



Networking per
la formazione
all'imprenditorialità



EntreComp
360

Cosa c'è dentro?

Networking per la formazione
all'imprenditorialità

La collaborazione come competenza

La comunità EntreComp

Creato nell'ambito del progetto EntreComp
360, coordinato da Haskoli Island e
sostenuto dall'Unione Europea.

<https://entrecomp360.eu>

Con il contributo di Democracy and Human
Rights Education in Europe, Haskoli Island,
Bantani Education, Consorzio Materahub
Industrie Culturali e Creative, Innogate to
Europe SL, The Women's Organisation Ltd
(UK) e Not a Bad Idea Ltd.

Editore: Nils-Eyk Zimmermann ([rete DARE](#)).

Supporto editoriale: : Lisa McMullan,
Candice Astorino; Reykjavík/Brussel, 2022

Icone: [Font Awesome](#) (Licenza CC BY 4.0)

Il sostegno della Commissione europea
alla produzione di questa pubblicazione
non costituisce un'approvazione del conte-
nuto, che riflette esclusivamente il punto di
vista degli autori, e la Commissione non
può essere ritenuta responsabile per l'uso
che può essere fatto delle informazioni ivi
contenute.



Cofinanziato dal
programma Erasmus+
dell'Unione europea



Networking per la formazione all'imprenditorialità

Questa guida ha l'obiettivo di supportare gli attori di tutti i settori del sistema di apprendimento permanente a migliorare lo sviluppo, la validazione e il riconoscimento delle competenze chiave in materia di imprenditorialità, come definito dal quadro di competenze europeo EntreComp. In particolare, questa guida si concentra sul **networking, lo scambio e la collaborazione** come aspetto importante nella e per la formazione all'imprenditorialità.

Il **quadro EntreComp** mira a sostenere l'istruzione e la formazione nel facilitare l'imprenditorialità e la proattività verso il cambiamento sociale. Definisce l'imprenditorialità come la "capacità di agire su opportunità e idee per creare valore per gli altri. Il valore creato può essere sociale, culturale o finanziario" (Bacigalupo et al., 2016). EntreComp descrive una delle competenze chiave identificate dall'UE come importanti per l'apprendimento permanente (Unione Europea, 2018). EntreComp descrive 5 competenze in ciascuna delle 3 aree seguenti:

- 1** Agire su **opportunità e idee**
- 2** mobilitando diverse **risorse**
- 3** per **agire** verso un impatto sociale, culturale o economico.

Pertanto, estende il significato di imprenditorialità dall'insegnamento della competenza per creare guadagno economico, dall'alfabetizzazione economica o da una mentalità economica (= educazione economica classica) all'attività sociale, culturale ed economica volta a creare valore o impatto per gli altri. Questa definizione più ampia ha il potenziale di aumentare la **portata dell'educazione all'imprenditorialità**, rendendola più rilevante e inclusiva per altri campi della pedagogia attiva, come l'educazione alla cittadinanza attiva, la partecipazione o la pedagogia culturale attiva. Fornisce inoltre un quadro di riferimento per considerare come l'**apprendimento imprenditoriale possa essere migliorato** lavorando con i portatori di interesse di settori correlati, anch'essi impegnati in una pedagogia attiva per l'impatto sociale.

Provenienti da diversi settori dell'istruzione e con diversi punti focali di lavoro, i partner del progetto EntreComp 360 sono uniti dall'idea che la proattività, la partecipazione attiva e il desiderio di plasmare il cambiamento sociale giochino un ruolo importante nell'istruzione. Mettendo in evidenza le opportunità e i vantaggi di EntreComp per i diversi stakeholder, vogliamo **ispirare e diffondere la formazione all'imprenditorialità** in tutti i campi dell'apprendimento permanente. Da un sondaggio condotto nell'ambito del nostro progetto, abbiamo appreso che il quadro di competenze EntreComp è attualmente considerato uno strumento importante per spiegare l'educazione all'imprenditorialità e sensibilizzare all'educazione all'imprenditorialità, ispirando studenti, sviluppatori di curricula ed educatori (Seikkula-Leino et al., 2021, p. 16). Gli intervistati del settore percepiscono EntreComp come utile per

spiegare l'educazione all'imprenditorialità come concetto, perché è necessaria e per ispirare educatori e formatori per un'educazione attiva orientata alla pratica e all'impatto.

Su questa base, vorremmo contribuire allo scambio, all'informazione e al trasferimento tra questi individui e organizzazioni costruendo una comunità EntreComp. Per questo motivo, oltre a questa guida, abbiamo lavorato per mettere in contatto diversi soggetti e organizzazioni interessati all'educazione all'imprenditorialità. In particolare, richiamiamo la vostra attenzione sulla piattaforma europea di riferimento <https://entrecomp.com>, descritta nell'ultimo capitolo.

IMPRENDITORIALITÀ, PROATTIVITÀ E PARTECIPAZIONE ATTIVA

Gli autori di EntreComp spiegano esplicitamente che l'opportunità e la portata del quadro di riferimento risiedono nella sua concezione trasversale della pedagogia: "Questa definizione si concentra sulla creazione di valore, indipendentemente dal tipo di valore o dal contesto. Copre la creazione di valore in ogni ambito e in ogni possibile catena del valore. Si riferisce alla creazione di valore nel settore privato, pubblico e del terzo settore e in qualsiasi combinazione ibrida dei tre. Abbraccia quindi diversi tipi di imprenditorialità, tra cui l'intrapreneurship, l'imprenditorialità sociale, l'imprenditorialità verde e l'imprenditorialità digitale" (Bacigalupo et al., 2016).

Il quadro di riferimento di EntreComp può essere utilizzato come ispirazione, orientamento e strumento per qualsiasi approccio che miri a sostenere gli studenti nel prendere l'iniziativa, creare un cambiamento sociale o un coinvolgimento attivo nella società (partecipazione sociale, culturale o economica).

CHI È UN IMPRENDITORE?
Seguendo questa definizione aperta, chiunque miri a creare un cambiamento sociale, culturale ed economico e intraprenda iniziative per raggiungere questo obiettivo può essere considerato un imprenditore. Per esempio:
- Artisti che mirano a sensibilizzare l'opinione pubblica su un problema socio-politico o che collaborano con altri per un obiettivo sociale o culturale
- Educatori e operatori giovanili, che facilitano una pedagogia attiva verso la sociale o economica
- Fondatori di organizzazioni e start-up
- Cooperative che condividono, vendono o producono
- Reti che mirano a riunire persone e organizzazioni di diversa provenienza
- Attivisti per una causa nella società civile o iniziative civili
...

