



Cofinanziato
dall'Unione europea

2021 – 1 – CZ01 – KA220 – YOU - 000029075

Il Programma FOODY EU

**PROMUOVERE L'OCCUPAZIONE GIOVANILE E LE COMPETENZE
IMPRENDITORIALI ATTRAVERSO L'ECONOMIA CIRCOLARE
APPLICATA AL SETTORE ALIMENTARE.**



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





Cofinanziato
dall'Unione europea

Struttura dei contenuti

INTRODUZIONE	3
RUOLO DEI FACILITATORI E LE BEST PRACTICE	5
ECONOMIA CIRCOLARE E SPRECO ALIMENTARE	8
MAPPARE LO SPRECO ALIMENTARE NELLE COMUNITÀ LOCALI	18
IMPRENDITORIA SOCIALE	24
IL SUSTAINABLE BUSINESS CANVA	32
LA COMUNICAZIONE ED IL LANCIO DI UN BUSINESS	48
LA GESTIONE DI UN PROGETTO	60
CONCLUSIONE	67



INTRODUZIONE

Lo spreco alimentare è un problema enorme, spesso trascurato, che le comunità di tutto il mondo devono affrontare. Si stima che il 30-40% del cibo prodotto a livello globale finisca nella spazzatura come rifiuto, per poi contribuire a sostanziali emissioni di gas serra mentre marcisce nelle discariche. Il problema risiede nel modo in cui produciamo e consumiamo il cibo. Quasi un terzo del cibo mondiale viene sprecato o perso lungo la filiera produttiva ogni anno, allo stesso tempo il numero di persone che muore di fame continua crescere. Il fatto è che in natura non esistono rifiuti: tutto viene riutilizzato da altre piante e animali. Utilizzando i principi dell'economia circolare possiamo progettare il nostro sistema alimentare in modo che funzioni con gli stessi meccanismi che osserviamo in natura, in cui gli avanzi e gli scarti vengono trasformati in cose nuove invece di essere gettati via.



L'attuazione dei principi dell'economia circolare per una migliore gestione dei rifiuti alimentari rappresenta un'importante opportunità per ridurre l'impatto ambientale e al contempo catturare valore.

Per esempio, possiamo prendere le bucce e i gambi di frutta e verdura avanzati e usarli per far crescere più cibo. Oppure possiamo dare gli avanzi di cibo in pasto a vermi e insetti che creano un terreno sano in cui coltivare il cibo. In questo modo, otteniamo il massimo da ciò che coltiviamo e non sprechiamo quasi nulla. È come un grande ciclo circolare, in cui gli avanzi di oggi diventano gli ingredienti di domani. Questo aiuta a prendersi cura del suolo e della terra che ci fornisce il cibo. E riduce anche gli sprechi.



Questo toolkit fornisce agli istruttori una guida pratica per insegnare agli studenti approcci innovativi per affrontare lo spreco alimentare nelle loro comunità.

Si concentra sullo sviluppo di competenze di base nel pensiero sistemico, nell'imprenditoria sociale, nella modellazione aziendale, nella gestione dei progetti e nella comunicazione. Gli studenti mapperanno i flussi di spreco alimentare a livello di comunità per identificare i punti caldi di intervento. Svilupperanno, struttureranno e proporranno quindi idee imprenditoriali sostenibili per gestire questi rifiuti in modo più efficace.



Fonte: <https://www.iberdrola.com/sustainability/food-waste>

Gli argomenti principali trattati includono:

- Fondamenti di Economia Circolare e Spreco Alimentare
- Tecniche di mappatura dello spreco alimentare comunitario
- Imprenditoria Sociale Creativa e Generazione di Idee
- Utilizzo del Sustainable Business Model Canvas
- Tattiche per il lancio di un Business e la Comunicazione
- Introduzione al Project Management

Dotati di questo toolkit, gli istruttori possono coinvolgere e responsabilizzare gli studenti a creare e prototipare soluzioni che portino un cambiamento reale. Gli studenti acquisiranno competenze trasversali contribuendo al compito vitale di guidare le comunità verso sistemi alimentari più circolari e sostenibili.



RUOLO DEI FACILITATORI E LE BEST PRACTICE

Il facilitatore deve stabilire e saper descrivere un contesto realistico e convincente per la realizzazione del workshop. Inizia presentando un quadro chiaro del problema globale dello spreco alimentare, del suo impatto e del potenziale di cambiamento. Il facilitatore dovrebbe utilizzare tecniche di narrazione, immagini ed esempi riconoscibili per catturare l'attenzione dei partecipanti ed enfatizzare l'urgenza del problema.

Evidenziare i principi dell'economia circolare

Spiegare chiaramente i principi dell'economia circolare e come possono essere applicati al sistema alimentare. Il facilitatore dovrebbe fornire analogie riconoscibili ed esempi del mondo reale per garantire che i partecipanti comprendano il concetto. Incoraggiare le domande e le discussioni per garantire che tutti colgano l'importanza della transizione verso pratiche circolari.

Apprendimento interattivo

Il facilitatore promuove il coinvolgimento attraverso attività interattive. Egli dovrebbe pianificare attentamente e integrare attività quali: discussioni di gruppo, laboratori e case study. Incoraggiare attivamente la partecipazione, assicurandosi che ogni partecipante abbia l'opportunità di condividere i propri pensieri e imparare dagli altri.

Moduli per lo sviluppo delle competenze:

Strutturare il workshop attorno a moduli di sviluppo delle competenze, guidando i partecipanti attraverso ogni abilità con chiarezza. Fornire esempi pratici e scenari relativi all'istruzione e allo spreco alimentare. I facilitatori dovrebbero offrire una guida durante gli esercizi, fornendo approfondimenti sull'applicazione nel mondo reale di ciascuna abilità.

Mappatura della comunità:

Attività utile per guidare i partecipanti attraverso il processo di mappatura dei rifiuti alimentari all'interno delle loro comunità. I facilitatori dovrebbero garantire che l'esercizio di mappatura sia approfondito, coprendo tutti gli aspetti, partendo da monte (produzione) per arrivare fino a valle (la conclusione del ciclo di vita di un alimento). Offrire assistenza nell'identificazione dei punti di intervento e incoraggiare discussioni collaborative tra i partecipanti.

Sviluppo dell'idea imprenditoriale



Ruolo del facilitatore: Facilitare le sessioni di brainstorming in cui i partecipanti possono sviluppare idee imprenditoriali sostenibili. Incoraggia la creatività garantendo al contempo che le idee siano in linea con i principi dell'economia circolare. Il facilitatore dovrebbe fornire indicazioni sulla fattibilità, la scalabilità e l'impatto potenziale, promuovendo un ambiente favorevole allo sviluppo delle idee.

Lancia il tuo Business: è qui che i partecipanti hanno la possibilità di mostrare ciò che hanno imparato nella sessione ed esporre le loro idee. Questa è una grande opportunità anche per gli altri partecipanti di esaminare i pro e i contro di ogni proposta o idea.

Ruolo del facilitatore: Gestire la sessione di “pitching”, ovvero lancio aziendale, creando un'ambiente sicuro e ben strutturato. Assicurati che ogni partecipante abbia un'equa opportunità di presentare le proprie idee. I facilitatori dovrebbero fornire un feedback costruttivo, concentrandosi sia sui punti di forza che sulle aree di miglioramento. Incoraggia il feedback peer-to-peer per migliorare l'esperienza di apprendimento con la tecnica sandwich (qualcosa di positivo come “pane” all’inizio ed alla fine del feedback ed una parte di critica nel mezzo, il “condimento”).

Condivisione delle risorse

In quanto facilitatori si è tenuti condividere risorse aggiuntive, materiali di lettura e casi studio. I facilitatori dovrebbero curare una raccolta di materiali rilevanti per un apprendimento continuo. Creare una piattaforma per consentire ai partecipanti di condividere le proprie scoperte e risorse (come un padlet), promuovendo una comunità di apprendimento collaborativo. Esempio di risorsa condivisibile: [Ecosia - il motore di ricerca che pianta alberi](#)

Valutazione e feedback

Raccogliere feedback dai partecipanti nelle varie fasi del workshop. Usare questi feedback per apportare modifiche in tempo reale e migliorare l'esperienza complessiva del gruppo. Dopo il workshop, analizza e fornisci nuovi feedback per perfezionare le iterazioni future e valutare l'impatto del workshop sulla base di comprensione ed impegno da parte dei partecipanti nell'affrontare lo spreco alimentare.

Materiali per i laboratori

- Lavagna o treppiedi a fogli mobili e pennarelli per presentare i concetti chiave e facilitare le discussioni.
- Proiettore o schermo per la visualizzazione di diapositive, video o contenuti interattivi.
- Laptop o computer con accesso a Internet per l'accesso alle risorse online.



- Dispense stampate o fogli di lavoro che i partecipanti possono utilizzare durante le attività.
- Post-it e pennarelli per attività di brainstorming e discussioni di gruppo.
- Modelli o fogli di lavoro per il Business Canvas sostenibile che i partecipanti possono compilare durante il workshop.
- Penne, matite ed evidenziatori per prendere appunti e note.
- Targhette o adesivi per facilitare le presentazioni e il networking tra i partecipanti (far mettere nome e pronome in bella vista).
- Timer o cronometro per tenere traccia della durata dell'attività e mantenere il rispetto del programma.
- Schede di valutazione o sondaggi per la raccolta di feedback da parte dei partecipanti al termine del workshop.
- Eventuali oggetti di scena aggiuntivi o ausili visivi rilevanti per il contenuto del workshop, come prodotti campione, materiali di imballaggio o esempi di casi studio.



WORKSHOP I

ECONOMIA CIRCOLARE E SPRECO ALIMENTARE



[L'80% del cibo sarà consumato nelle città entro il 2050: trasformare i sistemi alimentari delle città | L'iniziativa alimentare](#)

PANORAMICA

La lotta allo spreco alimentare non ha una data di scadenza. Con l'aumento dei prezzi dei prodotti alimentari, la lotta contro lo spreco alimentare è diventata più urgente che mai.

