autoriflessione del partecipante, ma anche spazio per sviluppare le proprie argomentazioni in merito alla formazione. I questionari devono essere anonimi. Il vantaggio del feedback scritto è che è possibile rivederlo in seguito per trarre conclusioni e produrre un rapporto. L'anonimato offre alle partecipanti l'opportunità di essere onesti nel rispondere alle varie domande.

I debriefing possono aiutare ad accelerare i progetti, adottare nuovi approcci ai problemi e raggiungere obiettivi difficili. Piuttosto che una conversazione casuale su cosa ha funzionato e cosa no, un debriefing approfondisce il motivo per cui le cose sono accadute. Dovrebbe esaminare quattro domande chiave:

- 1. Cosa stavamo cercando di ottenere?** Inizia riaffermando gli obiettivi che stavi cercando di raggiungere in ogni modulo.
- 2. Dove abbiamo raggiunto (o mancato) i nostri obiettivi?** Rivedi i risultati e assicurati che il gruppo sia allineato.
- 3. Cosa ha portato ai nostri risultati?** Questa sezione dovrebbe andare più in profondità delle ovvie risposte di primo livello.
- 4. Cosa dovremmo iniziare, interrompere o continuare a fare?** Dopo aver scoperto le cause, cosa dovremmo fare ora che sappiamo ciò che sappiamo?

<p>Elementi innovazione</p>	<p>di Gli strumenti per supportare questa parte sono molti e vari. I formatori devono dedicare e pianificare il tempo necessario per utilizzarli correttamente.</p> <p>Per questa parte è bene:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adottare le metodologie descritte come l'apprendimento peer-to-peer, il coaching individuale/di squadra; • Adattare i messaggi di comunicazione alle esigenze dei diversi partecipanti, concentrarsi sugli aspetti positivi dell'imprenditoria femminile e adattare l'uso dei termini a ciascun contesto nazionale; • Considerare le capacità e le competenze delle partecipanti per gestire anche il coinvolgimento di potenziali e indispensabili stakeholder. <p>I tutor, insieme al formatore, possono utilizzare lo schema già allegato ai moduli precedenti per le valutazioni in itinere del modulo.</p>
------------------------------------	--

3.1	COMUNICAZIONE EFFICACE
<p>Descrizione generale</p>	<p>L'obiettivo della sessione è quello di apprendere i principali concetti di comunicazione, negoziazione, storytelling, l'uso delle varie forme di comunicazione per raggiungere i risultati attesi nel business. Gli elementi di una comunicazione efficace saranno applicati nella pratica durante tre tipi di workshop: tenere un discorso pubblico, negoziare un problema, raccontare storie.</p>
<p>Risultati attesi</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ispirare ed entusiasmare le parti interessate ✓ Avere il supporto necessario per ottenere risultati preziosi dalla comunicazione efficace ✓ Dimostrare una comunicazione efficace: parlare in pubblico, persuasione, negoziazione e narrazione.
<p>Linee guida per i valutatori</p>	<p>La valutazione dei risultati raggiunti in questo workshop consiste nella valutazione di queste variabili, nella composizione e nel peso del punteggio finale:</p>

- ✓ Dimostrazione delle capacità di parlare in pubblico - 40%;
- ✓ Promozione della storia aziendale - 30%;
- ✓ Applicazione delle capacità di negoziazione - 30 %.

Il metodo di valutazione basato sulle prestazioni è raccomandato per le performance complesse e limitate nel tempo: si raccomanda di utilizzare il tipo di presentazione orale per valutare le due abilità (parlare in pubblico e storytelling aziendale) in base all'obiettivo di convincere gli altri. E' una forma di promozione commerciale.

I seguenti criteri possono così essere sviluppati in rubrica:

1. Adeguatezza del discorso al pubblico, rispetto, fiducia;
2. Struttura di un discorso: attirare l'attenzione, consegna del messaggio principale, parte finale;
3. Effetto emotivo, convincere con i valori e la missione aziendale scelti;
4. Concisione, articolazione, ritmo, pause, tono del discorso;
5. Uso del linguaggio del corpo: posizione, gesti, contatto visivo, espressione facciale.

La valutazione delle capacità negoziali, che fa seguito alla consegna delle conoscenze teoriche del materiale correlato e l'attività di gioco di ruolo dello svolgimento del processo negoziale, potrebbe essere organizzata applicando il metodo di un sondaggio di autostima relativo al corso.

I partecipanti devono valutare la loro capacità di utilizzare le abilità nell'intervallo dato:

- ✓ Mi sento pienamente fiducioso;
- ✓ Sono abbastanza fiducioso;
- ✓ Sono un po' fiducioso;
- ✓ Sono abbastanza insicuro;
- ✓ Sono insicuro e stressato.

Le domande del sondaggio dovrebbero includere le competenze dettagliate della negoziazione:

- ✓ Capacità di connettersi con le persone e costruire relazioni;
- ✓ Capacità di dichiarare gli obiettivi e le intenzioni;
- ✓ Capacità di proporre un'offerta;
- ✓ Capacità di negoziare dichiarazioni verso un risultato win-win;
- ✓ Capacità di trovare argomenti giusti;

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacità di mantenere le fasi, il ritmo della negoziazione e lo spirito costruttivo; ✓ Possibilità di andare all'accordo e chiudere.
Metodi di valutazione	<p>Il metodo di valutazione basato sulle prestazioni dimostra il successo dell'apprendimento autentico, l'evidenza della comprensione attraverso un trasferimento delle abilità pratiche. Il tipo di presentazione orale come performance della promozione commerciale può essere coinvolgente per l'intero gruppo di studenti.</p> <p>Il metodo di un sondaggio di fiducia in se stessi relativo al corso valuta la capacità del partecipante di applicare le competenze nell'area del corso.</p>
Elementi di innovazione	<p>La valutazione tra pari può essere introdotta nel sistema di valutazione delle capacità e delle abilità della comunicazione efficace e persuasiva.</p>

PARTE 3 Crea le tue sinergie

Al termine di questa parte le partecipanti devono preparare

- ✓ L'analisi di mercato e la mappa degli stakeholder per assicurarsi che siano collegati a una varietà di attori che possano supportarli e aiutarli
- ✓ Creare una rete di contatti, che potrebbero essere i fornitori e i loro settori target.

Obiettivi specifici di apprendimento

1. analizzare, valutare e creare ricche "immagini" del futuro relative a questioni di sostenibilità e scenari di risoluzione dei problemi
2. Comunicazione aggiornata per "la comprensione dell'economia circolare" e la "narrazione di storie sull'economia circolare"
3. Ispirare ed entusiasmare le parti interessate per ottenere il supporto necessario per ottenere risultati preziosi
4. Dimostrare comunicazione, persuasione, negoziazione e leadership efficaci
5. Lavorare insieme e cooperare con gli altri per sviluppare idee e trasformarle in azione
6. Risolvere i conflitti e affrontare positivamente la concorrenza quando necessario