INTRAPRENEUR

Analogamente, quando una persona mostra iniziativa e cerca di cambiare un'organizzazione dall'interno, può essere considerata imprenditoriale come descritto da EntreComp. Spesso vengono chiamati **intrapreneurs**. Possono essere individui che cambiano un gruppo o un'organizzazione dall'interno, ad esempio promuovendo nuove modalità di collaborazione, portando approcci innovativi al lavoro o introducendo nuove attività in un ambiente esistente.

VERSO LA COLLABORAZIONE

Cambiare la società è un'impresa complessa e un compito scoraggiante per un singolo individuo, quindi cosa possiamo fare? Il cambiamento spesso inizia all'interno di un'organizzazione o di un gruppo da individui che vogliono apportare cambiamenti e miglioramenti positivi e che sono in grado di testare le idee internamente. Per costruire e sostenere il cambiamento, questi individui dovranno collaborare con altri per avere successo. Ad esempio, possono unirsi a reti, cercare altri gruppi, sollecitare il sostegno o compiere ulteriori passi insieme. Chi ha successo nel cambiamento di solito fa parte di una comunità più ampia, di un gruppo di sostegno o ha una rete che lo aiuta a diventare visibile, a raggiungere altri soggetti chiave, a mobilitare altri, ecc. Pertanto, la collaborazione e la cooperazione sono essenziali.

Quando molti si muovono insieme possono avere un impatto, realizzare un cambiamento sociale o sviluppare idee creative e mirate, il che è anche la chiave della formazione all'imprenditorialità. Il cambiamento sociale e l'**innovazione** si riferiscono all'implementazione di successo di un'idea, nonché ai mezzi con cui l'idea può avere un impatto sociale al di là dell'ambiente diretto in cui l'idea è stata sviluppata o testata.

Dopo una fase di incubazione, un'idea può anche ottenere trazione oltre i confini del sistema. Spesso si tratta di "nuove combinazioni o ibridi di elementi esistenti, piuttosto che di novità assolute" e nel loro sviluppo "attraversano i confini organizzativi, settoriali o disciplinari" (Mulgan et al. 2007, p. 5).

Come un'idea permea diversi settori della società




Un'idea originariamente intrapreneurial (in basso a sinistra, in arancione) si diffonde e cresce all'interfaccia con gli altri: A persone che la pensano allo stesso modo, poi a reti più ampie intorno a queste. Entra in un viaggio attraverso diversi circoli collegati in modi diversi. Lungo il percorso può cambiare e può cambiare queste altre aree o settori (qui in turchese).

Networking è la capacità di comunicare in queste intersezioni.



In questo senso, l'apprendimento e l'azione imprenditoriale sono interconnessi. Ecco perché alcuni autori propongono di parlare di **esperimenti di transizione**. "Un esperimento di transizione è un progetto di innovazione con una sfida sociale come punto di partenza per l'apprendimento finalizzato a contribuire a una transizione" (Van den Bosch 2010, p. 58).

La collaborazione e la creazione di reti tra imprenditori in esperimenti di transizione vedono sempre l'azione come un processo di apprendimento, nonché un'azione aperta e in rete. Van den Bosch e Rotmans (2008) identificano come meccanismi fondamentali **l'approfondimento, l'ampliamento e lo scaling-up**.

APPROCCI ALLA COLLABORAZIONE IN RETE PER IL CAMBIAMENTO	
Approfondire un processo di apprendimento attraverso il quale gli attori possono imparare il più possibile su un esperimento di transizione all'interno di un contesto specifico.	
Ampliamento ripetere un esperimento di transizione in contesti diversi e collegarlo ad altre funzioni o domini.	
Scaling up incorporare un esperimento di transizione nei modi dominanti di pensare (cultura), fare (pratiche) e organizzare (struttura), a livello di un sistema sociale.	
Fonte: Van den Bosch, Rotmans 2008, pp. 64	

Un esempio dal campo dell'impegno civile è l'idea di misure positive per quanto riguarda la rappresentanza di genere. Ad esempio, gli attivisti hanno iniziato a utilizzare liste di relatori con contributi maschili e femminili in egual misura nelle loro discussioni, mentre altri hanno introdotto quote di genere per le posizioni.

Inizialmente sperimentata e migliorata nei gruppi di base, poi estesa alle piccole imprese e alle organizzazioni della società civile, col tempo l'idea è stata accettata al di là dei gruppi dei suoi ideatori ed è diventata sempre più mainstream, modificando la composizione degli organi di governo nelle imprese, nella società civile e nella politica (scaling up). Dal 2003, l'idea è stata inserita nella legislazione di alcuni Paesi e sempre più Paesi la stanno seguendo. Di conseguenza, la sottorappresentazione delle donne nei consigli di amministrazione delle imprese è stata in qualche modo mitigata e la loro quota è aumentata da circa il 10% a circa un terzo (Arndt, Wrohlich 2019).

INGREDIENTI PER UNA COLLABORAZIONE DI SUCCESSO

La collaborazione diventa fattibile quando una serie di fattori si uniscono; per una collaborazione di successo è necessario lavorare su di essi, per rafforzarli e armonizzarli. I fattori chiave, o ingredienti, per una collaborazione di successo includono:

Vedere l'obiettivo comune: capire in che modo le attività vanno a beneficio degli altri e riconoscere una situazione win-win.

Creare fiducia reciproca, ad esempio quando gli altri vedono l'impegno e le azioni intraprese per raggiungere l'obiettivo comune, o come condividono obiettivi e valori.

Comprendere i propri bisogni: Vedendo e ascoltando gli altri, possiamo capire meglio cosa vogliamo ottenere in futuro.

Apprendimento reciproco: Possiamo trarre ispirazione da come gli altri pianificano e gestiscono i loro progetti e da come lavorano insieme.

Vedere nuovi vantaggi: Naturalmente gli altri hanno ciò che noi potremmo non avere -conoscenze specifiche, contatti, portata, credibilità, denaro, spazi, sostenitori... Possiamo acquisire nuove prospettive o creare nuova qualità combinando le esperienze.