Nel mondo di oggi, in cui problemi come il cambiamento climatico e l'esaurimento delle risorse incombono, il concetto di consumo e produzione sostenibili hanno ottenuto una rilevanza significativa. Al centro di questa discussione c'è la questione dello spreco alimentare e le sue implicazioni sia per l'ambiente che per la società. In questo workshop, esploreremo le cause profonde dello spreco alimentare ed esamineremo il potenziale dei principi dell'economia circolare per mitigare questo problema urgente.

OBIETTIVI FORMATIVI

- Definire l'Economia Circolare e i suoi principi.
- Comprendere l'influenza delle scelte di vita individuali sullo sviluppo sociale, economico e ambientale.
- Riconoscere i ruoli, i diritti e i doveri dei diversi attori coinvolti nella produzione e nel consumo alimentare.



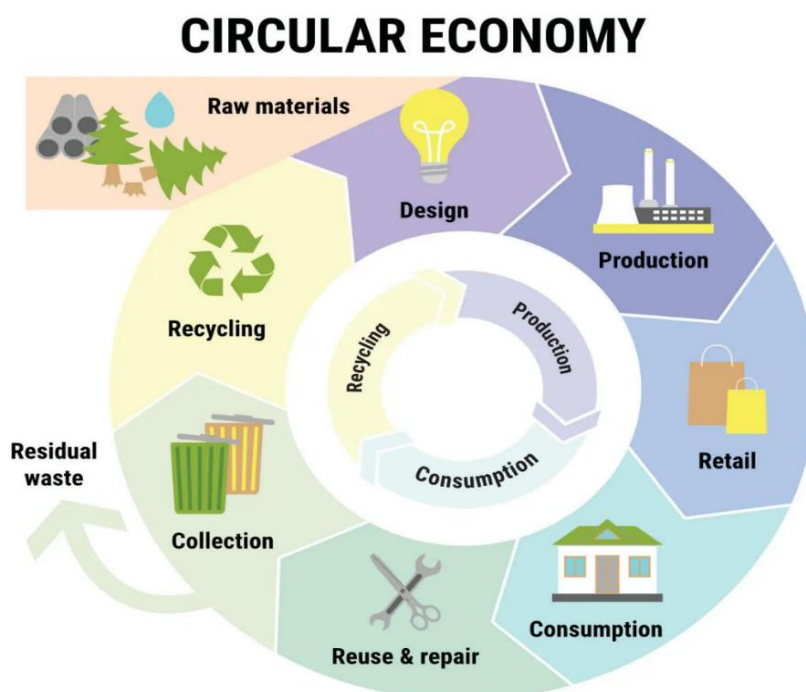
- Comprendere i dilemmi e i compromessi associati al raggiungimento di un consumo e di una produzione alimentare sostenibili, nonché i cambiamenti di sistema necessari per affrontarli.

Comprendere l'industria alimentare e i suoi sprechi

L'industria alimentare è una complessa rete di produttori, distributori, rivenditori e consumatori, tutti interconnessi in un sistema che spesso privilegia il profitto rispetto alla sostenibilità. Secondo l'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'alimentazione e l'agricoltura (FAO), circa un terzo di tutto il cibo prodotto a livello globale viene perso o sprecato ogni anno, per un totale di circa 1,3 miliardi di tonnellate. Questo spreco si verifica in varie fasi, dalla produzione e lavorazione alla distribuzione e al consumo.

Il concetto di economia circolare

L'economia circolare è un approccio rigenerativo allo sviluppo economico che mira a ridurre al minimo i rifiuti e massimizzare l'efficienza delle risorse. A differenza del tradizionale modello lineare "prendi-produci-smaltisci", l'economia circolare cerca di chiudere il cerchio eliminando i rifiuti e mantenendo i prodotti e i materiali in uso il più a lungo possibile. I principi chiave dell'economia circolare includono:



Fonte: <https://www.certificationeurope.com>



Le caratteristiche principali di un'Economia Circolare sono:

- Progettare prodotti per la longevità e la riciclabilità
- Enfatizzare il riutilizzo, la riparazione e la rigenerazione
- Passaggio dalla proprietà a modelli basati sulla condivisione (ad esempio, car-sharing e noleggio)
- Promuovere le fonti di energia rinnovabili e la gestione sostenibile delle risorse

Affrontare lo spreco alimentare con l'economia circolare

L'applicazione dei principi dell'economia circolare all'industria alimentare offre una soluzione promettente al problema dilagante dello spreco alimentare. Adottando strategie come:

- Implementare pratiche agricole sostenibili per ridurre al minimo le perdite di raccolto
- Ridurre la sovrapproduzione e le eccedenze alimentari attraverso una migliore pianificazione e previsione di domanda e offerta dei prodotti
- Creazione di reti per la redistribuzione delle eccedenze alimentari per reindirizzare il cibo commestibile a chi ne ha bisogno
- Investire in tecnologie innovative per la lavorazione e la conservazione degli alimenti
- Progettare imballaggi altamente riciclabili e promuovere alternative compostabili

Iniziative educative per il consumo sostenibile

L'educazione svolge un ruolo cruciale nel promuovere una cultura della sostenibilità e del cambiamento nei comportamenti dei consumatori. Integrando i concetti di consumo sostenibile ed economia circolare nei programmi scolastici e nei programmi educativi, possiamo consentire ai giovani studenti di fare scelte informate e diventare sostenitori del cambiamento nelle loro comunità.

Implementare l'economia circolare nelle comunità

Il coinvolgimento della comunità è essenziale per concretizzare le pratiche di economia circolare. Attraverso l'organizzazione di workshop, seminari ed eventi comunitari, possiamo sensibilizzare sull'importanza di ridurre lo spreco alimentare e incoraggiare la partecipazione attiva a iniziative sostenibili. La collaborazione con le imprese locali, le agenzie governative e le organizzazioni senza scopo di lucro possono amplificare ulteriormente il nostro impatto e promuovere un cambiamento significativo che parta dal basso.



Cofinanziato
dall'Unione europea

Caso studio di un modello di economia circolare di successo

L'esame di esempi reali di economia circolare in azione fornisce preziose informazioni sulla fattibilità e l'efficacia delle pratiche sostenibili. Casi di studio provenienti da diversi settori, tra cui quello alimentare, della moda e della tecnologia, dimostrano i vantaggi tangibili dell'adozione dei principi dell'economia circolare, come il risparmio sui costi, la conservazione delle risorse e una maggiore resilienza agli shock esterni.

Le aziende produttrici, ad oggi, per come funziona l'industria alimentare, tendono a sprecare gran parte del cibo prodotto. Imparando di più sull'economia circolare si è in grado di discutere i possibili modelli alternativi all'acquisto-uso-getto.

Partendo da questa idea, si intende supportare i partecipanti a ripensare la loro comunità.



[Caso studio Danimarca](#)

DURATA

La realizzazione intera di questo workshop richiederà circa 2 ore di tempo.

ISTRUZIONI PER L'ORGANIZZAZIONE DEL WORKSHOP

ATTIVITÀ 1

Introduzione all'Economia Circolare (25 minuti)



Fornire una breve presentazione che copra i principi chiave dell'economia circolare (ridurre, riutilizzare, riciclare, ripensare) e spiegare come questi principi possono essere applicati per ridurre gli sprechi alimentari. Usa immagini ed esempi per renderlo coinvolgente. Condividi alcune statistiche convincenti sullo spreco alimentare, sottolineandone le conseguenze ambientali. Ad esempio, la quantità di cibo sprecato a livello globale e la cosiddetta carbon footprint ovvero "impronta di carbonio" legata allo spreco alimentare di un singolo individuo o gruppo di riferimento.

Economia Circolare e Spreco Alimentare PPT

Discussione: Chiedi ai partecipanti di discutere e condividere le proprie esperienze o osservazioni relative allo spreco alimentare. Incoraggiali a considerare quali fattori contribuiscono allo spreco alimentare nelle loro famiglie o comunità.

ATTIVITÀ 2

Riflessione sui modelli di consumo e produzione alimentare personali (20 min)

Questo compito ha lo scopo di aiutarti a capire in che modo i tuoi comportamenti abituali sono correlati allo spreco alimentare (consumo e produzione). Capire questo ti aiuterà ad attuare dei cambiamenti nel tuo stile di vita e a diventare più consapevole e di conseguenza essere in grado di dare esempi su come vivere in modo più sostenibile ai tuoi giovani studenti. Per questo compito, utilizza un diario di riflessione che dovrai realizzare come preparazione all'attività in classe.

Istruzioni passo passo:

1. Per una settimana, usa il diario per annotare tutto ciò che consumi e produci. (Questo può includere anche abbigliamento, articoli per la casa, trasporti e altri beni e servizi).
2. Per ogni elemento, registrare le seguenti informazioni:
 - L'articolo stesso
 - La fonte (ad es. dove l'hai acquistato, da chi l'hai ricevuto)
 - Qualsiasi pensiero o sentimento che hai avuto riguardo al consumo o alla produzione dell'articolo.
3. Dopo una settimana, rivedi il tuo diario e rifletti sui tuoi modelli di consumo e produzione.

Rifletti sulle seguenti domande:

- Quali sono state le tue principali fonti di consumo e di produzione?
- Come sono cambiati i tuoi modelli di consumo e produzione nel corso della settimana?
- C'erano oggetti che hai consumato o prodotto per i quali ti sei sentita in colpa o preoccupata?
- Ci sono stati oggetti che hai consumato o prodotto che ti sono piaciuti?