3.1	COSTRUIRE UNA RETE EFFICACE E DURATURA
Descrizione generale	<p>Le relazioni commerciali possono essere create in un particolare ambiente e contesto aziendale, sviluppate sotto particolari esigenze di business, quindi, sono un processo più breve o più lungo dello sviluppo di una rete aziendale efficace e duratura.</p> <p>Il corso invita le partecipanti a impostare via-via un piano della strategia di rete completa del loro business sostenibile, incluso lo sviluppo di strategie di rete offline e di rete di social media.</p>
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Chiarire le ragioni del networking offline come natura piena ed essenziale di qualsiasi sviluppo aziendale. • Impostare un'intera strategia di rete aziendale. • Costruire un piano di connessioni aziendali significative. • Fare una strategia di social media network.
Linee guida per i valutatori	<p>La valutazione dei risultati raggiunti in questo corso consiste in queste variabili:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacità di applicare le capacità di gestione strategica definendo i corretti obiettivi di business della comunicazione - 40% della valutazione totale. • Valutazione critica dei vantaggi e delle carenze di varie connessioni e canali multimediali nell'area di business: 40% della valutazione totale. • Competenze dimostrate per realizzare un piano completo o la visualizzazione di azioni di comunicazione aziendale - 20% della valutazione totale. <p>Il metodo consigliato di valutazione è un questionario a risposta aperta. Le partecipanti devono utilizzare il materiale dei compiti svolti all'interno della sessione per fornire le risposte. Le domande servono come strumento di controllo incrociato per valutare le conoscenze e le competenze acquisite.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Quali sono i motivi principali per cui la tua azienda sviluppa relazioni offline? ✓ Richiamare uno dei partner selezionati della rete aziendale offline e spiegare le funzionalità che il partner potrebbe

	<p>contribuire a sviluppare per l'obiettivo aziendale selezionato.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Descrivere le azioni tattiche della tua azienda nei social media per raggiungere lo scopo di comunicazione per trovare nuovi dipendenti (lo scopo della comunicazione può variare all'interno del gruppo di partecipanti). ✓ Quali sono le principali responsabilità di una persona incaricata del social media networking? ✓ Quali sono le carenze/rischi della comunicazione sui social network? ✓ Che tipo di relazioni puoi sviluppare per promuovere i tuoi problemi di sostenibilità aziendale? ✓ Quali partner di networking possono creare la più grande catena del valore aggiunto per la tua azienda? <p>Se i valutatori lo richiedono, altre domande possono essere prese in un database di domande.</p>
Metodi di valutazione	<p>Il questionario aperto è una forma di valutazione autentica, che consente agli studenti di utilizzare abilità di pensiero di ordine superiore attraverso una varietà di aree di contenuto.</p> <p>Una raccomandazione: fornire circa 3 domande scelte, che coprono la gestione strategica e le tattiche per il networking offline, online, sui social media.</p>
Elementi di innovazione	<p>Le domande generate dai pari del gruppo di studenti sarebbero un'esperienza più stimolante.</p>

3.2	COSTRUIRE UNA RETE EFFICACE E STABILE
Descrizione generale	<p>Le relazioni di sicurezza possono essere create in un particolare ambiente e contesto aziendale, sviluppate in base a particolari esigenze aziendali, quindi è un processo più breve o più lungo dello sviluppo di una rete aziendale efficace e stabile.</p> <p>Il corso invita i partecipanti a impostare, via via, un piano della</p>

	strategia di rete completa del loro business sostenibile, incluso lo sviluppo di strategie di rete offline e di rete di social media.
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Chiarire le ragioni del networking offline come natura essenziale e carica di qualsiasi sviluppo aziendale. ✓ Impostare un'intera strategia di rete aziendale. ✓ Costruire un piano di connessioni aziendali significative. ✓ Fare una strategia di social media network.
Linee guida per i valutatori	<p>La valutazione dei risultati raggiunti in questo corso consiste in queste variabili:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Abilità di applicare le capacità di gestione strategica definendo i corretti obiettivi di business della comunicazione - 40% della valutazione totale. ✓ Valutazione critica dei vantaggi e delle carenze di varie connessioni e canali multimediali nell'area di business: 40% della valutazione totale. ✓ Competenze dimostrate per realizzare un piano completo o la visualizzazione di azioni di comunicazione aziendale - 20% della valutazione totale. <p>Il metodo consigliato di valutazione è un questionario a risposta aperta. Le partecipanti devono utilizzare il materiale dei compiti svolti all'interno della sessione per fornire le risposte. Le domande servono come strumento di controllo incrociato per valutare le conoscenze e le competenze acquisite.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Quali sono i motivi principali per cui la tua azienda sviluppa relazioni offline? ✓ Richiamare uno dei partner selezionati della rete aziendale offline e spiegare le funzionalità che il partner potrebbe contribuire a sviluppare per l'obiettivo aziendale selezionato. ✓ Descrivi le azioni tattiche della tua azienda nei social media per raggiungere lo scopo di comunicazione per trovare nuovi dipendenti (lo scopo della comunicazione può variare all'interno del gruppo di partecipanti). ✓ Quali sono le principali responsabilità di una persona responsabile del social media networking? ✓ Quali sono le carenze/rischi della comunicazione sui social network? ✓ Che tipo di relazioni puoi sviluppare per promuovere i tuoi

	<p>problemi di sostenibilità aziendale?</p> <p>✓ Quali partner di networking possono creare la più grande catena del valore aggiunto per la tua azienda?</p> <p>Se il valutatore lo richiede, altre domande possono essere prese in un database di domande.</p>
Metodi di valutazione	<p>Il questionario a risposta aperta è una forma di valutazione autentica che consente agli studenti di utilizzare abilità di pensiero di ordine superiore attraverso una varietà di aree di contenuto.</p> <p>Una raccomandazione per fornire circa 3 domande scelte, che coprono la gestione strategica e le tattiche per il networking offline, online, sui social media.</p>
Elementi di innovazione	<p>Le domande generate dai pari del gruppo di studenti sarebbero un'esperienza più stimolante.</p>

3.3	Social media e presenza online
Descrizione generale	<p>Il modulo introduce il concetto di social media e presenza online. I social media vengono introdotti in dettaglio e viene condotta un'analisi delle diverse piattaforme disponibili e dei loro risultati. Inoltre, al partecipante viene fornita un'introduzione sulla creazione di una presenza sui social media e su come mantenerla e migliorarla. Un approfondimento su vari aspetti legati ai social media; incluso come utilizzare i social media per le imprese, quali insidie evitare, come connettersi con clienti e parti interessate e gestire i commenti negativi. Viene inoltre introdotto il concetto di responsabilità digitale. Infine, alle partecipanti verranno forniti gli strumenti necessari per creare la propria strategia di social media e avranno l'opportunità di crearla come parte del modulo.</p>

Risultati attesi	<p>Alla fine delle sessioni i partecipanti dovranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ comprendere e distinguere tra i diversi tipi di social media e i loro usi ✓ essere in grado di utilizzare le piattaforme di social media anche per il proprio business ✓ essere in grado di mantenere e continuare a migliorare sulle proprie piattaforme di social media ✓ essere in grado di identificare ed evitare le insidie dell'uso dei social media ✓ essere in grado di gestire i commenti negativi ✓ essere più informati sulla responsabilità ✓ creare la propria strategia di social media
Linee guida per i valutatori	<p>Pianificazione di una strategia di social media.</p> <p>Ai partecipanti è stato chiesto di creare la loro strategia di social media per la loro attività. La strategia dovrebbe includere le piattaforme di social media che l'individuo utilizzerà e a quale scopo serviranno in relazione alla propria attività.</p> <p>Inoltre, i partecipanti dovrebbero essere in grado di elencare i risultati SMART per le loro diverse piattaforme. Le partecipanti dovrebbero anche includere un piano di monitoraggio dei social media .</p>
Metodi di valutazione	<p>Le partecipanti possono essere valutati nei seguenti modi:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Osservazione: gli interventi dei partecipanti alle discussioni di gruppo e le loro domande o commenti in classe aiuteranno il valutatore a raccogliere feedback generali sui progressi del partecipante ✓ Un rubrica può essere utilizzata per valutare l'efficacia della strategia di social media creata. La rubrica può essere utilizzata direttamente dal valutatore per fornire un feedback formativo sui progressi dell'individuo. La rubrica può anche essere utilizzata come strumento di riflessione di autovalutazione da parte dei partecipanti stessi per valutare i propri progressi.
Elementi di innovazione	<p>Le partecipanti creeranno la propria strategia di social media che è di diretta rilevanza per la loro impresa</p>