Rafforzare la consapevolezza e la promozione di una causa importante: Se relativamente ad un'idea o un interesse comune, siamo in grado di aumentare la consapevolezza dei problemi e di raggiungere un pubblico più ampio.

Perché le parti di una rete messe insieme **creano un effetto di rete:** la rete è più forte delle sue parti.

"I quadri di riferimento delle competenze lasciano agli utenti un ampio spazio di personalizzazione. Le personalizzazioni, tuttavia, non avvengono nel vuoto e il successo degli interventi sarà in gran parte influenzato da elementi contestuali, come il consenso istituzionale, la volontà degli educatori di impegnarsi in una formazione basata sulle competenze, la disponibilità di reti di pari e di comunità di pratica in cui l'apprendimento professionale possa avvenire."

(Bacigalupo 2022)

Aumentare l'impatto della formazione all'imprenditorialità

I vantaggi e gli impatti più ampi della collaborazione per gli educatori all'imprenditorialità includono:

MIGLIORARE L'INSEGNAMENTO E L'APPRENDIMENTO

- ✘ L'apprendimento tra pari tra educatori all'interno e all'esterno delle istituzioni educative.
- ✘ Scambio e collaborazione nelle reti di apprendimento tra pari per l'EE.
- ✘ Condivisione delle conoscenze in materia di EE al di là dei confini nazionali o regionali in Europa - e tra i vari settori (compresi gli educatori, gli insegnanti, i ministeri, le organizzazioni della società civile, ecc.)

MIGLIORAMENTO DELLA PROMOZIONE DELL'EDUCAZIONE ALL'IMPRENDITORIALITÀ

- ✘ Promuovere l'imprenditorialità come competenza trasversale (in particolare, con l'aiuto del quadro EntreComp).
- ✘ Sensibilizzare, riconoscere e premiare gli sforzi e le iniziative di EE in dieci diversi campi di apprendimento legati all'imprenditorialità.
- ✘ Entrare in contatto con pedagogie attive vicine, come la cittadinanza attiva e la pedagogia culturale.

MAGGIORE APPRENDIMENTO E IMPLEMENTAZIONE DELL'EDUCAZIONE ALL'IMPRENDITORIALITÀ

- ✘ Motivare e sostenere gli educatori/facilitatori/insegnanti e i dirigenti delle istituzioni educative a comprendere meglio perché e come impartire l'educazione all'imprenditorialità e costruire competenze imprenditoriali.
- ✘ Raggiungere e coinvolgere i leader delle istituzioni educative e delle scuole.

MAGGIORE COOPERAZIONE COMUNITARIA PER L'EDUCAZIONE ALL'IMPRENDITORIALITÀ

- ✘ Maggiore cooperazione comunitaria per l'educazione all'imprenditorialità
- ✘ Istituti di istruzione che si collegano e coinvolgono la comunità (locale) nelle attività di educazione all'imprenditorialità.
- ✘ Le parti interessate all'educazione all'imprenditorialità potrebbero istigare e coordinare lo scambio inter-settoriale tra ricercatori, professionisti e decisori politici.
- ✘ Discutere e sviluppare tendenze, approcci o curricula di EE e concordare misure comuni a livello politico.
- ✘ Abbinamento di possibili organizzazioni partner in collaborazioni future.
- ✘ Incoraggiare e facilitare un'ampia piattaforma politica europea per il lavoro sull'EE.

ACQUISIRE UNA VISIONE D'INSIEME SUI METODI, LE POLITICHE E L'IMPATTO

- ✘ Gli istituti di istruzione superiore potrebbero rafforzare la ricerca sull'EE insieme al loro ecosistema.
- ✘ Collaborazione tra pratica e ricerca.
- ✘ Ricerca paneuropea sui metodi e le politiche di EE per diversi tipi di pedagogie legate all'imprenditorialità.

Ispirato dall'ESMA 2021

La collaborazione come competenza

Il valore della collaborazione è parte integrante del quadro EntreComp, riconosciuto come una competenza necessaria per mettere in pratica le idee:

LAVORARE CON GLI ALTRI: FARE SQUADRA, COLLABORARE E CREARE RETI	
Lavorare insieme e cooperare con gli altri per sviluppare idee e trasformarle in azioni.	Networking Risolvere i conflitti e affrontare positivamente la concorrenza quando è necessario.
Fonte: EntreComp	

Pertanto, suggeriamo che la formazione all'imprenditorialità promuova e sostenga lo sviluppo di questa competenza.

Un punto di partenza per incoraggiare gli studenti a unirsi a reti e gruppi è la comprensione del loro funzionamento, che può essere descritta come un'alfabetizzazione di base delle reti. A seconda delle loro dimensioni, del modo in cui si organizzano e della loro densità, le reti assumono forme molto diverse e funzionano in modo diverso. Una rete sostenuta da molti individui molto impegnati funziona in modo diverso da una in cui l'influenza e le dimensioni degli attori determinano il modo in cui funziona. La prima potrebbe essere attraente per molti piccoli membri e lavorare in modo molto deliberativo. Il secondo potrebbe sfruttare più facilmente l'influenza dei suoi membri. Una rete decentralizzata o federata ha scopi diversi da una rete organizzata centralmente. È utile anche capire come si organizzano le reti, in modo formale o informale.

Le reti formalizzate si verificano quando persone o organizzazioni diverse sono legate tra loro in modo formale, ad esempio attraverso l'adesione, riunioni regolari, statuti o altre strutture formali. Le reti formali tendono ad agire come un unico organismo di fronte ad altri attori aziendali e a rappresentare un interesse sociale più ampio o addirittura un intero settore.

La maggior parte delle persone o delle organizzazioni non fa necessariamente parte di reti formali, ma è inserita in diversi contesti di collaborazione personale e professionale.

Per rete informale si intende, ad esempio, quando si incontra qualcuno a una conferenza e si scambiano i contatti, quando gli individui si riuniscono per realizzare un progetto comune o per consultarsi. A volte la collaborazione si traduce in un legame più forte o in un ampliamento dei contatti. Anche nel networking informale, come in quello formale, esistono punti centrali o meno centrali e networker più o meno influenti. A differenza degli approcci più formali al networking, questi non sono solitamente riconoscibili a prima vista.