- Ci sono cambiamenti che vorresti apportare ai tuoi modelli di consumo e di produzione in futuro?
 - Ci sono delle sfide che devi affrontare per portare questi cambiamenti?
4. Condividi le tue riflessioni in una discussione di classe e fare brainstorming su come ridurre l'impatto negativo dei tuoi modelli di consumo e produzione. (questo può essere replicato dagli studenti stessi con l'aiuto delle famiglie)

ATTIVITÀ 3

Modelli di business circolari (25 minuti)

Mostrare esempi di pratiche di economia circolare nel mondo degli affari.

Casi studio: presentare esempi di aziende che hanno adottato con successo modelli di business circolari. Discutere di come queste aziende hanno ridotto i rifiuti e il consumo di risorse, aumentando al contempo i propri utili. Per esempio:

- 1) [Agricoltura Urbana e Vertical Farming](#)
- 2) Esempio di servizi di compostaggio – [Cliccami](#)
- 3) [aziende di conservazione e fermentazione degli alimenti](#)

Recupero e redistribuzione degli alimenti

Abbiamo raccolto diversi esempi di ONG e associazioni che lottano per gli stessi valori che promuoviamo durante il nostro progetto, dai un'occhiata qui:

[Foody EU Workshop reference cap1 - Food Recovery and Redistribution](#)

ATTIVITÀ 4

Fasi del consumo alimentare (20 min)

Questa attività mira a indicare un approccio olistico ai prodotti alimentari, poiché la maggior parte della popolazione è connessa al cibo solo attraverso questa fase finale.

Ai partecipanti che lavorano in gruppo vengono consegnate foto di vari prodotti alimentari (latte, uova, pane, arance, ecc.). Il facilitatore chiede ai gruppi di pensare alle fasi di ogni prodotto, dalla produzione al consumo, e di scriverle come un processo lineare. In una sessione plenaria, ogni gruppo presenta il proprio lavoro e la discussione che segue si traduce nelle cinque fasi dei prodotti alimentari (produzione agricola; manipolazione e stoccaggio post-raccolta; trasformazione; distribuzione; consumo). Infine, ai partecipanti viene chiesto di considerare la distribuzione dell'impatto in ogni fase.

Per rendere l'attività accattivante, impostarla come uno storytelling del prodotto scelto. Ad esempio: "Il viaggio della Banana dall'Equador alle nostre case"



ATTIVITÀ CONCLUSIVA

Chiedi ai partecipanti di impegnarsi personalmente a implementare una pratica di economia circolare nella loro vita quotidiana. Potrebbe essere qualcosa di semplice come il compostaggio dei rifiuti organici.

Incoraggiare i partecipanti a riflettere apertamente sul materiale appreso durante il workshop; Lascia che condividano i loro pensieri e sentimenti e chiedi loro di dare un feedback conclusivo.

Poni domande pertinenti, come ad esempio:

- Qual è stata una cosa che hai imparato dal workshop di oggi?
- Cosa hai trovato più interessante?
- Come è stato lavorare insieme ad un gruppo?

Assicurati di riassumere i punti principali discussi durante il workshop ed evidenziare i punti chiave del Project Management. Avviare una discussione su come i partecipanti possono utilizzare le nuove conoscenze acquisite in materia di Project Management nelle loro attività di sensibilizzazione in campagne verso lo "zero spreco alimentare".

Materiali forniti

PRESENTAZIONE

[Economia circolare e spreco alimentare](#)

INFOGRAFICA

[Diagramma dell'economia circolare](#)

VIDEO

[Spiegazione dell'Economia Circolare](#)

[Qual è il problema con l'economia lineare](#)

Ulteriori approfondimenti

Libro: "Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things" di William McDonough e Michael Braungart - Questo libro delinea i principi del design circolare e un approccio "cradle-to-cradle" alla produzione sostenibile.



Sito web: Ellen MacArthur Foundation (www.ellenmacarthurfoundation.org)

La Ellen MacArthur Foundation è un'organizzazione leader nella promozione della transizione verso un'economia circolare. Il loro sito web offre una vasta gamma di rapporti, casi studio e risorse educative.

Libro: "The Circular Economy Handbook" di Peter Lacy, Jessica Long e Wesley Spindler

Una guida completa che esplora le opportunità di business e le strategie operative per l'implementazione di modelli di economia circolare.

Sito web: ReFED (www.refed.com)

ReFED è un'organizzazione senza scopo di lucro, di cui trovi le informazioni nella racconta di esempi virtuosi dell'attività 3, dedicata alla riduzione dello spreco alimentare negli Stati Uniti. Il loro sito web fornisce dati, approfondimenti e soluzioni innovative per affrontare lo spreco alimentare.

Libro: "Too Good to Waste: A Snapshot of Food Waste in Three Canadian Cities" di Second Harvest. Anch'essa associazione di cui abbiamo parlato in precedenza in questo Workshop.

Valutazione

1. Qual è il principio fondamentale di un'economia circolare?

- a) Prendere-produrre-smaltire
- b) Ridurre-riutilizzare-riciclare
- c) "Cradle to Cradle" Dalla culla alla culla
- d) Crescita lineare

Risposta: c) Dalla culla alla culla, referenza nel libro di William McDonough e Michael Braungart

2. Quale delle seguenti **non** è una strategia chiave per ridurre lo spreco alimentare?

- a) Migliorare lo stoccaggio e la conservazione
- b) Incoraggiare i consumatori ad acquistare di più
- c) Ridistribuire le eccedenze alimentari
- d) Ottimizzare la logistica della catena di approvvigionamento

Risposta: b) Incoraggiare i consumatori ad acquistare di più

3. Quale di questi materiali è in genere il più difficile da riciclare in un'economia circolare?

- a) Plastica
- b) Vetro
- c) Metallo



d) Carta

Risposta: a) Plastica

4. Qual è l'obiettivo primario del modello di economia circolare?

- a) Massimizzare il profitto
- b) Ridurre l'impatto ambientale
- c) Aumentare l'efficienza
- d) Tutti i precedenti

Risposta: d) Tutti i precedenti

5. Quale di questi è un esempio di modello di business circolare?

- a) Servizi in abbonamento
- b) Obsolescenza programmata
- c) Imballaggi monouso
- d) Conferimento in discarica

Risposta: a) Servizi in abbonamento

6. Qual è il principale motore alla base del passaggio a un'economia circolare?

- a) Regolamenti governativi
- b) Domanda dei consumatori
- c) Progressi tecnologici
- d) Tutti i precedenti

Risposta: d) Tutti i precedenti

7. Quale delle seguenti è una strategia chiave per prevenire lo spreco alimentare a livello di consumatore?

- a) Acquisto all'ingrosso
- b) Etichettatura della data di scadenza
- c) Pianificazione dei pasti
- d) Tutti i precedenti

Risposte: a) Acquisto all'ingrosso, c) Pianificazione dei pasti. Due risposte sono corrette, perché l'etichettatura non è fatta dal consumatore.

8. Quale di queste è una sfida comune nell'implementazione di pratiche di economia circolare?

- a) Mancanza di infrastrutture
- b) Elevati costi iniziali
- c) Resistenza al cambiamento
- d) Tutti i precedenti



Risposta: d) Tutti i precedenti

9. Qual è il ruolo del design di prodotto in un'economia circolare?

- a) Progettare per la durabilità e la riparabilità
- b) Progettare per l'uso singolo
- c) Progettare per l'obsolescenza programmata
- d) Nessuno dei precedenti

Risposta: a) Progettare per la durabilità e la riparabilità

10. Quale dei seguenti vantaggi porta la riduzione dello spreco alimentare?

- a) Diminuzione delle emissioni di gas a effetto serra
- b) Aumento della sicurezza alimentare
- c) Riduzione della pressione sulle risorse naturali
- d) Tutte le risposte precedenti

Risposta: d) Tutte le risposte precedenti



WORKSHOP II

MAPPARE LO SPRECO ALIMENTARE NELLE COMUNITÀ LOCALI

PANORAMICA

Il workshop "Community Mapping" si concentra sulla scoperta e la presentazione dei punti di forza dei quartieri attraverso una pratica nota come mappatura della comunità o mappatura delle risorse. I partecipanti si impegneranno nell'identificazione di varie risorse all'interno delle loro comunità, tra cui strutture fisiche, aziende, parchi e le competenze dei membri della comunità. Rappresentando visivamente queste risorse sulle mappe, i partecipanti otterranno informazioni sulle capacità e sul potenziale della loro comunità. Attraverso discussioni interattive ed esercizi pratici, i partecipanti svilupperanno competenze spendibili per contribuire positivamente allo sviluppo e al benessere delle loro comunità.

OBIETTIVI FORMATIVI

- Comprendere gli impatti ambientali e sociali dello spreco alimentare.
- Identificare i principali stakeholder coinvolti nella gestione dei rifiuti alimentari.
- Impara strategie e strumenti pratici per prevenire e ridurre al minimo lo spreco alimentare.
- Sviluppare le competenze per pianificare e implementare iniziative locali di riduzione dello spreco alimentare.
- Promuovere atteggiamenti che aumentino la consapevolezza e l'impegno della comunità sui problemi dello spreco alimentare.
- Creare piani d'azione per stabilire programmi di redistribuzione del cibo e reti comunitarie di condivisione del cibo.

INTRODUZIONE

La mappatura della comunità (a volte chiamata mappatura delle risorse) consiste nel coinvolgere i residenti nell'identificazione delle risorse del loro quartiere, nell'esaminare le opportunità e nel creare un'immagine di com'è vivere lì. L'esercizio è un metodo prezioso ed efficace di coinvolgimento della comunità semplicemente perché le mappe sono visive e facili da interpretare; Come le foto e i video, tagliano le difficoltà di comunicazione per rivelare sentimenti e idee che altrimenti potrebbero essere difficili da esprimere.

Ogni comunità ha delle ricchezze; Strutture come biblioteche e centri comunitari, attività commerciali di valore, parchi e foreste sono tra gli esempi più comuni. Ma soprattutto le persone e le loro capacità; gruppi comunitari organizzati ed associazioni o individui con i propri talenti. Tutte queste cose possono essere mappate per creare un'immagine della comunità che mostri tutto il suo potenziale.