3.4	Eventi di networking
Descrizione generale	<p>Le partecipanti saranno introdotti al concetto di networking; sia da un punto di vista teorico che da un lato più pratico. Gli eventi di networking e il networking saranno discussi e definiti in un aspetto più teorico.</p> <p>Se il networking non funziona come deve, le insidie e i suggerimenti saranno anche condivisi tra tutti. Saranno, inoltre, comunicate le diverse reti europee di donne imprenditrici. Alle partecipanti verrà anche mostrato come creare un piano di networking e avranno l'opportunità di ideare il proprio piano di networking. In conclusione, le partecipanti sperimenteranno esse stesse il networking.</p>
Risultati attesi	<p>Entro la fine della sessione i partecipanti saranno in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ scoprire di più sulla rete ✓ essere più sicuri nel networking pur essendo in grado di evitare eventuali insidie ✓ essere in grado di elaborare e utilizzare un piano d'azione di rete e un piano di follow-up ✓ diventare consapevoli delle reti europee di donne imprenditrici
Linee guida per i valutatori	<p>Le prestazioni delle partecipanti durante le diverse attività pratiche dovrebbero essere osservate e dovrebbe essere fornito un feedback formativo e costruttivo. Ciò contribuirà ad aumentare la loro fiducia.</p>
Metodi di valutazione	<p>Le partecipanti saranno valutate utilizzando diversi metodi:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ le partecipanti saranno osservate e il feedback sarà dato dopo l'attività di networking 1 ✓ alla partecipante verrà fornito un feedback sui punti di forza e di debolezza del piano d'azione di rete e del piano di follow-up ✓ le partecipanti saranno osservate e riceveranno feedback a seguito della simulazione di networking

	✓ le partecipanti si valuteranno anche attraverso lo strumento di autovalutazione
Elementi di innovazione	Un certo numero di elementi innovativi sono utilizzati in tutto questo modulo. La partecipante avrà l'opportunità di sperimentare la teoria fornita nella parte iniziale della sessione in pratica fornendo così un'esperienza più pratica. Inoltre, le partecipanti saranno in grado di beneficiare del feedback formativo fornito e di utilizzare l'autovalutazione per essere in grado di continuare a migliorare e acquisire fiducia mentre fanno rete.

PARTE 4 Pianificazione aziendale

Al termine di questa parte le partecipanti devono preparare

- ✓ Le partecipanti saranno informate su come creare un documento formale scritto contenente gli obiettivi della loro attività, i metodi per raggiungere tali obiettivi e il periodo di tempo per il raggiungimento degli obiettivi.

Obiettivi specifici di apprendimento

- ✓ Stimare i costi, pianificare, mettere in atto e valutare le decisioni finanziarie nel tempo
- ✓ Prendere decisioni quando il risultato di tale decisione è incerto, quando le informazioni disponibili sono parziali o ambigue o quando vi è il rischio di esiti indesiderati
- ✓ All'interno del processo di creazione di valore, includere modi strutturati di testare idee e prototipi fin dalle prime fasi, per ridurre i rischi di fallimento
- ✓ Gestire situazioni in rapido movimento in modo rapido e flessibile
- ✓ Stabilire obiettivi a lungo, medio e breve termine
- ✓ Definire le priorità e pianificare l'azione

4.1	FINANZA AZIENDALE E NUOVI STRUMENTI FINANZIARI
Descrizione generale	<p>Durante questa lezione, imparerai a conoscere la gestione finanziaria totale di un'organizzazione. Impara come trarre profitto utilizzando una varietà di strumenti e procedure finanziarie moderne, nonché tattiche e piani alternativi. Esaminerai i seguenti punti in modo più dettagliato:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Contabilità e Finanza✓ Investimenti✓ Opportunità di finanziamento✓ Decisioni sui dividendi✓ Piano di riduzione del debito✓ Possibilità di finanziamento a lungo termine✓ Software e servizi finanziari nell'era digitale Sponsorizzazioni✓ Crowdfunding

Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Determinare l'intera quantità di beni che verranno conservati nella tua azienda ✓ Combinare questi asset con i profili di rischio dell'azienda ✓ Scegliere le fonti di finanziamento che si tradurranno nella migliore struttura del capitale ✓ Pianificare e decidere come dividere o mantenere i ricavi della tua azienda ✓ Prendere buone decisioni di investimento per evitare di indebitarsi
Linee guida per i valutatori	<p>L'esperto finanziario effettuerà l'approccio di misurazione dei risultati di apprendimento esaminando i risultati concreti. Chi valuterà, invece, potrà farlo utilizzando la piattaforma sottostante.</p> <p>Le partecipanti saranno attivamente coinvolte nel processo al fine di aiutarli ad adattarsi ad esso e accelerare il loro apprendimento. In questo caso verrà utilizzato il metodo learning-by-doing.</p>
Metodi di valutazione	<p>I mentor dovrebbero avere familiarità con i calcoli finanziari per aiutare con questa sezione. Di conseguenza, è una buona idea esaminare gli strumenti e le linee guida che verranno utilizzati nelle attività prima di avviarle. I mentor dovrebbero esercitarsi a utilizzare strumenti unici prima di partecipare alle attività che li richiedono.</p> <p>I mentor devono, in particolare, fare quanto segue:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Se necessario, fornire assistenza e consulenza alle partecipanti. ✓ Seguire gli scopi e gli obiettivi delle sessioni di formazione per raggiungerli. ✓ Esaminare il lavoro completato delle partecipanti. ✓ Incoraggiare le partecipanti a lavorare come una squadra. ✓ Se necessario, consultare le partecipanti dopo la sessione di formazione. ✓ Incoraggiare le partecipanti a costruire un'attività in proprio.

Elementi di innovazione	Le partecipanti saranno attivamente coinvolte nel processo al fine di aiutarli ad adattarsi ad esso e accelerare il loro apprendimento. L'apprendimento esperienziale è l'elemento innovativo di questo corso.
--------------------------------	--

4.2	CONTABILITÀ ANALITICA
Descrizione generale	<p>Impareranno i concetti contabili e come leggere uno stato patrimoniale e un conto profitti e perdite per ottenere una chiara comprensione della situazione finanziaria di un'azienda in questo corso. Imparerai anche come calcolare profitti e perdite per attività monitorando i conti delle spese e delle entrate per categoria.</p> <p>Esaminerai i seguenti punti in modo più dettagliato:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Definizione di ogni linea di prodotti e servizi ✓ Benefici e costi ✓ Espansione (dove vogliamo essere tra 3 anni) ✓ Esercitati con scenari di vita reale. ✓ Stima dei costi e delle risorse (ROI, ROE, ROS, ecc.) ✓ Pianifica le tue finanze
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inizia a pensare economicamente ✓ Riconosci le questioni fondamentali che possono avere un impatto sul tuo piano finanziario ✓ Esaminare una serie di esempi di costi in un'organizzazione ✓ Per formulare i migliori giudizi strategici, è necessario avere una visione a lungo termine. ✓ Utilizzare saggiamente i fondi della propria azienda per raggiungere l'obiettivo della massimizzazione della ricchezza e della mitigazione del rischio ✓ Calcolo dei costi effettivi ✓ Valutazione del rischio ✓ Unisciti al processo decisionale di marketing e gestione
Linee guida per i valutatori	I valutatori dovrebbero avere esperienza con il budgeting e la contabilità analitica, essere in grado di controllare i calcoli e comunicare chiaramente il processo.