Competenze di rete intersettoriali

Per far sì che un'idea creativa superi i confini locali o settoriali o addirittura un'intera società, gli autori e i sostenitori dell'idea devono essere in grado di condividerla con altri e di convincerli del suo valore. Gli autori e gli altri usano spesso un linguaggio interno, seguendo una logica interna, che può essere percepita come una sorta di cultura sconosciuta o "lingua straniera". La competenza intersettoriale (competenza intesa come interazione di conoscenze, valori, abilità e atteggiamenti) può aiutarci a imparare e parlare questi linguaggi (Zimmermann et al. 2018).

Forse il termine "soft skill" si applica qui più che ad altre aree di competenza. Questa competenza richiede intuizione, comprensione ed empatia e si collega alle competenze di azione nel senso di creazione o pianificazione. Riteniamo che questi e altri "ingredienti" simili meritino di essere sottolineati:

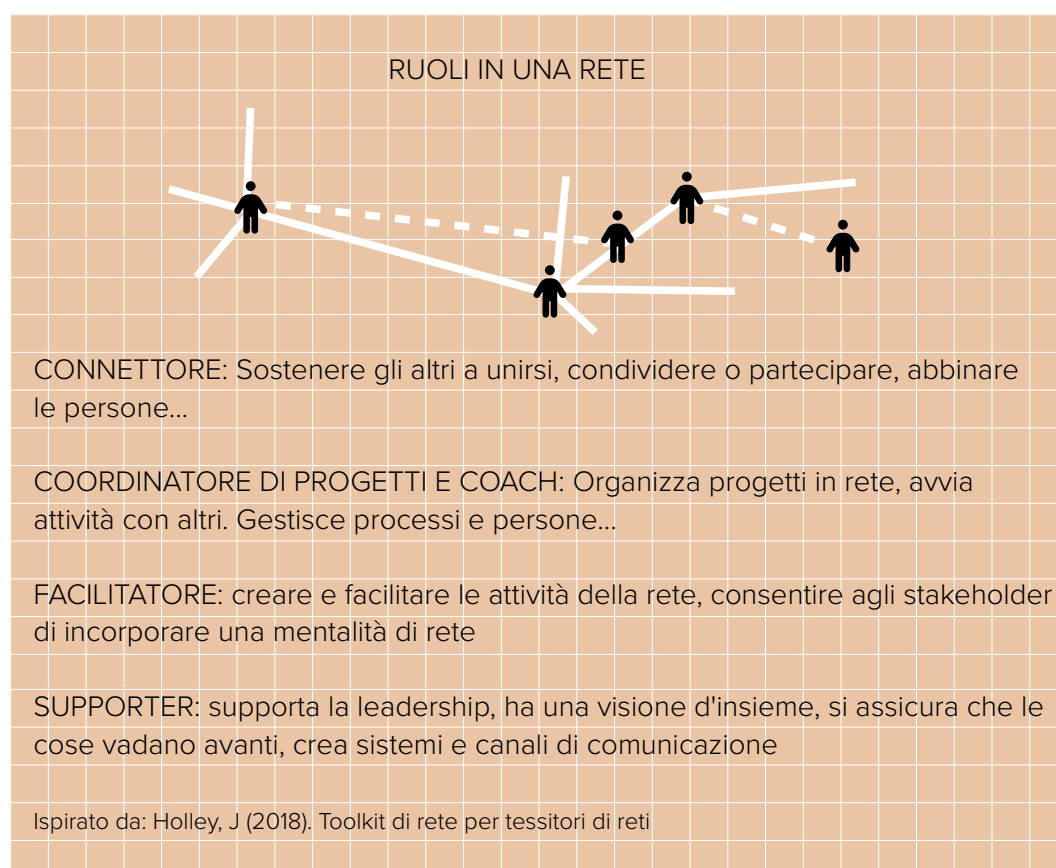
<p>Conoscenza dei "linguaggi" e delle abitudini che le persone coinvolte in altri contesti coltivano o seguono.</p> <p>→ 2 Mobilitare gli altri</p>
<p>Capacità di gestire l'ambiguità e l'imprevisto essendo circondati da persone con altre abitudini, bisogni o aspettative</p> <p>→ 2 Prendere l'iniziativa; 3 Affrontare l'incertezza, l'ambiguità e il rischio</p>
<p>Apertura verso le richieste e i bisogni di altre persone o attori e individuare le opportunità di collaborazione</p> <p>→ 1 Individuare le opportunità; 1 Valorizzare le idee</p>
<p>Capacità di creare insieme agli altri</p> <p>→ 2 Mobilitare gli altri; 3 Lavorare con gli altri</p>
<p>Comunicazione reattiva compresa la "creatività linguistica": capacità di descrivere cose nuove o di descrivere le cose in modo nuovo, rispondendo alle abitudini, ai bisogni o agli interessi degli altri.</p> <p>→ 1 Creatività; 2 Mobilitazione degli altri</p>
<p>Costruire relazioni, dare fiducia e creare una cornice in cui queste possano approfondirsi attraverso un'interazione graduale</p> <p>→ 2 Mobilitazione degli altri, 3 Lavorare con gli altri</p>
<p>Capacità di collocare la propria azione all'interno di una visione sociale più ampia</p> <p>→ 1 Visione; 1 Valore; 1 Pensiero etico e sostenibile</p>
<p>La capacità di organizzarsi in modo adeguato (secondo le proprie capacità ma anche secondo le esigenze di collaborazione intersettoriale), agire strategicamente</p> <p>→ 3 Pianificazione e gestione; 3 Apprendimento attraverso l'esperienza</p>
<p>Riferendosi alle competenze EntreComp: 1: idee e opportunità 2: risorse 3: in azione.</p>

Questi punti indicano che l'impatto collettivo e le capacità individuali sono inter dipendenti. Se consideriamo la competenza come abilità, conoscenza e attitudine, allora tutte e tre sono necessarie, l'abilità e la conoscenza da sole non sono suffi-

cienti. Ad esempio, chi vuole creare buoni legami tra le persone costruisce relazioni, ascolta gli altri e impara così a far convergere i propri obiettivi e le proprie idee sulla cooperazione. Tuttavia, gli imprenditori e le loro organizzazioni, iniziative o aziende sono spesso in competizione, ad esempio per ottenere attenzione o denaro. Questa competizione è talvolta stimolante perché li motiva a sviluppare buone idee o implementazioni. Ma spesso li rallenta anche. Il networking e la collaborazione come **atteggiamento** sono modi per mitigare questa tensione.