Fonte: <https://www.codesignframework.com/>

Patrimonio sociale – “Social assets”

Le risorse sociali includono singole persone con i loro talenti, competenze e conoscenze, come insegnanti, genitori, studenti, imprenditori, giovani e anziani. Ogni membro della comunità ha prospettive uniche e preziose da condividere.

Le risorse sociali comprendono anche le organizzazioni locali, come le associazioni genitori-insegnanti, gli enti di beneficenza locali, i gruppi educativi, i gruppi ambientalisti e le associazioni di promozione sociale o culturale.

Beni materiali – “Physical goods”

I beni materiali sono luoghi o strutture a disposizione di una comunità. Ciò può includere impianti sportivi, club giovanili, parchi per animali, aree naturali locali, parcheggi, parchi



giochi o parchi dotati di attrezzi sportivi, percorsi pedonali e ciclabili, aree picnic ed altro ancora.

Beni tecnologici – “Technological assets”

Le risorse tecnologiche includono hardware (come computer e router Internet) e programmi software (come Microsoft Office o Adobe). Può anche includere app, smartphone, tablet e qualsiasi altra tecnologia a cui la comunità può accedere. Ad esempio, se la tua scuola ha un laboratorio informatico, si tratta di una risorsa tecnologica.

Patrimonio finanziario – “Financial assets”

Il patrimonio finanziario è dato da tutte le somme di denaro o le sovvenzioni disponibili per il progetto di ricerca. Questo può provenire da donazioni da parte di aziende o banche locali, oppure potrebbe essere una sovvenzione governativa.

MAPPA DELLA COMUNITÀ CONTRO SPRECO ALIMENTARE

La mappatura degli sprechi alimentari delle comunità locali comporta l'esplorazione ed una visione completa di iniziative, risorse e stakeholder dedicati ad affrontare i problemi di spreco alimentare all'interno di una specifica area geografica.

Il processo inizia con l'identificazione e la catalogazione degli attori chiave, tra cui le imprese locali, le organizzazioni non profit, le agenzie governative e le organizzazioni comunitarie attivamente coinvolte negli sforzi di riduzione degli sprechi alimentari. Utilizzando sistemi informativi geografici (GIS) o altri strumenti di mappatura, i facilitatori possono rappresentare visivamente le posizioni dei “generatori” di rifiuti alimentari, dei punti di raccolta e dei centri di distribuzione.

Durante la mappatura è importante tenere a mente la gerarchia del recupero alimentare come mostrato di seguito:





Inoltre, la mappatura può evidenziare gli orti comunitari, i siti di compostaggio e i progetti innovativi incentrati sul riutilizzo delle eccedenze alimentari. La mappa funziona come strumento dinamico per mostrare la rete interconnessa di individui e organizzazioni che lavorano in modo collaborativo per combattere lo spreco alimentare. Oltre alla rappresentazione spaziale, il processo di mappatura può incorporare diversi tipi di informazioni, come i dati sui volumi di rifiuti alimentari, storie di successo e buone pratiche ed anche l'identificazione delle aree che necessitano di ulteriore supporto.

Questa panoramica completa aiuta a promuovere la collaborazione, identificare le lacune in risorse e servizi, dunque a promuovere la consapevolezza all'interno della comunità locale, contribuendo in ultima analisi alla riduzione degli sprechi alimentari in modo più efficiente e di impatto.

[FOOD-Y WORKSHOP II – MAPPATURA DEL MOVIMENTO PER LO SPRECO ALIMENTARE DELLE COMUNITÀ LOCALI\(1\).ppt.mp4](#)

ISTRUZIONI PER L'ORGANIZZAZIONE DEL WORKSHOP

Durata

Tempo totale stimato: 2 ore.

ATTIVITA' 1 (40 minuti)

I partecipanti saranno divisi in piccoli gruppi; Ogni gruppo riceverà post-it e pennarelli e ad ogni gruppo verrà chiesto di identificare gli stakeholder della comunità coinvolti nella gestione dei rifiuti alimentari. Una volta identificati, dovranno scrivere i loro nomi su singoli post-it e posizzarli su una lavagna a fogli mobili, cercando di classificarli in diversi gruppi di stakeholder; Il formatore supporterà ogni gruppo per garantire che gli stakeholder siano divisi nella categoria appropriata.

Discutere con i partecipanti i ruoli e gli interessi dei diversi gruppi di stakeholder in materia di spreco alimentare e i potenziali benefici del loro coinvolgimento in un piano per migliorare la gestione dei rifiuti alimentari.

Una volta identificati e categorizzati gli stakeholder, ogni gruppo elaborerà un piano per ridurre lo spreco alimentare, considerando diverse strategie ed aspetti, come la prevenzione dello spreco alimentare, la redistribuzione del cibo alla comunità e il riciclo degli sprechi alimentari.

Con l'aiuto dei post-it che rappresentano gli stakeholder della comunità, ogni gruppo creerà un piano d'azione sulla propria lavagna a fogli mobili indicando i passi concreti da seguire e il ruolo degli stakeholder in quell'azione.



Ogni gruppo presenterà poi il proprio piano d'azione per combattere lo spreco alimentare. Infine, il formatore faciliterà una discussione per finalizzare il piano d'azione sulla base del contributo dei partecipanti e fornirà suggerimenti ed idee aggiuntive per rendere il piano d'azione più efficace.

ATTIVITÀ 2

Impatto dello spreco alimentare sull'ambiente (30 minuti)

Iniziare il workshop spiegando il concetto di spreco alimentare e il suo impatto sull'ambiente, l'economia e la società, concentrandosi sull'importanza del coinvolgimento della comunità locale nella riduzione dello spreco alimentare ed evidenziando i risultati positivi che possono essere raggiunti attraverso l'azione collettiva.

Continua spiegando come controllare la qualità e l'usabilità di ogni articolo, considerando fattori come il suo aspetto, l'odore e la consistenza. Successivamente discuti con il gruppo gli usi alternativi per il cibo "imperfetto" (ugly food) o in scadenza. [Referenza](#)

Dividere i partecipanti in piccoli gruppi e distribuire tra loro gli alimenti imperfetti o quasi scaduti; Ogni gruppo dovrà valutare le condizioni dei propri articoli e identificare i potenziali usi; I partecipanti dovranno creare soluzioni per utilizzare i prodotti alimentari in modo efficace.

Nel caso in cui non sia possibile fornire alimenti reali, l'alternativa è quella di fornire immagini di alimenti con una descrizione pertinente, ad esempio "un pomodoro che ha qualche brutta imperfezione" o un "pacco di uova che scadrà domani".

I partecipanti possono avere accesso a risorse online come ad esempio delle ricette; Dovranno selezionare alcuni alimenti dal loro set di articoli per creare una piatto che incorpori quegli avanzi.

Se c'è la possibilità, i partecipanti potranno creare e cucinare una ricetta che coinvolga quegli ingredienti, altrimenti ogni gruppo dovrà presentare la propria ricetta al resto dei partecipanti, spiegando gli alimenti utilizzati e i passaggi coinvolti.

Si possono fornire idee alternative come: "con queste uova scadute posso fare il giocoliere" o "con le verdure avanzate posso creare del compost".

L'importante, a fine laboratorio è mettere insieme i cibi non utilizzati dai diversi gruppi e comprendere se questi diversi avanzi possono essere combinati tra loro. Esistono applicazioni per cellule che aiutano tale processo come fa [SuperCook](#).



Un'idea alternativa, per un laboratorio d'arte, può essere sulla pittura con colori a base naturale estratti dal cibo. Questa attività è più specifica e non la tratteremo in modo approfondito in questa guida.

ATTIVITÀ 3

Esempi di gestione dei rifiuti alimentari per le comunità (30 minuti)

Condividi esempi per evidenziare l'importanza di affrontare lo spreco alimentare e la sua connessione con la fame, l'uguaglianza e i bisogni della comunità.

Dividi i partecipanti in piccoli gruppi e chiedi loro di ricercare diversi modelli di ridistribuzione alimentare, come, ad esempio, i frigoriferi comunitari e le iniziative di salvataggio alimentare esistenti, o ancora, i programmi di ridistribuzione comunitaria e l'analisi di casi studio e l'impatto positivo di queste iniziative sulla riduzione degli sprechi alimentari.

Chiedi ai partecipanti di discutere idee per la creazione di una rete di condivisione del cibo nella comunità locale, prendendo in considerazione l'identificazione di potenziali donatori di cibo, la collaborazione con le organizzazioni locali e la logistica della raccolta e della distribuzione del cibo.

Ogni gruppo dovrà creare una strategia per rendere possibile un'iniziativa di condivisione del cibo nella comunità.

Ogni gruppo presenta le proprie idee e raccomandazioni attraverso una presentazione visiva digitale o un poster, sottolineando i punti chiave ed i risultati attesi a partire dalla propria idea. (È utile fornire loro un grande foglio di carta, post-it e colori)

ATTIVITÀ CONCLUSIVA

Riassumi i punti chiave (10 min)

Incoraggia i partecipanti a condividere i loro pensieri, feedback e idee su come ridurre ulteriormente lo spreco alimentare attraverso ricette creative e diverse tecniche di preparazione degli alimenti.

Riassumi i punti chiave del workshop, evidenziando l'impatto della riduzione dello spreco alimentare sulla comunità locale.

Avviare una discussione su come i partecipanti possono integrare le lezioni apprese nella loro vita quotidiana, ad esempio attraverso la pianificazione dei pasti, la corretta conservazione e la condivisione delle conoscenze apprese con gli altri membri della loro comunità.



Materiali forniti

Presentazione - la presentazione aiuterà a guidare il workshop. Le diapositive forniscono una panoramica degli argomenti chiave che verranno trattati, nonché alcune domande di discussione e attività per facilitare l'apprendimento.