	<p>I mentor, in particolare, devono fare quanto segue:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Se necessario, fornire assistenza e consulenza ai tirocinanti. ✓ Seguire gli scopi e gli obiettivi delle sessioni di formazione per raggiungerli. ✓ Esaminare il lavoro completato dalle partecipanti. ✓ Incoraggiare le partecipanti a lavorare come una squadra. ✓ Se necessario, consultare le partecipanti dopo la sessione di formazione. ✓ Incoraggiare le partecipanti a costruire un'attività in proprio.
Metodi di valutazione	<p>Il fatto che si risponda loro analizzando le difficoltà, è un'indicazione che gli studenti comprendono l'argomento. In questo senso, può essere richiesto loro di scrivere un paragrafo alla fine del workshop descrivendo brevemente ciò che hanno imparato dalla formazione.</p>
Elements of innovation	<p>Le partecipanti saranno attivamente coinvolte nel processo al fine di aiutarli ad adattarsi ad esso e accelerare il loro apprendimento. L'apprendimento esperienziale è l'elemento innovativo di questo corso</p>

4.3	DECISIONE FINANZIARIA PER GARANTIRE LA SOSTENIBILITÀ AZIENDALE
<p>Descrizione generale</p>	<p>La gestione finanziaria è essenzialmente l'atto di sviluppare un piano aziendale e quindi garantire che tutti i reparti rimangano in pista. L'istituzione di una corretta gestione finanziaria e l'emissione di giudizi saggi aiutano a garantire la redditività a lungo termine dell'azienda.</p> <p>Questo corso insegnerà alle partecipanti la pianificazione finanziaria in questo contesto. Impareranno come stabilire una struttura di capitale, scoprire e impiegare fonti di finanziamento appropriate e distribuire e gestire i profitti.</p> <p>Esaminerai i seguenti punti in modo più dettagliato:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestione finanziaria ✓ Investimenti ✓ Opportunità di finanziamento ✓ Decisioni sui dividendi ✓ Piano di riduzione del debito
<p>Risultati attesi</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Calcolare la quantità totale di attività che saranno detenute nella tua azienda. ✓ Combinare queste attività con i profili di rischio dell'azienda. ✓ Scegliere fonti di finanziamento che si tradurranno nella migliore struttura del capitale. ✓ Usare saggiamente i fondi della tua azienda per raggiungere gli obiettivi di massimizzazione della ricchezza e riduzione del rischio. ✓ Prendere una decisione su come dividere o mantenere i ricavi della tua azienda. ✓ Prenderei buone decisioni di investimento per evitare di indebitarsi.
<p>Linee guida per i valutatori</p>	<p>Coloro che assisteranno le partecipanti alle attività dovrebbero avere familiarità con il processo decisionale</p>

	<p>finanziario e le strategie di investimento.</p> <p>I mentor devono, in particolare, fare quanto segue:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Se necessario, fornire assistenza e consulenza ai tirocinanti. ✓ Esaminare il lavoro completato dai tirocinanti. ✓ Incoraggiare i tirocinanti a lavorare come una squadra. ✓ Se necessario, consultare i tirocinanti dopo la sessione di formazione.
Metodi di valutazione	<p>La capacità di studiare e spiegare cosa sono la massimizzazione della ricchezza e l'analisi della minimizzazione del rischio, nonché di costruire e presentare una strategia di investimento, anche se non approfondita, sono i marcatori più importanti del progresso dell'apprendimento.</p> <p>Oltre ai concorrenti effettivi, è necessario identificare gli elementi che determinano il livello di competitività in un ambiente aziendale per garantire la propria competitività. Le 5 Forze di Porter sono un approccio efficace per farlo. Crea un'analisi 5 Forze di Porter per la tua idea imprenditoriale e presentala al tuo mentore nella sessione successiva.</p>
Elementi di innovazione	<p>Le partecipanti saranno attivamente coinvolte nel processo al fine di aiutarli ad adattarsi ad esso e accelerare il loro apprendimento. L'apprendimento esperienziale è l'elemento innovativo di questo corso.</p>

4.4	CREAZIONE DI UN BUSINESS PLAN
Descrizione generale	<p>L'obiettivo principale di questo workshop è insegnare come scrivere un business plan basato sulle informazioni e sui risultati dei workshop precedenti.</p> <p>L'obiettivo di un business plan è capire come verrà realizzata la tua iniziativa di impresa sociale (a scopo di lucro o senza scopo di lucro). Il business plan può essere utilizzato per "vendere" o finanziare l'idea a possibili investitori, oppure può essere utilizzato come guida per la fase di implementazione del business plan. Può essere utilizzato sia per il ridimensionamento e lo sviluppo, sia per l'avvio di un'azienda.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Riepilogo esecutivo di un business plan ✓ Cosa dovrebbe contenere un business plan ✓ Suggerimenti per la scrittura di un business plan e come scrivere un business plan Canvas
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Determinare gli aspetti più importanti di un piano aziendale. ✓ Crea un riepilogo esecutivo del tuo piano aziendale in modo che i lettori possano avere una migliore comprensione dell'intero documento. ✓ Prepara un business plan a lungo termine che includa una buona strategia di marketing e finanziaria.
Linee guida per i valutatori	<p>Poiché questa fase è il momento in cui la sintesi di un business plan prende forma, gli educatori devono capire come incorporare ogni risultato nel processo. Di conseguenza, è fondamentale esaminare il processo prima del workshop. È fondamentale comunicare alle partecipanti al workshop come i risultati dell'attività ottenuti nell'ambito di ciascun workshop saranno utilizzati nella strategia aziendale in modo preciso e inequivocabile.</p> <p>I mentori devono, in particolare, ricordare alle partecipanti ciò che hanno imparato nei workshop precedenti e riassumere i risultati.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Fornire le informazioni teoriche necessarie. ✓ Essere responsabile delle sessioni pratiche ✓ Fornisci agli studenti supporto e guida secondo necessità. ✓ Per terminare le sessioni di allenamento, attenersi agli obiettivi e agli obiettivi. ✓ Esaminare il lavoro completato dei tirocinanti. ✓ Incoraggia i tuoi tirocinanti a collaborare.
Metodi di valutazione	<p>Il modo principale di valutazione è che i mentori, che in precedenza dominavano ogni fase del piano aziendale, verifichino gli output generati e presentati dai partecipanti.</p>
Elementi di innovazione	<p>I partecipanti saranno attivamente coinvolti nel processo al fine di aiutarli ad adattarsi ad esso e accelerare il loro apprendimento. L'apprendimento esperienziale è l'elemento</p>