Poiché le reti sono create da esseri umani, influenzati dai loro diversi caratteri e talenti e a causa delle diverse esigenze e circostanze in cui si trovano, svolgono **ruoli diversi**. La sfida e la caratteristica principale delle reti di successo consiste nell'apprezzare questa diversità.

Ispirandoci a June Holley, possiamo anche dare un'occhiata ai ruoli specifici richiesti nelle reti per mantenerle in funzione e in movimento.



"Abbiate un interesse genuino per l'altra persona. Siate curiosi di sapere chi sono e come pensano. Siate disposti a vedere il mondo dal loro punto di vista". The Women's Organisation

Ruoli del team

Sulla base di un'ampia ricerca, Belbin ha identificato i ruoli di gruppo come gruppi di attributi comportamentali efficaci per facilitare il progresso del gruppo e lavorare insieme in modo efficace. Nei team e nelle reti esistono diversi ruoli che possono migliorare il successo della collaborazione, se impegnati in modo mirato, o talvolta costituire una minaccia per uno sviluppo costruttivo:

RUOLI SOCIALI



L'investigatore delle risorse è comunicativo ed entusiasta, stabilisce contatti e per lo più tiene in mente un piano di emergenza. Tuttavia, può perdere rapidamente interesse una volta terminata l'euforia iniziale del progetto.

Il coordinatore riunisce le diverse menti del team. È bravo a stabilire obiettivi, assegnare compiti e incoraggiare le decisioni. Ma in questo modo possono anche essere manipolatori e minacciare di delegare troppo lavoro agli altri membri del team.

Il teamworker è cooperativo, diplomatico, capace di percepire i sentimenti degli altri, è un buon ascoltatore e tiene unita la squadra. Ma durante le crisi può essere indeciso e fare fatica a prendere una decisione.

RUOLI DI PENSIERO



L'ideatore introduce idee nuove e innovative ed è in grado di risolvere problemi difficili. Nel farlo, può anche essere distratto e preoccuparsi eccessivamente di una comunicazione efficace.

Lo specialista è concentrato e impegnato, fornisce conoscenze e informazioni specialistiche, ma può perdersi nei dettagli.

Il valutatore è lucido, critico e pensa in modo strategico, e giudica in modo equo perché ogni opzione viene presa in considerazione. Ma raramente è una fonte di ispirazione o di motivazione.

RUOLI DI AZIONE



Il modellatore è bravo a lavorare sotto pressione e ha energia e coraggio sufficienti per affrontare gli ostacoli. Ma può anche essere provocatorio e capace di offendere i sentimenti altrui.

Lo sviluppatore svolge il proprio lavoro in modo efficiente e disciplinato. Si può fare affidamento su di loro. Lavorano secondo il principio "walk the talk", ma sono anche piuttosto inflessibili e hanno difficoltà ad adottare nuove idee.

Il finalizzatore lavora con attenzione e coscienza, individua i più piccoli errori ed è puntuale. Tende a pensare a tutto e non è bravo a delegare il lavoro.

Dopo: M. Belbin: Belbin Associates

Metodo: Discorso di presentazione

i L'elevator speech è stato utilizzato con successo per esercitarsi a essere concisi e al punto giusto nel condividere un'idea o un'informazione principale in un arco di tempo limitato. Questo è un esempio di tale esercizio:

Presentatevi in meno di un minuto.

1. il vostro nome "Il mio nome è"

→ Guardate l'interlocutore negli occhi. Sorridere. Spalle indietro. Parlare con sicurezza. La sincerità e la passione sono fondamentali per fare una buona impressione iniziale.

2. il nome della vostra azienda "Lavoro per.." o "La mia azienda è.."

→ Ancora una volta, forte e chiaro, orgoglioso. Non chiedete "Avete sentito parlare di noi...?" e non aspettate di essere riconosciuti.

3. base e copertura dove "Ho sede a.." e "Copro"

→ Adattare il paese, la città, la geografia alla situazione. Non ha molto valore citare un piccolo villaggio se si è a un raduno globale, o la propria copertura globale se si è a un raduno di una città locale. Rendetelo pertinente alla situazione.

4. la vostra personale specializzazione e/o offerta e i vostri obiettivi

→ Siate diversi, speciali e migliori in qualche modo rispetto ai vostri concorrenti. Siate significativi per l'evento o la situazione o il gruppo e, per quanto possibile, per il contatto.

→ Esprimete ciò che offrite in termini di risultati positivi per coloro che aiutate o fornite, piuttosto che concentrarvi su dettagli tecnici dal vostro punto di vista. Caricate le vostre affermazioni con vantaggi o qualità speciali.

→ Siate positivi, orgogliosi e ambiziosi nel pensare e nell'esprimere ciò che fate. Include in questa dichiarazione quali sono i vostri obiettivi, per dimostrare che siete ambiziosi e che sapete cosa volete ottenere dai contatti della rete.

Dopo il discorso di presentazione, **concludete in modo deciso, positivo e costruttivo**. La conclusione con una domanda permette di fare molto di più che lasciare che la discussione si disperda in un nulla di fatto o in un'educata chiacchierata.

Meno è meglio Tanti punti potenti in pochissime parole hanno un impatto molto maggiore di una lunga dichiarazione.

Create una versione di questa presentazione per **meno di 20 secondi**.

Fonte: [BusinessBalls](#)

Metodo: Scansione del paesaggio

i Analizzare il mercato e il contesto competenze primarie.

Quando si inizia a creare un nuovo prodotto, servizio o progetto (o a migliorarne uno esistente), è utile **analizzare il contesto, le esigenze, le sfide e le lacune**. Ciò include lo svolgimento di ricerche a tavolino, studi di casi, raccolta di prove su prodotti o servizi simili o correlati.

Date questo modello ai vostri studenti per aiutarli a inquadrare la loro idea di prodotto o servizio in un contesto più ampio. Compilarlo farà luce su iniziative già esistenti e consentirà loro di imparare dalle soluzioni disponibili e di informare il proprio approccio e la propria comprensione. Consigliate loro di cercare sul web progetti simili, di analizzare i concorrenti, di imparare da altri progetti e di adattare altre idee alla loro soluzione. L'idea è quella di capire il contesto della sfida e di essere consapevoli che ci possono essere altri che lavorano sulla stessa linea. Sia la storia che le innovazioni recenti possono arricchire il loro pensiero.