[FOOD-Y WORKSHOP II – MAPPATURA DEL MOVIMENTO PER LO SPRECO ALIMENTARE DELLE COMUNITÀ LOCALI\(1\).ppt](#)

Man mano che il workshop procede in ogni sezione, il facilitatore mostrerà le diapositive pertinenti per introdurre nuovi concetti, condividere esempi e dati e porre domande al gruppo. I partecipanti possono sentirsi liberi di prendere appunti o annotare pensieri direttamente sulle dispense stampate delle diapositive che sono state fornite.

Video

[Perché ci preoccupiamo dello spreco alimentare: tre storie di azione a casa e nella comunità](#)
[Spreco alimentare: il costo nascosto del cibo che buttiamo via](#)
[Cibo brutto: una soluzione allo spreco alimentare?](#)

Ulteriori approfondimenti

Waste-Free Kitchen Handbook: A Guide to Eating Well and Saving Money - di Dana Gunders
Food Waste Philosophy: Sustainability, Waste, and Food Systems - a cura di David Evans e Hugh Campbell
The Third Plate: Field Notes on the Future of Food - di Dan Barber

Valutazione

1. Quali sono i benefici della riduzione dello spreco alimentare per la comunità locale?
2. In che modo le persone possono contribuire a ridurre lo spreco alimentare nella loro vita quotidiana?
3. Elenca alcune strategie o iniziative discusse nel workshop che possono consentire alla comunità locale di ridurre lo spreco alimentare.
4. Quali sfide o ostacoli può affrontare la comunità locale nell'implementazione di pratiche di riduzione degli sprechi alimentari?
5. Qual è l'obiettivo principale di una rete comunitaria di condivisione del cibo?
6. Descrivi i benefici che una comunità può sperimentare stabilendo una rete di condivisione del cibo.



7. Quali sono alcune considerazioni chiave o sfide logistiche nell'organizzazione di una missione di soccorso alimentare nella comunità locale?
8. Quali sono i principali gruppi di stakeholder nella gestione dei rifiuti alimentari della tua comunità?
9. Quali sfide sorgono quando si coinvolgono diversi gruppi di stakeholder e come possono essere risolte?
10. Spiega i ruoli e gli interessi di almeno due stakeholder e come contribuiscono ad affrontare lo spreco alimentare?



WORKSHOP III

IMPRENDITORIA SOCIALE

PANORAMICA

Gli imprenditori sociali sono individui o organizzazioni che sviluppano soluzioni innovative ai problemi sociali, spesso combinando approcci aziendali con obiettivi sociali e ambientali. Se da un lato le competenze imprenditoriali sono certamente cruciali per il successo, dall'altro l'imprenditoria sociale pone l'accento anche sull'impatto sulla comunità, sull'inclusione sociale e sulla sostenibilità ambientale.

La missione sociale si riferisce pertanto all'obiettivo generale di utilizzare i principi imprenditoriali e le attività aziendali per creare un impatto sociale positivo e significativo. Mentre l'imprenditoria tradizionale spesso si concentra principalmente sulla generazione di profitti, l'imprenditoria sociale attribuisce la stessa importanza all'affrontare e risolvere le sfide sociali insieme agli obiettivi finanziari.



Fonte: <https://theimpactinvestor.com/triple-bottom-line/>



Le Risorse Umane nell'ambito dell'imprenditoria sociale svolgono un ruolo fondamentale nella creazione e nel sostentamento di una forza lavoro che non sia solo abile ed efficace, ma anche profondamente dedita alla missione sociale istituzionale. Attraverso un'enfasi concentrata sulla gestione dei talenti, sulla congruenza culturale e sul benessere dei dipendenti, le risorse umane contribuiscono in modo sostanziale al successo e all'influenza delle imprese sociali costituite.

Pertanto, quando si parla di imprenditoria sociale, è importante sottolineare la duplice attenzione nell'affrontare le sfide sociali o ambientali e nel costruire un'azienda sostenibile e di successo. È un approccio olistico che integra considerazioni economiche, sociali e ambientali per creare un cambiamento positivo nella società.

OBIETTIVI FORMATIVI

- Comprendere le potenzialità delle metodologie dell'Educazione Non Formale
- Scoprire cos'è l'imprenditoria sociale
- Comprendere come utilizzare le tecniche di Educazione Non Formale per stimolare l'apprendimento dell'Imprenditoria Sociale
- Capire quali competenze imprenditoriali possono essere utili per supportare i NEET
- Scoprire come le Imprese Sociali possono aiutare ad affrontare il fenomeno dello spreco alimentare

ISTRUZIONI PER L'ORGANIZZAZIONE DEL WORKSHOP

Il workshop è progettato per imparare come un'impresa sociale aiuta a risolvere situazioni difficili. I partecipanti progetteranno insieme un'impresa sociale che offre un servizio.

Ci sono 3 attività utili al fine di ottenere una comprensione pratica dell'imprenditoria sociale, con lo scopo di implementare soluzioni a problemi sociali, culturali o ambientali.

Durata

Il tempo ideale per questo workshop è di 2 ore, in modo da dare ai partecipanti il tempo di lavorare e riflettere sull'argomento. Può essere eseguito con un tempo minimo di circa 90-100 minuti.

Attività 1

Introduzione all'imprenditorialità (40 minuti)

Il facilitatore può iniziare esponendo come l'utilizzo del cibo avanzato si collega a nuove opportunità di business con degli esempi. Segue una breve presentazione sulle possibilità di business che derivano dalla gestione e dall'utilizzo efficace dei rifiuti alimentari con grafici e statistiche che possono evidenziare le grandi quantità di cibo scartato in tutto il mondo ogni giorno e, cosa più importante, la quantità nel tuo paese, regione o territorio. Al di là del



problema dello spreco alimentare, i facilitatori possono anche parlare di inefficienze nei processi produttivi, utilizzando esempi per assicurare una chiara comprensione del fenomeno.

Lavoro di squadra: i partecipanti saranno riuniti in piccoli gruppi di 3-5 persone per una sessione interattiva. Tutti i gruppi realizzeranno degli elenchi di pratiche “tutt'altro che ideali” nella produzione di cibo e nella gestione dei rifiuti, in base alle loro conoscenze o ipotesi. Può essere trattata come una competizione tra i gruppi di lavoro su quanto riescono ad essere orientati ad una soluzione concreta e possono includere nel loro lavoro degli elementi di produzione, trasporto, stoccaggio, consumo e post-consumo dei beni in oggetto. Ci può essere un sistema di punteggio per aumentare il coinvolgimento e la produttività dei partecipanti, il quale deve essere spiegato ed accordato prima di iniziare l'attività per dare linee guida chiare ed efficaci. Alla fine, viene chiesto ad un rappresentante per gruppo di spiegare le ragioni dietro la selezione di determinate pratiche e si raccolgono suggerimenti e idee per migliorare l'efficacia della soluzione proposta.

Il workshop si conclude con una riflessione guidata tramite domande aperte, dalla durata di 5-7 minuti.

Attività 2

Processo imprenditoriale (45 minuti)

Il processo di imprenditorialità è progressivo, quindi non si riduce a un singolo evento, è piuttosto una sequenza di eventi dalla creazione dell'idea alla sua esecuzione.

Ci sono quattro step da seguire, dalla A alla D e in ognuno di essi i partecipanti proveranno sulla propria pelle l'esperienza in modo pratico.

A. Esperienza

Può anche essere brutalmente chiamato: fare cose, incontrare persone.

Questo non offre direttamente un'idea di business, ma soprattutto una visione più ampia delle cose. Significa anche che se vogliamo essere un datore di lavoro o un leader, per farlo bene, dobbiamo prima lavorare per altre persone (per conoscere i vari modi di gestire il management o la leadership nelle aziende).

Da fare: I partecipanti avranno una discussione 2-4-all per fare brainstorming sul processo imprenditoriale e definire cosa significa per questo gruppo specifico. La metodologia 2-4-all consiste in una prima divisione a coppie per 3 minuti, dopo di che due coppie si uniscono e continuano il dialogo per altri 5 minuti ed infine tutto il gruppo mette assieme le idee raccolte nei sottogruppi di lavoro.



B. Rafforzare l'idea

Una volta che abbiamo vissuto le nostre esperienze, possiamo avere una vasta gamma di bisogni insoddisfatti e modi di guadagnare reddito attraverso esempi di buone pratiche nell'uso efficiente della produzione alimentare.

Da fare: fornire al gruppo 3 possibili idee imprenditoriali tra cui scegliere.

C. Progettazione del modello di business

Una volta individuata l'opportunità, e parlato con i potenziali partner, è bene convocare un incontro per discutere il modello di business (il promotore dovrebbe già avere un business plan).

Il modello di business prodotto dai gruppi non è altro che un business plan semplificato.

Da fare: I partecipanti saranno divisi in 3 gruppi in base all'idea imprenditoriale che hanno scelto (può essere inferiore se nessuno sceglie un'idea) e dovranno interpretare i ruoli di diversi stakeholder e trovare un'idea di modello di business che possa essere un compromesso per tutti. (si può usare [la tecnica dei 6 cappelli](#))

D. Eseguire

È il momento di investire i soldi e assumersi dei rischi (saranno sempre presi una volta che si decide di investire il capitale), per far funzionare il piano, che coinvolge tutto, dalla creazione del prodotto o servizio, all'assunzione di personale, all'affitto dello spazio e così via.

Attualmente, si può partire da casa, da uno degli incubatori d'impresa offerti da vari enti pubblici locali e pensare ai vantaggi che il concetto di coworking (lavoro cooperativo, un modo di lavorare che permette a liberi professionisti, imprenditori e PMI di diversi settori di condividere lo stesso spazio di lavoro, sia fisico che virtuale, per sviluppare in autonomia i propri progetti professionali, promuovendo nel contempo progetti comuni).