	innovativo di questo corso.
--	-----------------------------

Casi di studio

TITOLO DEL CASO	SCIFY-SCIENCE PER TE
SETTORE	TECNOLOGIE DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE (TIC)
1. Introduzione	SciFY è un'organizzazione senza scopo di lucro, che sviluppa sistemi ICT all'avanguardia e li offre liberamente a tutti, tra cui la progettazione, i dettagli di implementazione e il supporto necessario, al fine di risolvere problemi di vita reale. Fondata nel 2012 ad Atene, SciFY ha sviluppato con successo prodotti e servizi innovativi e ha ottenuto importanti riconoscimenti, tra cui uno dal Presidente della Repubblica ellenica.
2. Sfida	L'UE sta investendo miliardi di euro in programmi di ricerca. Gli istituti di ricerca dei consorzi e le grandi aziende ottengono enormi quantità e sviluppano tecnologie sorprendenti. Tecnologie che richiedono solo pochi mesi di lavoro per essere trasformate in prodotti eccellenti, che sono anche in grado di cambiare la nostra vita. Ma la maggior parte di loro rimane inutilizzata per anni tra le mura delle istituzioni che li hanno creati. Sembra pazzesco, ma è molto raro che qualcuno si faccia carico del poco lavoro che rimane per portare i migliori risultati della ricerca nella vita di tutti i giorni. Inoltre, i ricercatori di solito non riescono semplicemente a capire l'impatto che un prodotto tecnologico può avere nella vita quotidiana, se applicato in modo amichevole e accessibile.
3. Soluzione	SciFY utilizza i risultati della ricerca e forma una comunità di imprenditori, volontari, ricercatori e utenti finali per creare prodotti utili, al fine di risolvere problemi reali. E poi li offre a tutti gratuitamente. L'organizzazione sta creando e condividendo liberamente strumenti tecnologici, conoscenze e reti di mobilitazione per fornire risultati sulle aree di impatto di cui sopra. Le principali soluzioni offerte sono:

	<p>Strumenti informatici per le ONG (gestione volontari/ beneficiari), quali: VoluntEasy (piattaforma online per la valutazione della gestione di volontari/beneficiari) e City R Us (piattaforma di crowdsourcing per gli amanti della città).</p> <p>Strumenti di e-democracy, come DemocracIT (una piattaforma collaborativa open source e aperta per commentare e annotare le consultazioni pubbliche) e Fireathon (un'iniziativa sociale in cui i cittadini forniscono idee e soluzioni per prevenire i disastri da incendio).</p> <p>Tecnologie assistive per persone con disabilità, come applicazioni online come ICstudy (un'applicazione educativa per studenti con disabilità visive) e DiAnoia (un'app per smartphone per pazienti con demenza in arrivo e i loro caregiver), dispositivi come FelRd (un dispositivo che consente alle persone che non possono usare le dita per controllare gli elettrodomestici), sistemi ICT come Talk and Play (un sistema ICT che consente alle persone con disabilità di comunicare con il loro ambiente, essere più indipendenti durante il loro tempo libero e ricevere formazione ed esercizio per la riabilitazione a casa, sotto la guida del loro terapeuta) e giochi elettronici come Memori Studio (una piattaforma di gioco per non vedenti).</p> <p>Soluzioni di Intelligenza Artificiale, come NewSum un'applicazione per creare riepiloghi automatici di notizie da molte fonti in due lingue e offrirli gratuitamente.</p> <p>Attività didattiche, come seminari, attività didattiche e giochi educativi.</p>
<p>4. Beneficio</p>	<p>I principali benefici per la società, generati dall'attività di SciFY sono:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ L'utilizzo della tecnologia top dell'intelligenza artificiale (apprendimento automatico, analisi del linguaggio naturale, visione artificiale, ecc.) per affrontare le sfide in modo intelligente. ✓ Creazione di potenti reti di partner (università, istituti di ricerca, ONG e aziende) per sviluppare nuove soluzioni collaborative. ✓ Soluzioni di vita reale gratuite. ✓ Condivisione della conoscenza / conoscenza aperta gratuitamente (codici open source, condividere i piani dei dispositivi sviluppati, comunicare i risultati delle nostre indagini e organizzare corsi di formazione).
5. Risultato	<p>Complessivamente oltre 137000 beneficiari diretti (molto più indiretti) e 37 organizzazioni hanno beneficiato delle soluzioni e dei prodotti ICT offerti. SciFY ha ottenuto il Global Award per la tecnologia assistiva (Game for Blinds) ed è stato classificato tra i primi 5% per la rendicontazione sociale e la responsabilità in Grecia. Infine, SciFY attrae una vasta rete di donatori (organizzazioni di beneficenza, CSR, fondazioni, autorità pubbliche nazionali e internazionali) e coinvolge una rete di volontari per la realizzazione di progetti e attività.</p>
6. Fonte	<p>http://www.scify.gr/site/en/</p>

TITOLO DEL CASO	"REGUSTO", start up
SETTORE	CIBO
1. Introduzione	<p>Nel 2015, l'ONU ha elaborato 17 obiettivi di sviluppo sostenibile, includendoli nell'Agenda 2030: il punto 12.3 guarda specificamente alla produzione alimentare sostenibile.</p> <p>Entro il 2030, tra le altre cose, mira a "dimezzare lo spreco alimentare globale pro capite a livello di vendita al dettaglio e di consumo e ridurre le perdite alimentari nelle catene. Lo spreco alimentare è un problema paradossale se confrontato con i numeri della fame nel mondo: se riuscissimo a non sprecare cibo, potremmo sfamare una persona in più su quattro. Mentre quasi il 40% del cibo totale prodotto nel mondo viene buttato via, tre miliardi di persone sulla Terra non possono permettersi un pasto sano ogni giorno e 250 milioni di persone hanno fame.</p> <p>Per comprendere correttamente la domanda, è importante distinguere tra cibo perso e cibo sprecato. La prima categoria comprende gli alimenti che non arrivano nelle nostre case ma vengono gettati via dopo essere stati raccolti (o macellati, nel caso della carne): secondo le stime della FAO nel 2019, circa il 14% del cibo totale prodotto si perde per strada, diventando immangiabile prima di raggiungere i nostri piatti.</p> <p>Diverso è il tema dello spreco di cibo che, secondo il Food Waste Index Report 2021 dell'UNEP (United Nations Environment Program), rappresenterebbe il 17% del cibo totale prodotto, e che nel 2019 avrebbe raggiunto le 931 tonnellate. produzione e fornitura, comprese le perdite post-raccolto".</p>

	<h3 style="text-align: center;">Spredo alimentare totale per paese</h3> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Paese</th> <th>Spredo (tonnellate)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>CINA</td><td>91,646,213</td></tr> <tr><td>INDIA</td><td>68,760,163</td></tr> <tr><td>NIGERIA</td><td>37,941,470</td></tr> <tr><td>US</td><td>19,359,951</td></tr> <tr><td>MESSICO</td><td>11,979,364</td></tr> <tr><td>RUSSIA</td><td>4,868,564</td></tr> <tr><td>ITALIA</td><td>4,059,806</td></tr> <tr><td>SPAGNA</td><td>3,613,954</td></tr> <tr><td>CANADA</td><td>2,938,321</td></tr> <tr><td>AUSTRALIA</td><td>2,563,110</td></tr> <tr><td>POLONIA</td><td>2,119,455</td></tr> <tr><td>GRECIA</td><td>1,483,996</td></tr> </tbody> </table>	Paese	Spredo (tonnellate)	CINA	91,646,213	INDIA	68,760,163	NIGERIA	37,941,470	US	19,359,951	MESSICO	11,979,364	RUSSIA	4,868,564	ITALIA	4,059,806	SPAGNA	3,613,954	CANADA	2,938,321	AUSTRALIA	2,563,110	POLONIA	2,119,455	GRECIA	1,483,996
Paese	Spredo (tonnellate)																										
CINA	91,646,213																										
INDIA	68,760,163																										
NIGERIA	37,941,470																										
US	19,359,951																										
MESSICO	11,979,364																										
RUSSIA	4,868,564																										
ITALIA	4,059,806																										
SPAGNA	3,613,954																										
CANADA	2,938,321																										
AUSTRALIA	2,563,110																										
POLONIA	2,119,455																										
GRECIA	1,483,996																										
<p>2. Sfida</p>	<p>Per combattere gli sprechi, negli ultimi anni sono state create diverse iniziative che coinvolgono aziende del settore alimentare: una di queste è "Regusto"</p>																										
<p>3. Soluzione</p>	<p>Regusto nasce nel 2016 con l'obiettivo di prevenire e ridurre gli sprechi alimentari, nel settore for-profit e non profit, agendo secondo le logiche dell'economia circolare. Nel 2018 ha sviluppato uno strumento anti-spreco che è considerato tra i primi strumenti innovativi per prevenire e ridurre gli sprechi alimentari nel settore HoReCa. Un'applicazione mobile che collega il mondo della ristorazione con i clienti per la prevenzione di potenziali sprechi. Attraverso la piattaforma Regusto, infatti, le aziende possono vendere e donare i propri prodotti a organizzazioni non profit e associazioni affiliate. Basato su un innovativo modello di food sharing for charity, sfrutta la tecnologia blockchain, in grado di rendere più trasparenti i flussi economici e i trasferimenti di prodotto dall'azienda for-profit all'istituzione.</p>																										
<p>4. Beneficio</p>	<p>La piattaforma segue un modello B2B (termine utilizzato per descrivere le transazioni commerciali elettroniche Business to Business, che vengono effettuate tra aziende in un mercato aziendale, e che si distinguono tra quelle che avvengono tra aziende e consumatori finali, indicate invece</p>																										