Scansione del paesaggio:	Tendenze:	Prove:	Fari:	Punti di riferimento:
Com'è il contesto? Quali sono le idee, i prodotti o le organizzazioni con cui la vostra idea è in competizione?	Idee che acquistano slancio	Soluzioni sperimentali	Idee e attori consolidati	"sono sempre stati lì"

Fonte: [EntreComp Playbook](#) e Futures Nordkapp: Actionable Futures Toolkit <https://futures.nordkapp.fi/>

Metodo: Networking - Impresa sociale

i Obiettivo: Comprendere l'importanza e la pratica del networking.

🚚 Piccolo gruppo (squadre di 4-6 persone) | circa 60 minuti | Requisiti: Spazio per la presentazione, tavoli da carosello (piccolo gruppo di lavoro), esterno.

Un **metodo interattivo orientato alla pratica** per introdurre l'abilità e l'importanza del networking in un'impresa sociale. Gli studenti esplorano l'arte del networking in un ambiente sicuro e di base, facendo prima un gioco di ruolo e conversando tra di loro. In seguito viene lanciata una sfida agli studenti, che si dividono in gruppi e considerano le competenze del proprio gruppo.

Leggete qui le istruzioni complete: [ETC Toolkit: How To Guides & Case Studies](#)
Fonte: ETC Toolkit

Approccio: Catena dell'impatto per un progetto

i Una forte catena d'impatto ci mostra i modi in cui una grande utopia sociale può essere realizzata passo dopo passo a partire dalle condizioni di oggi attraverso il nostro e l'altrui impegno. Crea una narrazione che collega l'impatto sociale desiderato con il modo in cui un'organizzazione o un'azienda vuole raggiungerlo (output/outcome). Questo ci permette di comunicare meglio con gli altri e di capire meglio gli altri, il che è una base essenziale per la cooperazione.

Aiuta gli imprenditori sia in relazione alle loro organizzazioni e aziende, sia per qualsiasi progetto (collaborativo).

Risorse: Il nostro punto di partenza Ciò che una comunità, gli individui o un imprenditore portano in una comunità o in una nuova collaborazione: Possono essere risorse materiali e immateriali come tempo, lavoro volontario o contributi in natura, una visione, contatti o risorse monetarie.

Output: Servizi e prodotti Ciò che noi o le persone attivamente coinvolte fanno o offrono.


- Incontri, eventi e altre opportunità in cui le persone possono entrare in contatto e scambiare informazioni.
- Servizi o prodotti - come corsi di formazione, consulenze, servizi, beni o guide come questa
- Idee e concetti per le politiche
- Manutenzione di un'organizzazione, di un progetto, di una rete, ad esempio la manutenzione di un orto comunitario, di un polo imprenditoriale, di una ONG.

Risultati: Cambiamento individuale o locale Risultati a livello dei gruppi target e delle persone coinvolte

- Cambiamento di prospettiva su un'idea, un gruppo sociale o un tema
- Cambiamento nel pensiero o nel comportamento delle persone. I discenti coinvolti in una formazione stimolante si comportano e pensano in modo diverso, i lettori di una guida fanno i primi passi dalla comprensione all'azione.
- Un'iniziativa, una comunità, un'organizzazione o un'impresa ottiene sostenitori, visibilità o riconoscimento. Ad esempio, nuovi membri attivi, inviti a discussioni, menzioni nei media o aumento dei follower...

Impatto: Effetto sociale generale Risultati a livello sociale, il cambiamento a lungo termine indotto dalle attività.

- L'impatto su un pubblico secondario e terziario che non ha partecipato direttamente alle attività: Per esempio, altri in altri settori o paesi applicano un'idea, questa diventa la base per nuove politiche, molte persone che ne hanno sentito parlare ora pensano o si comportano in modo diverso, oppure altre persone in altri paesi creano comunità o reti simili...
- Raggiungere il bene sociale superiore che una collaborazione voleva perseguire diventa più rilevante in generale
- Il modo in cui le persone e le organizzazioni collaborano inizia a cambiare, nuove reti emergono e acquistano influenza.


 1. Iniziare con la **visione e la missione**. Per molti si è rivelato utile, invece di guardare al proprio progetto a partire dalle proprie risorse, spesso modeste, guardare prima alla visione più ampia. Perché lavoriamo? Per quale cambiamento?

2. In una seconda fase, si possono esaminare i modi per **avvicinarsi alla visione** (come).

3. Uno sguardo critico e creativo alle **risorse** ci permette poi di impostare un piano (cosa).

Altro: Social Impact Navigator di PHINEO <https://social-impact-navigator.org/>


Metodo: Canvas collaborativo

 Questo strumento si basa sul noto [Business Model Canvas](#): un approccio non lineare al brainstorming, alla strategia e allo sviluppo di nuovi progetti. Permette di descrivere, progettare, sfidare e (ri)inventare il progetto in modo molto visivo.

Il canvas comprende 10 fasi di qualsiasi descrizione di base del progetto: Stakeholder e gruppi target, budget, ecc. È in questa forma applicata che si pone **l'accento sugli aspetti collaborativi** dello sviluppo di un progetto o di un'attività. Con un canvas completo è possibile scrivere in modo efficiente qualsiasi progetto o piano aziendale.

Leggete le istruzioni complete e scaricate il modello qui: [Collaboration Canvas – Competendo – Digital Toolbox](#)

Metodo: Analisi e comunicazione con le parti interessate

 Creare attività e piani che includano un'analisi degli stakeholder aiuta a percepire la gamma di attori che hanno influenza su un progetto - partner, pubblico interessato, moltiplicatori, esperti, donatori...