Da fare: I partecipanti racconteranno le loro idee per far funzionare l'azienda ed essere sostenibile, concentrandosi sui passi pratici tra 1 mese, 1 anno da oggi e sulla strategia a lungo termine (3-5 minuti per gruppo)

Attività 3

Esempi di modelli di successo (15 minuti)

Vantaggi del recupero degli alimenti

- <https://atlasdisposal.com/blog/5-benefits-to-companies-that-recycle-food-waste/>



Esempi di aziende che trasformano lo spreco alimentare in business, rendono più efficienti i processi, chiudono il cerchio. Cosa è possibile in termini di economia circolare, aziende di produzione alimentare, imballaggi alimentari e diversi processi? Questi casi studio ci aiuteranno a capire cosa ci si aspetta dai tirocinanti.

- <https://www.fastcompany.com/90337075/inside-the-booming-business-of-fighting-food-waste>

Comprendere i vantaggi e le possibilità di lavorare con i rifiuti.

- <https://www.ingredientsnetwork.com/exploring-the-business-benefits-of-food-waste-news118356.html>

Da fare: Creando gruppi di 3-5 persone chiedi loro di elaborare una strategia di marketing per la loro attività, concentrandosi sulla consapevolezza e sulla trasparenza.

Creeranno su carta o con strumenti digitali un visual che rappresenti il loro prodotto o servizio e abbracci valori di sostenibilità e rispetto.

Avranno solo 10 minuti per lavorarci, questa è una sfida di pensiero veloce per aiutare i partecipanti a lavorare in team sotto la pressione di una scadenza.

Attività di conclusione

Abbiamo dato a tutti i partecipanti al corso gli strumenti per creare gli inizi di un'idea imprenditoriale. Basato sull'utilizzo degli scarti alimentari, o prendendo parte a processi industriali per ridurli. Sulla base di quella che conosciamo come economia circolare abbiamo conosciuto esempi di aziende che sono state create, alcune delle quali con grande successo.

Lavorando sempre in gruppo, supervisioneremo la creazione di un'azienda simulata correlata al tema del corso. Questo sarà una base di un'idea che dimostri la comprensione dell'argomento target di questo workshop. Durante l'ultima ora, queste idee imprenditoriali saranno presentate per essere valutate dal resto dei partecipanti.

Materiali

I partecipanti al corso potranno conoscere le sfide ambientali della produzione alimentare e come creare opportunità di lavoro autonomo cercando di alleviare queste conseguenze.

Qui sotto ci sono tutti i materiali per aiutarti a visualizzare meglio il concetto sperimentato nei workshop.

Infografica

- <https://foodyproject.eu/>



Video

Diverse iniziative di lavoro autonomo e idee sullo spreco alimentare e sul riciclo alimentare

- <https://youtu.be/fRovHP4eXyM>
- <https://youtu.be/MHfKrXgfBLI>

Come scrivere un business plan

- <https://youtu.be/n6ecdYd8T6o>

Ulteriori approfondimenti

- <https://www.nature.com/articles/s41538-019-0039-7>
- <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0031938420301839>
- Titolo: Riduzione dello spreco alimentare nel settore della vendita al dettaglio: uno studio di fattibilità nell'imprenditoria sociale <http://hdl.handle.net/10400.14/18379>
- Banchiere ai poveri: micro-prestiti e la battaglia contro la povertà nel mondo - di Muhammad Yunus
- Imprenditorialità: lancio di successo di nuove iniziative - di Jochen Wirtz
- Imprenditoria sociale: nuovi modelli di cambiamento sociale sostenibile - di Alex Nicholls

Valutazione

Leggi questa guida: https://food.ec.europa.eu/system/files/2019-12/fs_eu-actions_eu-platform_jrc-assess-fw.pdf



WORKSHOP IV

SUSTAINABLE BUSINESS CANVA

Panoramica

BUSINESS CANVAS è un modello di gestione strategica che aiuta le aziende a descrivere, progettare e analizzare i propri modelli di business.

Il business canvas è stato inventato da Alex Osterwalder, un teorico del business e imprenditore svizzero, come parte della sua ricerca di dottorato. Oggi è utilizzato da un mix diversificato di industrie e settori, tra cui molte aziende di successo come IBM ed Ericsson.

Il [Sustainable Business Model Canvas](#), nello specifico, facilita la creazione di un modello di business praticabile a partire da un'idea iniziale. Considera l'interconnessione di vari aspetti all'interno e all'esterno dell'azienda. L'area di lavoro pone l'accento sui risultati ambientali e sociali, con l'obiettivo di ottimizzare gli effetti positivi sulla società e sull'ambiente, riducendo al minimo gli impatti negativi. In questo modo, la sostenibilità diventa parte integrante del nucleo dell'azienda.

La rappresentazione visiva dell'area di lavoro migliora la coerenza e la chiarezza tra i membri del team, favorendo una migliore comprensione del concetto, pertanto porta ad una comunicazione più efficace con gli stakeholder esterni ed è la base per un solido piano aziendale. Considerando i fattori finanziari insieme alle considerazioni ambientali e sociali, le aziende possono allineare i loro obiettivi con pratiche sostenibili, contribuendo a un approccio più responsabile e d'impatto alla gestione aziendale.

Obiettivi formativi

- Comprendere l'importanza del Sustainable Business Canvas per l'industria alimentare locale e il suo ruolo nell'affrontare lo spreco alimentare.
- Esplora le strategie per ridurre lo spreco alimentare lungo tutta la catena del valore alimentare.
- Impara la mappatura della comunità per identificare gli stakeholder e le soluzioni di economia circolare per lo spreco alimentare.
- Applicare il Sustainable Business Canvas per sviluppare modelli innovativi per la riduzione dello spreco alimentare.
- Sviluppare capacità analitiche per valutare le opportunità e gli impatti dello spreco alimentare.
- Coltivare la collaborazione e la risoluzione dei problemi per un'azione collettiva sulla riduzione dello spreco alimentare.



Durata

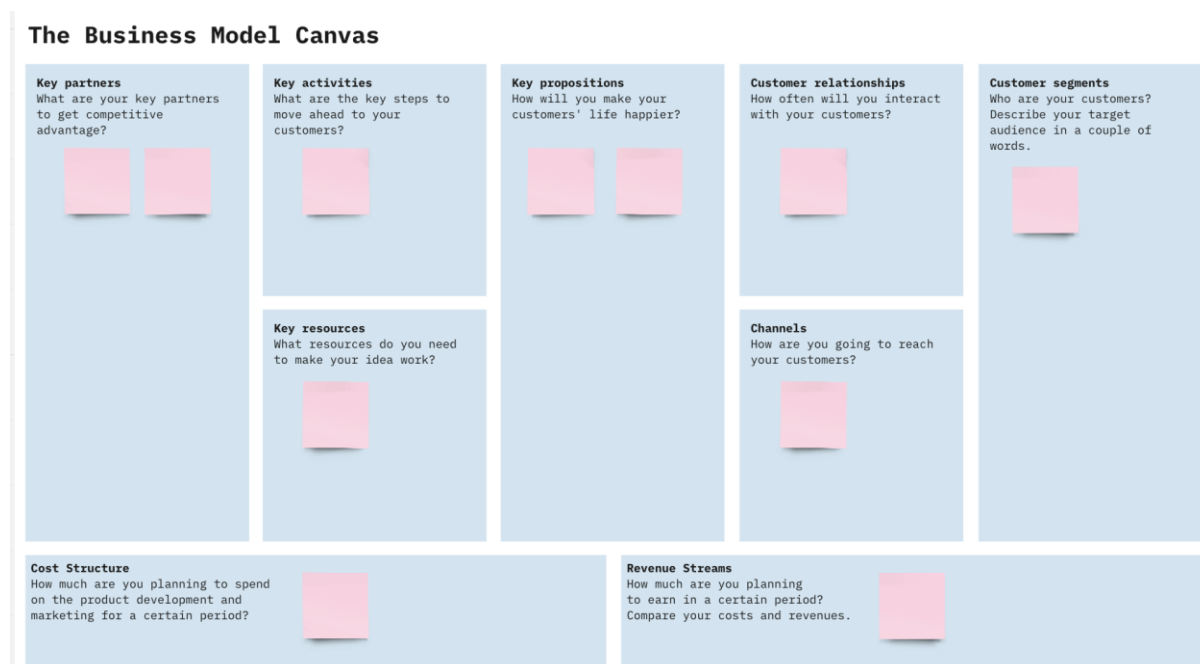
Circa 3 ore

VIDEO sul Business Model Canvas [QUI](#)

Informazioni sul Business Canvas

NOVE ELEMENTI DI BUSINESS CANVAS

- Partner chiave
- Attività principali
- Risorse chiave
- Value Proposition
- Relazioni con i clienti
- Canali
- Segmentazione della clientela
- Struttura dei costi
- Flussi di entrate



Credito visivo: Miro - Modello di modello di tela aziendale



Sustainable Business Canvas

Il Sustainable Business Canvas è la base per lo sviluppo sistematico di modelli di business orientati alla sostenibilità. Adotta un approccio integrato in cui vengono poste domande sia classiche che orientate alla sostenibilità relative al modello di business in relazione a ciascun elemento. Adattare la sostenibilità significa considerare l'impatto dell'azienda sulla società e sull'ambiente.