con il termine B2C., ovvero Business to Consumer, ndr) e funziona come un mercato circolare di solidarietà, attraverso il quale tracciamo e registriamo il commercio in tutta Italia.



Oggi le entità attive sulla piattaforma trovano oltre 250 aziende alimentari e non alimentari che donano prodotti, sia di base che non essenziali, in magazzino.

5. Risultato

La piattaforma è in grado di calcolare e monitorare gli impatti sociali e ambientali, attraverso una serie di indicatori che consentono la quantificazione automatica con ogni donazione tracciata. Calcola infatti l'impatto ambientale e sociale in termini di non spreco del prodotto che viene recuperato.

Per fare questo, analizza il ciclo di vita del prodotto dal momento della sua donazione e per ogni transazione vengono misurati i pasti equivalenti distribuiti, la CO₂ e l'acqua risparmiata.

I dati vengono poi certificati da una terza parte, RSM International, che fornisce all'azienda una certificazione dei dati che possono essere utilizzati per il bilancio sociale.



I dati aggiornati a dicembre 2021 ci dicono che finora oltre 730 tonnellate di prodotti alimentari e non alimentari sono state trasate tramite Regusto, di cui circa il 40% donato, per un totale di oltre 1 milione di pasti equivalenti per un risparmio di oltre 110 tonnellate di CO₂. Il valore dei prodotti trasati è di oltre 1,3 milioni di euro.



Oltre alla piattaforma basata sulla logica della blockchain, Regusto ha realizzato un progetto per un'App Mobile volta a contrastare lo spreco alimentare sfruttando la tecnologia del Proximity Marketing. L'app Regusto si è rivelata subito uno strumento più efficace che mai e con notevoli vantaggi sia per i ristoratori che per i clienti. Il meccanismo è semplice: i ristoranti aderenti possono offrire i propri piatti da asporto con offerte live last minute e l'utente, una volta scaricata l'app e trovata l'offerta più adatta, dovrà solo selezionare la quantità desiderata di piatti, inserirla nel carrello virtuale e completare la transazione, scegliendo anche l'orario di ritiro preferito.

Ad ogni ordine è associato un codice segreto da mostrare al ristoratore per ritirare la propria Borsa Regusto.



Il Proximity Marketing è l'ingranaggio fondamentale per rendere reale un progetto già ambizioso. Grazie alla vicinanza, l'app Regusto non è solo un "menù virtuale", ma un sistema che permette al ristorante di comunicare le sue offerte in tempo reale, attraverso notifiche inviate direttamente al cliente che si trova vicino al suo ristorante, inducendolo così a fermarsi ad acquistare.

Attraverso una piattaforma web dedicata, il ristorante può compilare o modificare la scheda relativa al suo ristorante, preparare un menù, proporre piatti in offerta e studiare le proprie strategie di marketing.

Tutte queste informazioni, aggiornate in tempo reale sull'app REGUSTO, saranno a disposizione degli utenti che potranno trovare facilmente le offerte a loro più vicine.

Inoltre, gli esercenti possono coinvolgere le persone - con notifiche geolocalizzate e sulla base dei loro gusti e interessi - fornendo un servizio mirato e non invasivo.

L'app è un supporto molto apprezzato da tutti coloro che, per motivi di studio o di lavoro, non hanno il tempo o la possibilità di entrare in cucina e desiderano avere un piatto gustoso, nutriente e possibilmente pronto, senza necessariamente ricorrere a fast food o distributori. Con questo sistema è possibile monitorare le eccedenze alimentari dei ristoranti e gestirle donandole, ad esempio, a organizzazioni senza scopo di lucro.

6. Fonte	<ul style="list-style-type: none">✓ https://www.nearit.com/it/regusto-combattere-lo-spreco-alimentare-con-la-tecnologia✓ https://regusto.eu/index.php/2021/07/22/nuovi-strumenti-per-combattere-lo-spreco-alimentare-le-regusto-bag-come-case-history-di-sensibilizzazione-alla-sostenibilita/✓ https://regusto.eu/index.php/come-funziona/✓ https://www.secondowelfare.it/poverta-alimentare/il-contrasto-allo-spreco-e-alla-poverta-alimentare-durante-la-pandemia-le-esperienze-sinergiche-di-spesasospesa-org-e-regusto/
-----------------	---

TITOLO DEL CASO	THE KNOTTY ONES
SETTORE	GESTIONE MODA E STILE
<p>1. Introduzione</p>	<p>The Knotty Ones è un marchio sviluppato da donne imprenditrici lituane. The Knotty Ones è stata fondata da tre migliori amiche: Sandra, Danute e Akvile. La loro motivazione intrinseca è la convinzione che sia bello essere cool, ma è più cool essere belle.</p> <p>Come molte altre ragazze poco più che ventenni hanno trascorso molto tempo a inseguire le ultime tendenze e mode della moda. Questo ha iniziato rapidamente a cambiare nel 2014, quando si sono prese del tempo libero per viaggiare nel sud-est asiatico, dove hanno imparato a conoscere il lato oscuro dell'industria del fast fashion.</p> <p>Oggi le giovani imprenditrici, con sede tra Brooklyn, New York, e Vilnius, in Lituania, stanno perseguendo il cambiamento dell'industria una maglia alla volta.</p> <p>La società Mezgimo akademija, Ltd. è stata fondata nel 2017.</p>
<p>2. Sfida</p>	<p>Dopo non essere riuscite a trovare una maglia che fosse sostenibile, che avesse uno stile contemporaneo e un'aria confortevole, le ragazze hanno deciso di farlo da sole. Le giovani imprenditrici hanno iniziato a creare il loro modello di business. L'industria della produzione di moda e abbigliamento richiede sempre un enorme mole di lavoro manuale. Erano scioccate dal fatto che c'erano milioni di lavoratori dell'abbigliamento in tutto il mondo, la maggior parte di loro erano donne, che lavoravano in condizioni difficili e disumane e guadagnavano salari molto bassi. D'altra parte sapevano che molte donne lituane hanno la capacità di lavorare a maglia ma non abbastanza capacità organizzative per fare soldi da questa attività.</p> <p>Un'altra sfida è stata quella di risolvere un problema sullo stile del capo a maglia: dovrebbe essere moderno per adattarsi alle esigenze delle donne di oggi, anche se dovrebbe avere il senso della tradizione e del patrimonio, per essere pienamente sostenibile.</p>
<p>3. Soluzione</p>	<p>Le ragazze di Knotty Ones hanno deciso di assumere artigiane, per lo più mamme casalinghe, in giro per la Lituania. La maggior parte di loro vive in villaggi e piccole città dove i posti di lavoro sono estremamente scarsi. È stato proposto loro di essere coinvolte negli affari. Le donne hanno iniziato a guadagnare salari equi per provvedere a se stesse e alle loro famiglie. Lavorano nelle loro ore libere, in un ambiente sicuro e</p>