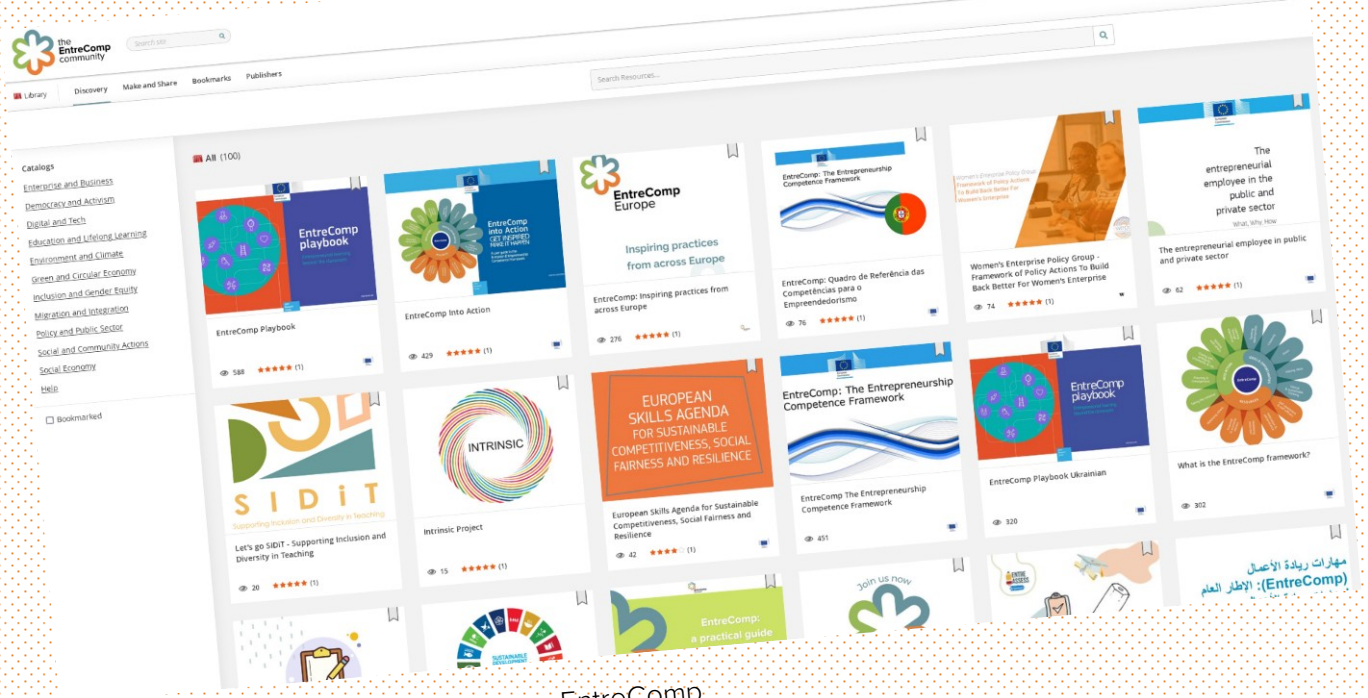
Questo modello valuta gli stakeholder in base a due criteri. Il **potere** di influenzare il progetto e di aumentarne l'impatto e l'**interesse** a voler influenzare o sostenere il progetto.

Analizzando questo dato si possono trarre alcune conclusioni utili. Ad esempio, come organizzare la comunicazione con le parti interessate o in che misura e come includerle. Leggi qui le istruzioni complete

+potere - interesse -> consultazione mantenere la soddisfazione	+ potere + interesse -> partecipazione gestire da vicino
- potere - interesse -> monitoraggio	- potere + interesse -> informazione supporto

Istruzioni: [Stakeholder Analysis and Communication – Competendo – Digital Toolbox](#)

Ulteriore ispirazione:



Biblioteca EntreComp nella piattaforma EntreComp.

Reti e le collaborazioni prosperano grazie all'ispirazione e alla condivisione.

Imparate dagli altri e informateli del vostro lavoro.



La community EntreComp

La Community EntreComp è una piattaforma di apprendimento imprenditoriale, considerata come uno sportello unico per la formazione imprenditoriale, le competenze imprenditoriali, il quadro EntreComp e altro ancora. La Community EntreComp è stata creata e sviluppata da un team di persone impegnate a riunire vari progetti europei che lavorano nel campo dell'imprenditorialità. Scoprite di più sui progetti chiave che apportano contenuti, risorse e creazione di comunità alla piattaforma di apprendimento EntreComp Community.

Il nostro obiettivo è quello di **coinvolgere, collegare, far crescere e sostenere** la community dell'apprendimento imprenditoriale, riunendo diversi attori di vari settori che sono interessati, ispirati o già utilizzano EntreComp per sostenere l'apprendimento imprenditoriale.

Sebbene la biblioteca digitale e gli articoli siano disponibili pubblicamente, per sfruttare al meglio l'intera piattaforma di apprendimento si consiglia di registrare un account personale. Solo gli utenti che hanno effettuato il login possono accedere a corsi, eventi, articoli, badge e, soprattutto, ai gruppi di rete che sono specifici per il settore o per la località e che aiutano a entrare in contatto con persone che la pensano allo stesso modo.

È l'occasione per **creare sinergie e riunire** pubblici esistenti e nuovi, rilevanti o già impegnati nell'implementazione di EntreComp o interessati all'apprendimento imprenditoriale e all'imprenditorialità. La piattaforma offre diverse opportunità:

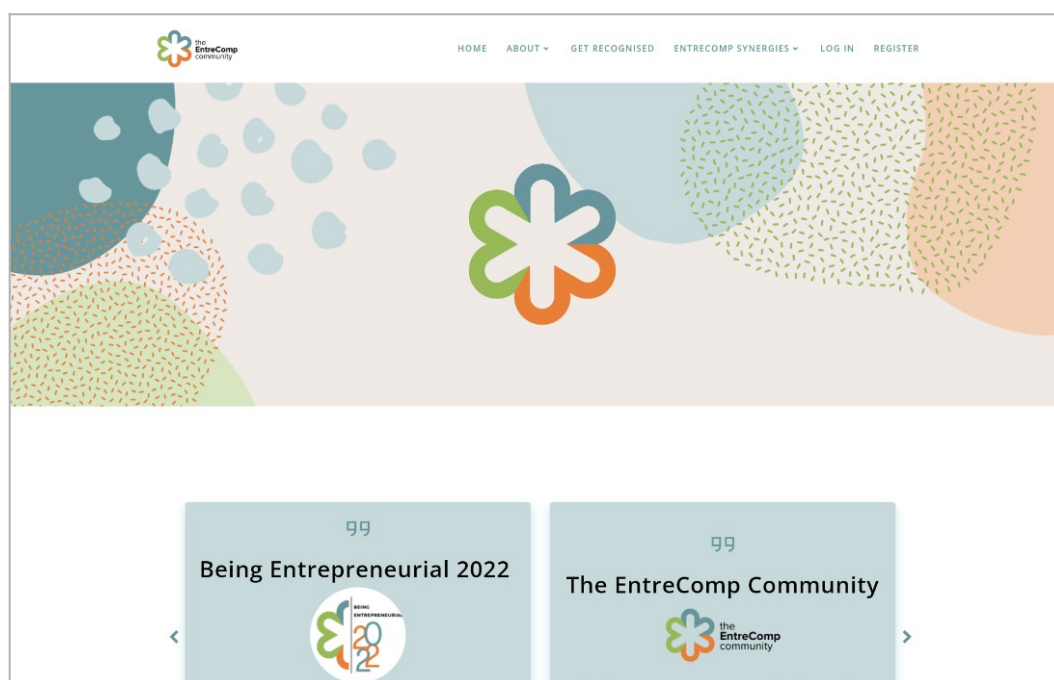
- Una biblioteca digitale, dove tutti possono esplorare la Biblioteca EntreComp, dove si trovano pubblicazioni, strumenti, casi di studio, video e altro ancora, senza bisogno di un account. Tutte le risorse possono essere visualizzate, scaricate e condivise gratuitamente. Vuoi suggerire una risorsa? Utilizzate il modulo.
- Lavorare tra i settori e con i partner per sviluppare le loro capacità e il loro impegno attraverso eventi di apprendimento innovativi e partecipativi. L'**app Eventi** offre una panoramica dei diversi incontri, delle opportunità di formazione e delle scadenze in sospeso. Ogni membro della community EntreComp può condividere qui i propri eventi. Calendario eventi
- Creare reti e collaborare all'interno di una community di pratica online e riconoscere i progressi e l'impatto, attraverso l'**applicazione Networks**. Partecipare alle community in base alla propria regione o alle aree di interesse, per scoprire le pratiche e collaborare con altre organizzazioni in tutto il mondo.

Far parte della community è facile. Innanzitutto, è necessario registrare un account. Se avete già un account, potete accedere. Per aiutarvi a sfruttare al meglio la piattaforma di apprendimento, consultate le Guide per l'utente.

Il vantaggio di entrare a far parte della community EntreComp



Fonte: Seikkula-Leino et al. 2021, p. 13; Risultati dell'indagine. Ricerca/sviluppo n=165; visibilità sulla mappa n=163; sviluppo professionale n=136; riconoscimento n=115; profilazione e condivisione n=113; altro n=26



www.entrecomp.com

RIFERIMENTI

- Arndt, P.; Wrohlich, K. (2019). Geschlechterquoten im europäischen Vergleich: Harte Sanktionen bei Nichteinhaltung sind am wirkungsvollsten. DIW Wochenbericht 38/2019; DIW Berlin — Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e. V.; https://doi.org/10.18723/diw_wb:2019-38-4
- Bacigalupo, M. (2022). Competence frameworks as orienteering tools. RiiTE Revista Interuniversitaria de Investigación en Tecnología Educativa, (12), 20–33. <https://doi.org/10.6018/riite.523261>
- Bacigalupo, M & Kampilis, P. & Punie, Y. & Van den Brande, L.. (2016). EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework. Luxembourg: Publication Office of the European Union; EUR 27939 EN. <https://doi.org/10.2791/593884>
- Belbin Associates (nd.) The Nine Belbin Team Roles, <https://www.belbin.com/about/belbin-team-roles>
- BusinessBalls: Business networking tips and techniques for networking events and networking websites. <https://www.businessballs.com/conflict-negotiation-and-influencing/networking>
- European Commission, Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises, Lilischkis, S., Tømmerbakke, J., Melleri, M. (ESMA 2021). A guide for fostering entrepreneurship education : five key actions towards a digital, green and resilient Europe, Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2826/990680>
- European Union (2018). Council Recommendation of 22 May 2018 on key competences for lifelong learning (Text with EEA relevance.) ST/9009/2018/INIT OJ C 189, 4.6.2018, p. 1–13. [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01))
- European Commission, Joint Research Centre, Bacigalupo, M., Weikert García, L., Mansoori, Y. (2020). EntreComp Playbook : entrepreneurial learning beyond the classroom, Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2760/77835>
- Enterprise Educators UK. Enterprise and Entrepreneurship Education Toolkit. <https://www.etctoolkit.org.uk/>
- Holley, J. (2018) Network Toolkit. For Network Weavers, October 2018. Network Weaver <https://networkweaver.com>
- Mulgan, G.; Tucker, S.; Ali, R.; Sanders, B. (2007). Social-Innovation – What It Is, Why It Matters and How It Can Be. Accelerated; Skoll Centre for Social Entrepreneurship/The Young Foundation; 2007
- PHINEO gAG; Rickert, A. (ed.); Kurz, B.; Kubek, D. (2016). Social Impact Navigator. Berlin. <https://www.social-impact-navigator.org/>
- Seikkula-Leino J, Salomaa M, Jónsdóttir SR, McCallum E, Israel H. EU Policies Driving Entrepreneurial Competences—Reflections from the Case of EntreComp. Sustainability. 2021; 13(15):8178. <https://doi.org/10.3390/su13158178>
- Van den Bosch, S.; Rotmans, J. (2008). Deepening, Broadening and Scaling Up: A Framework for Steering Transition Experiments. Knowledge Centre for Sustainable System Innovations and Transitions (KCT), <https://hdl.handle.net/1765/15812>
- Van den Bosch, Suzanne. (2010). Transition Experiments: Exploring societal changes towards sustainability. Thesis to obtain the degree of doctor at the Erasmus University Rotterdam, <https://repub.eur.nl/pub/20714>
- Zimmermann N., Leondieva E., Gawinek-Dagargulia M. (2018): Creativity Handbook. Building connections, drawing inspirations and exploring opportunities as individuals and groups. Facilitator Handbook #4 Competendo, Berlin, MitOst 2018 https://competendo.net/en/Creativity_Handbook



www.entrecomp360.eu

EntreComp 360 è un progetto di:



HÁSKÓLI ÍSLANDS
MENNTAVÍSINDASVIÐ

BANTANI
EDUCATION



The Women's Organisation



industrie
culturali
e creative



dare

Democracy and
Human Rights Education
in Europe