Sustainable Business Canvas

Project : _____ Date : _____

Key partners	Key activities	Value propositions	Customer relationships	Channels
	Key resources		Customer Segments	
Cost structure			Revenue streams	
Negative externalities			Positive externalities	

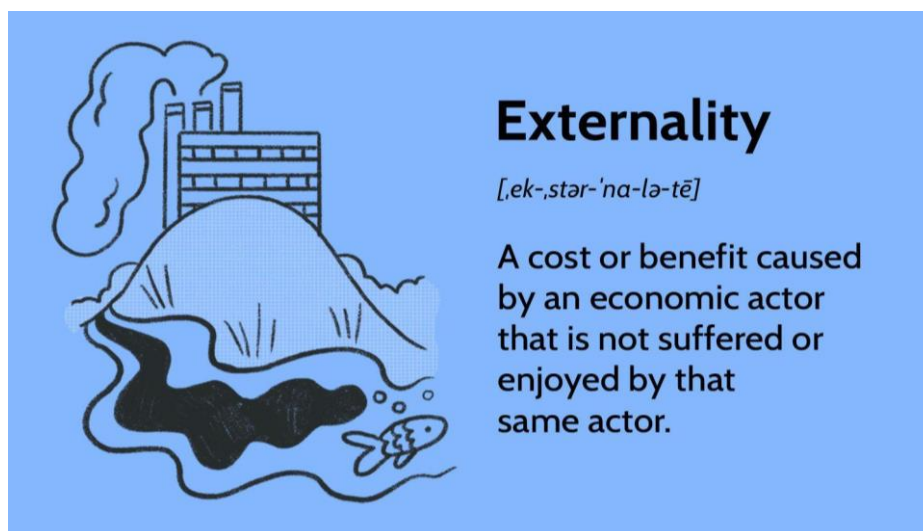
www.sustainablebusinesscanvas.org

The Sustainable Business Canvas has been designed by Loïc Bar and is initially based on Business Model Canvas by Osterwalder.



Esternalità

Un'esternalità è un costo o un beneficio causato da una parte ma sostenuto o ricevuto finanziariamente da un'altra. Le esternalità possono essere negative o positive. Un'esternalità negativa è l'imposizione indiretta di un costo esterno. Un'esternalità positiva, d'altra parte, è quando si riceve un beneficio indiretto a seguito di alcune azioni intraprese.



Fonte immagine: <https://www.investopedia.com>

Esternalità negative

I costi sociali e ambientali sono costi esterni aggiuntivi che derivano dall'impatto che le attività del progetto potrebbero avere sull'ambiente e sulle comunità circostanti. L'identificazione e la contabilizzazione di questi costi è fondamentale durante la progettazione e l'implementazione del progetto per creare un equilibrio tra le aspirazioni finanziarie e le conseguenze sociali e ambientali e, quindi, ottenere una sostenibilità completa del progetto.

Si verifica quando la consegna del tuo prodotto o servizio danneggia una terza parte. Molte aziende hanno esternalità negative. Elencarli offre un'opportunità unica per posizionare meglio la tua attività e liberare nuove opportunità.

- In che modo la tua proposta di valore ha un impatto negativo sul tuo ambiente?
- I tuoi partner?
- Le tue risorse?
- I tuoi canali?

Per concludere: le esternalità sono negative quando i costi sociali superano i costi privati.



Esternalità positive

Le esternalità positive si verificano quando c'è un guadagno positivo sia a livello privato che sociale.

In che modo le tue azioni avranno un impatto positivo sul tuo ambiente? In che modo la Value Proposition si rivolge a uno o più obiettivi sostenibili delle Nazioni Unite?

Esempi:

- Ridurre le emissioni di CO2
- Migliorare la qualità dell'acqua
- Ridurre l'inquinamento
- Migliorare la salute globale

I benefici sociali e ambientali sono i benefici esterni che il tuo progetto produce per le comunità e l'ambiente in cui opera. È fondamentale considerare i vantaggi del progetto su queste comunità e ambienti per:

- Posizionarsi come un progetto che ha un impatto sociale e ambientale positivo
- Arricchisce/rafforza la credibilità della value proposition del tuo progetto per i gruppi target
- Attrae il sostegno finanziario di governi, donatori o investitori a impatto sociale che possono aiutarti a portare il tuo progetto al livello successivo

Come utilizzare un modello di Business Canvas

1. Disegna la tela del modello di business su un grande foglio di carta. Usa post-it di diversi colori per riempire i mattoncini della tela.
2. Inizia con la segmentazione dei clienti e le proposte di valore che la tua azienda offre loro. Il colore utilizzato per le Value Proposition deve corrispondere ai rispettivi segmenti di clientela.
3. Una volta compilata la segmentazione dei clienti e le proposte di valore, completa gli elementi rimanenti per il posizionamento dell'attività: canali, relazioni con i clienti e flussi di entrate. Usa lo stesso colore se ne hai di specifici per ogni segmento di clientela. Ad esempio, nel business model canvas puoi utilizzare carte blu e arancioni per distinguere tra due segmenti di clienti distinti con proposte di valore, relazioni con i clienti, canali, flussi di entrate e benefici sociali e ambientali chiaramente diversi.
4. Procedere quindi alla compilazione del lato operativo del business model canvas: le attività chiave, le risorse chiave, le partnership chiave, la struttura dei costi e i costi sociali e ambientali.
5. Una volta fatto, usa il canvas per comprendere e analizzare il tuo modello di business e adattarlo se necessario.

In alternativa, è possibile utilizzare uno strumento online come MIRO, che fornisce modelli per il business canvas.



Esempi di Business Canvas

L'innovazione sostenibile nel Business Model Canvas di BMW

- ★ "Think ahead" è la dichiarazione rivendicata dal BMW Group per il suo approccio olistico alla mobilità sostenibile.
- ★ Con il lancio di Project, BMW affronta la sua strategia aziendale da una prospettiva diversa, poiché definisce la sostenibilità come il prossimo premio per i prodotti e i servizi per la mobilità individuale.
- ★ Il 4 Actions Framework può essere utilizzato per determinare quali azioni sono state intraprese da BMW per ricostruire il proprio Business Model Canvas verso uno più sostenibile.

Terminologia chiave per un business canvas sostenibile

Partner chiave (persone con cui lavoriamo)

I partenariati sono fondamentali per molte organizzazioni artistiche e culturali. Questi potrebbero essere con altre organizzazioni artistiche e culturali, finanziatori, fornitori di istruzione, artisti, luoghi, compagnie itineranti o organizzazioni di sviluppo.

Aspetti da considerare:

- Chi sono i nostri partner chiave?
- Qual è il loro ruolo?
- Quali risorse sono necessarie ai partner?
- Quali vantaggi otterranno dalla collaborazione con noi?
- Quali esperienze hanno i clienti con i partner?

È utile pensare al ruolo che i Key Partner svolgono nei fondamentali del tuo business, così come al "valore aggiunto" che i partner spesso apportano. Stabilisci dove strutturarli nel tuo modello di business e dove farlo potrebbe comportare dei rischi.

Attività principali

Le attività chiave descrivono le cose più importanti che un'azienda deve fare per far funzionare il proprio modello di business. Possono essere attività per creare e offrire proposte di valore, raggiungere i mercati, mantenere le relazioni con i clienti e guadagnare ricavi. Devi svolgere bene queste attività perché sono essenziali per la tua organizzazione o azienda. Più la value proposition richiede risorse, più completi sono i canali, più personali sono le relazioni con i clienti e più lungo sarà l'elenco delle attività.



Risorse chiave

Il campo Risorse chiave descrive le risorse più importanti che un progetto deve avere per garantire il successo complessivo del suo modello di business. Alcune risorse saranno di proprietà interna, mentre altre saranno risorse esterne che possono essere affittate, acquistate o utilizzate per un periodo specifico. È quindi fondamentale riflettere sulle esigenze del progetto quando si decidono le risorse in cui investire: ad esempio, meno risorse interne sono necessarie, minori sono i costi di investimento.

Tipi di risorse

ESEMPI

- Fisico - Edifici, veicoli
- Umano - Dipendenti, esperti, consulenti
- Finanziario- Liquidità, crediti

Value Proposition

Descrive due cose:

Il tuo prodotto/servizio: qual è il tuo prodotto o servizio e in che modo può contribuire a coprire le attività dei clienti? Quando descrivi il prodotto, menziona la necessità e i servizi aggiuntivi. Le Value Proposition possono essere quantitative (es. prezzo, velocità del servizio) o qualitative (es. design, customer experience).

I tuoi “antidolorifici”: in che modo il tuo prodotto o servizio allevia i “dolori” dei clienti? Per rendere unica la value proposition e differenziarla facilmente dalla concorrenza, menziona eventuali caratteristiche o aspetti speciali e il valore aggiunto che il tuo cliente ottiene dall'utilizzo dei tuoi prodotti. Questo valore aggiunto è descritto attraverso diversi attributi che rispondono alle esigenze dei clienti, come la personalizzazione, prestazioni più elevate, un marchio e una reputazione migliori, design diversi, novità, riduzione dei prezzi, dei costi e dei rischi, migliore accessibilità e maggiore convenienza.

Relazioni con i clienti

Il campo Relazioni con i clienti definisce il modo in cui interagirai con i tuoi gruppi target, dal contatto iniziale alla loro trasformazione in clienti fedeli. Sarebbe meglio scegliere il modo più vantaggioso e praticabile per raggiungere i diversi segmenti di clientela, attraverso un incontro/evento faccia a faccia, chiamandoli a freddo o impiegando una terza parte come appaltatore per avviare conversazioni. È meglio raggiungere attraverso la vendita di prodotti/servizi online o offri servizi di vendita più personalizzati? ... ed altre considerazioni del caso.

Le possibilità sono infinite quando si costruisce una relazione con un gruppo target. Tuttavia, è fondamentale notare che la strategia che scegli influenzerà l'esperienza del tuo cliente, compresa la



fiducia, la lealtà e l'impegno che sviluppano per il tuo prodotto/servizio e la tua azienda nel suo complesso.