	<p>si divertono nel processo.</p> <p>I prodotti del marchio Knotty Ones sono maglioni artigianali casalinghi, amati da bambini, giovani, anziani e persino donne d'affari. La soluzione per il design del prodotto è stata ispirata dall'artigianato nordico della vecchia scuola nella maglieria: si concentrano sull'estetica contemporanea e sul design minimale. I diversi modelli sono oggi in vendita per essere ordinati per una produzione di pezzi. L'azienda ha preso la decisione consapevole di utilizzare solo materiale naturale al 100%, rifiutando le fibre di poliestere che richiedono centinaia di anni per decomporre i rifiuti ma che in realtà la maggior parte delle aziende di moda generalmente utilizza per la produzione di indumenti.</p>
4. Beneficio	<p>Gli imprenditori hanno creato una piattaforma che ha dato ai knitters una possibilità realistica di realizzare i loro sogni. Ogni acquisto consente alle artigiane nelle zone rurali della Lituania di avere posti di lavoro stabili, salari equi, indipendenza finanziaria o forniture aggiuntive. Tre donne imprenditrici oltre agli ordini di produzione forniscono un sistema di supporto e tutoraggio per aiutarle a padroneggiare veramente l'artigianato. Addestrano anche i knitters nella contabilità, nella gestione dell'inventario e delle spedizioni, nel mentoring di altri membri del team. Queste nuove competenze possono aiutarli a crescere nella loro carriera.</p> <p>Gli imprenditori - Danute, Akvile e Sandra - nonostante le sfide per mantenere l'equilibrio tra le questioni aziendali e la loro vita personale - sono potenziati dall'impatto della partecipazione al modello di business "donne che sostengono altre donne" e sentono la realtà di rendere la moda sostenibile più accessibile.</p>
5. Risultato	<p>L'azienda è in crescita in termini di quantità di dipendenti (da 2 a 10), lo stesso nel portare il risultato finanziario, che è cresciuto di 10 volte in un periodo del 2017-2020.</p> <p>I clienti sono serviti con una vendita esclusiva e diretta, evitando i tradizionali ricarichi. La clientela è globalmente consapevole, si sente bene contribuendo alla sostenibilità e partecipando per il benessere sociale indossando il maglione fatto con amore.</p>
6. Fonte	<p>https://www.theknottyones.com/; Ditching Fast Fashion- Vimeo.com</p>

CASE TITLE	Merill Rural Network - Agriturismo a Malta
SETTORE	Agriturismo
1. Introduzione	<p>Una vacanza che coinvolge l'agriturismo può essere definita come una vacanza che collega l'individuo alla natura e all'agricoltura. Questo può essere ottenuto semplicemente soggiornando in una residenza circondata dall'agricoltura e dalla natura. Ciò consente quindi all'individuo di sperimentare tali ambienti. Inoltre, facendo un ulteriore passo avanti, le aziende possono anche fornire attività che collegano direttamente l'individuo alla natura o alle pratiche agricole. Esempi di tali attività includono la raccolta di frutta, trekking o persino corsi di cucina con prodotti coltivati localmente.</p> <p>Merill offre agriturismo nell'isola mediterranea di Malta. Secondo il loro sito web, "Merill riunisce un certo numero di agricoltori, allevatori e artigiani [maltesi]. Attraverso questa rete, turisti e gente del posto hanno l'opportunità di sperimentare le splendide aree rurali delle isole maltesi e consumare prodotti locali genuini.</p> <p>La loro missione è coltivare esperienze alternative per locali e turisti, che contribuiscono direttamente alla conservazione dell'ambiente e all'empowerment delle comunità rurali. Nel corso degli anni è stata istituita la rete rurale Merill. La rete ora opera come un'impresa sociale e il suo obiettivo principale è quello di aumentare la consapevolezza sull'agricoltura locale, far rivivere le tradizioni e consentire alla comunità rurale di diversificare il proprio reddito in modo sostenibile. I due pilastri principali della rete sono il turismo rurale e i prodotti locali. In entrambi i casi, ci sforziamo di aggiungere valore ai luoghi e ai prodotti degli agricoltori e degli artigiani e di colmare il divario tra produttore e consumatore - in questo modo speriamo di aiutare la comunità rurale a rendere i loro prodotti e servizi più accessibili sia ai turisti che ai locali, aiutando al contempo agricoltori e artigiani a continuare a investire nei loro sforzi quotidiani".</p>
2. Sfida	<p>L'azienda è stata fondata nel 2010 quando l'agriturismo o l'ecoturismo non erano realmente disponibili o considerati a Malta. Merill sarebbe stata quindi la prima azienda ad offrire un tale servizio a Malta. La sfida era principalmente quella di stabilire come il concetto di ecoturismo sarebbe stato modellato per l'arcipelago maltese e il loro ambiente. In secondo luogo, l'azienda doveva determinare il modo migliore per</p>

	<p>collegare il consumatore a diversi elementi legati all'ambiente locale e all'agricoltura, fornendo al contempo esperienze e prodotti autentici oltre a salvaguardare l'ambiente.</p>
<p>3. Soluzione</p>	<p>Al fine di superare le sfide di cui sopra, i compiti primari per Merrill erano identificare e connettersi con individui, ONG e aziende a Malta che sostenevano principi simili a quelli che Merrill voleva stabilire attraverso i suoi servizi. Anche questo si è rivelato impegnativo, tuttavia sono stati in grado di connettersi e lavorare a stretto contatto con tre imprenditori maltesi che avevano interessi simili. Hanno anche studiato ciò che veniva fatto in altri paesi al fine di stabilire la propria opinione e definizione di come sarebbe stato l'ecoturismo a Malta. Ci siamo resi conto molto rapidamente che, per preservare l'ambiente, dovevamo lavorare a stretto contatto con i principali attori, vale a dire i piccoli agricoltori e le loro famiglie. Siamo convinti che l'ambiente maltese sia mantenuto in vita soprattutto grazie agli agricoltori locali che, insieme ad altri stakeholder, lavorano instancabilmente per mantenere la nostra campagna verde". Ciò ha quindi portato Merrill a formare più di una rete che collega tali parti interessate. "Nel corso degli anni è stata creata la rete rurale Merrill. La rete ora opera come un'impresa sociale e il suo obiettivo principale è quello di aumentare la consapevolezza sull'agricoltura locale, far rivivere le tradizioni e consentire alla comunità rurale di diversificare il proprio reddito in modo sostenibile. I due pilastri principali della rete sono il turismo rurale e i prodotti locali. In entrambi i casi, ci sforziamo di aggiungere valore ai luoghi e ai prodotti degli agricoltori e degli artigiani e di colmare il divario tra produttore e consumatore - in questo modo speriamo di aiutare la comunità rurale a rendere i loro prodotti e servizi più accessibili sia ai turisti che ai locali, aiutando al contempo agricoltori e artigiani a continuare a investire nei loro sforzi quotidiani". Merrill offre anche attività che possono essere godute dalla gente del posto. Questi includono eventi familiari o anche attività di team building. Ciò promuove quindi ulteriormente i valori detenuti da Merrill tra la popolazione maltese, generando al contempo affari locali. Ciò è</p>

	<p>particolarmente significativo in quanto garantisce che l'attività continui a prosperare anche nelle stagioni "low-tourist".</p> <p>http://www.merillecotours.com/content/concept</p>
4. Beneficio	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Merill ha fondato una comunità locale di agricoltori e artigiani a Malta ✓ Merill incoraggia e consente ai propri partner di aggiungere valore al loro prodotto ✓ Merill è riuscita a stabilire una connessione tra gli agricoltori maltesi e gli artigiani per i consumatori; sia locali che visitatori ✓ Merill è in grado di soddisfare sia i consumatori locali che internazionali ✓ Merill è una delle poche aziende che offrono eco-tour nelle zone rurali di Malta ✓ Merill offre ai consumatori opportunità di esperienza uniche e autentiche che promuovono le pratiche agricole e culturali locali ✓ Di conseguenza, Merill aiuta a salvaguardare l'ambiente, l'agricoltura locale e le pratiche o tradizioni culturali ✓ Merill si è affermata come leader nel settore dell'ecoturismo a Malta.
5. Risultato	<p>Merill offre servizi unici e innovativi a Malta a beneficio di clienti locali e internazionali. Grazie alla possibilità di organizzare tour individuali o di gruppo, i partecipanti hanno l'opportunità di sperimentare ambienti rurali locali e immergersi nelle pratiche agricole e artigianali locali. I partecipanti beneficeranno anche della possibilità di acquistare prodotti genuini direttamente dai produttori. Tali prodotti includono vini, marmellate, miele, prodotti agricoli, formaggi ecc. I prodotti sono disponibili anche in imballaggi riciclabili o eco-compatibili o sotto forma di cesti ecologici per rimanere ulteriormente fedeli alla loro missione e ai loro valori. Merill offre anche servizi innovativi come eventi di team building e attività di family club che continuano quindi ad aggiungere valore all'ambiente locale e ai settori agricolo e artigianale a Malta. L'azienda consente anche la salvaguardia dell'ambiente naturale a Malta. Di conseguenza, i servizi e i prodotti offerti da Merill sono accessibili e di interesse sia per i consumatori locali che internazionali.</p>
6. Fonte	<p>http://merill.com.mt/EcoHampers</p> <p>https://www.facebook.com/merillmalta/photos/?ref=page_internal</p>

TITOLO DEL CASO	HOTEL ARŁAMÓW
SETTORE:	TURISMO
<p>1. Introduzione</p>	<p>L'economia circolare offre un'opportunità molto significativa per ottenere una maggiore stabilità e redditività nel settore del turismo. Ciò è particolarmente vero in tre aree: catena di approvvigionamento, operazioni aziendali complessive e servizio clienti.</p> <p>L'attuazione dell'economia circolare in questo settore è impegnativa. L'industria si basa fortemente su un modello lineare, utilizzando elementi economici e risorse facilmente disponibili. Poiché le risorse sono limitate e il modello lineare orientato al consumo che domina l'economia non è più praticabile, sempre più hotel, ristoranti e centri benessere sono interessati a trasformare il loro business in un modello più economico. In Polonia, uno degli hotel che utilizzano l'ultima soluzione eco-compatibile è l'Hotel Arłamów.</p>
<p>2. Sfida</p>	<p>Il Centro Ricreativo dell'Ufficio del Consiglio dei Ministri di Arłamów è stato istituito nel 1970. Comprende un'area di quasi 30.000 ettari di foreste, prati e colline recintate con 100 km di recinzione. Qui risiedevano dignitari di stato e di partito, in particolare gli appassionati di caccia.</p> <p>Nel 1989 il resort governativo è giunto al termine. Nel 2006 il resort è stato acquistato da Antoni Kubicki, un ingegnere-inventore di Przeworsk. Ha fondato una società chiamata "Hotel Arłamów SA" e nel 2010 ha iniziato la costruzione di un nuovo hotel e l'espansione e l'ammodernamento del complesso edilizio esistente. La prima pietra per la costruzione è stata posata nell'ottobre 2010 da Lech Walesa. L'intero complesso, come centro sportivo e congressuale dell'Europa orientale, è stato messo in funzione all'inizio del 2014. Il progetto ha ricevuto finanziamenti dall'UE (principalmente per il suo valore ecologico).</p>
<p>3. Soluzione</p>	<p>Fin dall'inizio della sua attività, Arłamów si è concentrata su attività e soluzioni pro-ecologiche. Si tratta di un enorme complesso situato in mezzo alla natura ed è per questo che tratta l'ambiente con rispetto e cura. L'hotel protegge la natura circostante e la sostiene attraverso ampie attività pro-ecologiche.</p>
<p>4. Beneficio</p>	<p>Soluzione pro-ecologica nell'Hotel Arłamów:</p>

	<ol style="list-style-type: none"> 1. proprio impianto di cogenerazione con tecnologia di trigenerazione, è uno dei più moderni e più grandi del suo genere in Polonia, che utilizza la biomassa del legno come combustibile; 2. serra propria, dove vengono coltivate erbe e verdure prive di fertilizzanti e spray, utilizzate nella cucina dell'hotel per preparare i pasti in tutti i ristoranti; 3. apiario proprio; 4. una compostiera per rifiuti alimentari, che sotto l'influenza della temperatura li trasforma in pre-compost utilizzato nell'impianto di cogenerazione per generare energia; 5. rinunciare a bicchieri, tubi e posate di plastica; 6. separazione dei rifiuti; 7. impegnarsi in attività di RSI come piantare alberi, costruire alveari e costruire casette per ricci e uccelli; ad Arlamow il personale e gli ospiti piantano circa 300 alberi all'anno; 8. i cosiddetti 'muri verdi' in Hotel sono un elemento di biofilia, che influisce positivamente sul benessere degli Ospiti e dei Dipendenti; 9. quattro stazioni di ricarica per veicoli elettrici e il personale di sicurezza dell'hotel viaggia nei locali su Melexes o a cavallo, il che riduce l'impronta di carbonio; 10. e molte altre soluzioni.
<p>5. Risultato</p>	<p>Risultati specifici per i clienti:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. l'hotel attinge acqua dai depositi più puliti da 11 prese (da 67 a 100 m di profondità). L'acqua viene trattata in appositi sistemi per garantirne la purezza e la qualità e viene poi distribuita alle varie strutture. 2. Oltre all'apiario, l'hotel coltiva anche le proprie erbe prive di fertilizzanti e spray, che vengono utilizzati nei ristoranti dell'hotel. Gli ospiti apprezzano anche il tè ecologico a base di erbe dell'erbario dell'hotel. 3. Nei locali dell'Hotel Arlamow c'è un pittoresco percorso naturalistico ed educativo. Questo percorso a piedi condurrà gli ospiti attraverso una splendida area forestale, di cui l'Hotel

	<p>Arłamow, in collaborazione con la Commissione forestale di Bircza, si prende cura. Qui gli ospiti possono incontrare rappresentanti della flora e della fauna sotto una rigorosa protezione delle specie.</p> <p>4. presentazioni e workshop regolari sul tema Zero Waste - come cucinare per utilizzare assolutamente ogni parte degli ingredienti utilizzati.</p> <p>5. bagni forestali (jap. Shinrin-yoku), un tipo di terapia naturale originaria del Giappone, che porta benefici scientificamente provati al corpo.</p>
<p>6. Fonte</p>	<p>https://www.arlamow.pl/hotel-ekologiczny</p> 