Canali

Un canale è costituito dalle persone, dalle organizzazioni e dalle attività di marketing necessarie per trasferire la proprietà dei beni dal punto di produzione al punto di consumo. È necessario investire in strategie continue per costruire relazioni durature con i clienti attraverso canali di comunicazione appropriati che siano in linea con gli obiettivi del progetto. Scegli i canali che si adattano ai tuoi piani di marketing e vendita e che risuonano con gli interessi e le abitudini del tuo pubblico in tutti i contesti, che si tratti di social media, e-mail, eventi, riunioni, chiamate, pubblicità, app o creazione di comunità. Un piano strategico per i canali di costruzione delle relazioni è fondamentale per entrare in contatto con i gruppi target al di là degli scambi iniziali per promuovere prodotti, servizi e affinità con il marchio nel tempo.

Segmenti di clientela

I gruppi target sono l'elemento più importante del vostro modello di business. Avrai bisogno di un gruppo target ben definito e di una chiara comprensione dei loro problemi, contesti e bisogni per raggiungere gli obiettivi del tuo progetto. Comprendere i tuoi gruppi target ti consente di adattare il tuo progetto e la tua proposta di valore alle loro esigenze, aspettative e contesto, essenziale per massimizzare il potenziale di successo del tuo progetto.

La segmentazione di clienti nel Sustainable Business Canvas viene utilizzata per definire i diversi gruppi target del progetto. Puoi organizzarli e classificarli nel tuo BMC sostenibile come meglio credi. Ad esempio, è possibile suddividerli in sottosegmenti se le esigenze e le aspettative all'interno di un segmento di clienti variano e quindi necessitano di soluzioni e trattamenti diversi.

Sviluppare una mappa dell'empatia per ogni segmento e sottosegmento è un ottimo modo per iniziare. Questo strumento ti aiuterà a visualizzare e comprendere le varie esigenze, situazioni e aspettative del tuo gruppo target.

Struttura dei costi

Il campo Struttura dei costi descrive i costi monetari per il funzionamento e l'implementazione del progetto. Acquisisce tutti i costi sostenuti per ottenere tutti i campi sopra descritti nel Business Canvas. La preparazione e la manutenzione di una versione realistica e aggiornata della struttura dei costi del progetto è molto importante per comprendere i costi effettivi e potenziali di progettazione, implementazione e manutenzione del progetto e per essere consapevoli dei fattori principali e secondari di questi costi. Questo campo dovrebbe includere tutti i costi materiali e immateriali che il tuo progetto incontra, come affitto, materiali, spese generali, funzionamento, comunicazione, infrastrutture (elettricità, internet, acqua, ... ecc.), l'amministrazione, il personale e le autovetture.

Se ti stai concentrando sulla progettazione e l'implementazione di un progetto sostenibile, devi anche tenere conto dei costi sociali e ambientali del tuo progetto.

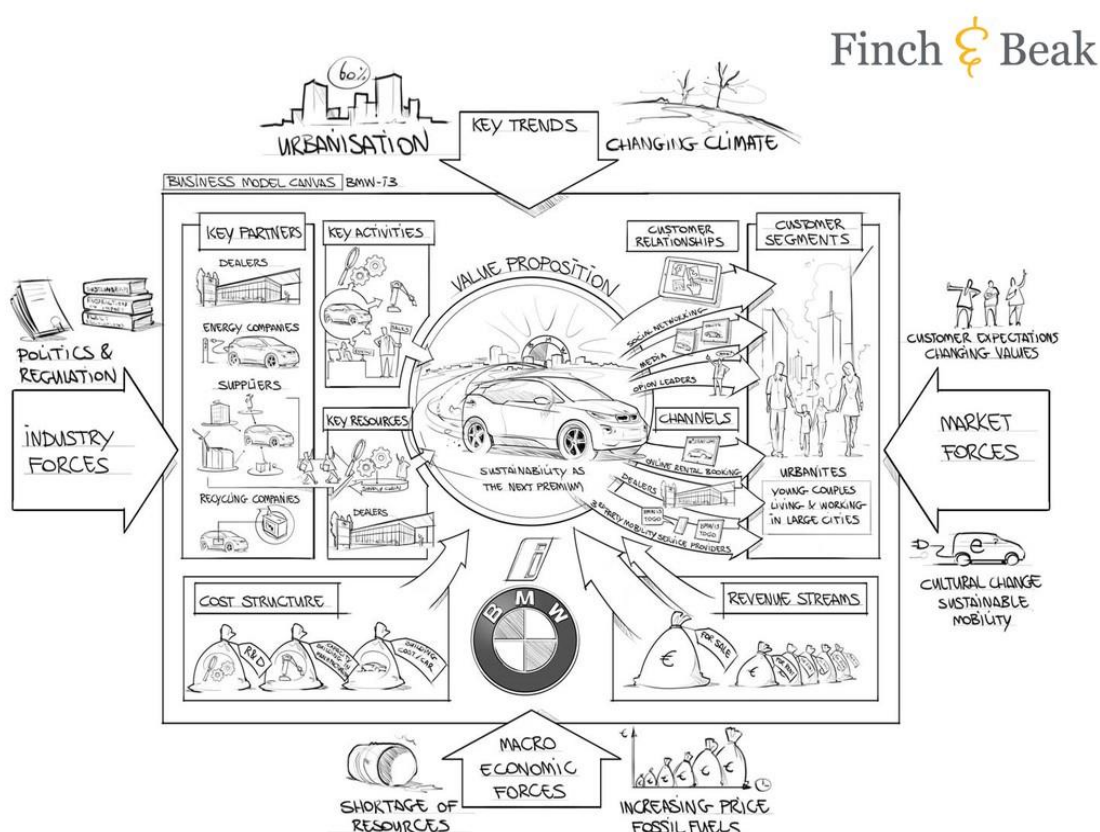
Flussi di entrate

I flussi di entrate catturano il guadagno finanziario che il tuo progetto ha convertito fornendo la tua value proposition alla tua clientela. Questo campo serve a identificare quanto i tuoi gruppi target dovrebbero pagare per ottenere la tua soluzione. I tuoi prezzi dovrebbero essere determinati dai tuoi obiettivi finali e dai modelli di business e dalle aspettative e dalle capacità di acquisto dei tuoi gruppi target.

Regolamentare e controllare i flussi di entrate del tuo progetto può creare o distruggere il tuo modello di business.

Due tipi principali di Ricavi

- Ricavi generati da pagamenti una tantum.
- Ricavi ricorrenti generati da pagamenti in corso.





Esempio di Business Model Canvas per artisti

Key partners - Trainers / Coaches / Mentors / Critics - Producers / Content co-creators - Performance / Exhibition Venues - Recording / Digitization studios - PR, Brand building & Marketing agents - Sales channels - Event management firms - Customer / Fan management tools	Key activities - Practice to perfection - Finishing your work - Expand relevant portfolios - Killing off unfinished works - Find networks, build relationships - Research clients for alignment - Create visibility (e.g. by giving work) - Stage / exhibition time - Sales: Explain, Envision, Design, Story - Gather feedback to iterate Key resources - Physical (e.g. co-sharing / bartering studio, equipment/ tools) - Intellectual content creation - Human (e.g. advisors, assistants at acad institutions) - Financial (e.g. friends, crowdfunder, grants for start-up, operational, marketing costs)	Value proposition - Performance (e.g. aesthetics) - Design - Newness / novelty - Brand / status (e.g. premium artist reputation, in-group) - Risk reduction - Accessibility - Relationship - Convenience / usability (e.g. functional division of a space) - Customization - Getting job done (e.g. lending class to a space, communicate message) - Doing good - Cost availability (e.g. multiple price points) - Investment value	Customer relationships - Networking - Customization - Self-service - Automated service - Communities - Co-creation Channels - Promotional channels - Sales force - Online - Own gallery - Pay premium galleries? - Wholesaler - Feedback channels - Mailing lists - Platforms (e.g. universities, galleries, auction houses, museums)	Customer segments: - Mentors - Peers - Critics - Connectors - Information brokers - Promoters / dealers - Fans - Die-hard supporters - Actual customers, by segment - Local vs. overseas - Mass market vs. niche - Individual vs. high network vs. corporate vs foundations / interest groups - Diversified - Multi-sided
Cost structure - Fixed vs Variable (e.g. guitar vs studio rental, paintbrushes vs paint) - Value-driven vs Activity-driven – costs should be driven by activities that increase quality and pricing power (e.g. quality of training, quality of delivery, increasing accessibility of channels vs # of recordings, # of channels) - Economies of Scale considerations (e.g. what is an optimal venue size in comparison to the costs of event management) - Economies of Scope considerations (e.g. does it make sense to offer 2 types of products leveraging the same expertise, such as photography for investigative journalism vs corporate headshots)		Revenue streams - Patron / Corporate sponsor - Originals - Auctions - Lease - Subscription - Limited run prints - Going commercial – art licensing - Grants / contributions - Advertising revenues - Brokerage - Alternative revenue streams e.g. - Corporate gigs - Murals, cars, sports gear - Design products - Live events - Lectures - Training / workshops - DVDs - Residencies		

w.edenstrategyinstitute.com

COPYRIGHT Eden Strategy Institute 2012

Note: Blue indicates aspects May addressed

Istruzioni per l'organizzazione del workshop

Utilizzando il Sustainable Business Canvas combinato con esercizi pratici e casi studio, i partecipanti acquisiranno le conoscenze e le competenze necessarie per creare modelli di business innovativi e sostenibili che contribuiscano a ridurre lo spreco alimentare lungo l'intera catena del valore.

Questo workshop mira a fornire ai NEET (giovani che non studiano, non lavorano e non frequentano corsi di formazione) le conoscenze e le competenze necessarie per sviluppare idee imprenditoriali sostenibili utilizzando il framework del Business Model Canvas. I partecipanti impareranno a conoscere le pratiche commerciali sostenibili ed esploreranno soluzioni innovative per affrontare le sfide ambientali e sociali che possono portare alla creazione di iniziative redditizie e resilienti.



Materiali necessari

- Grandi fogli di carta o una lavagna bianca
- Pennarelli e post-it
- Mappe stampate della comunità locale (se disponibili)
- Dispense con informazioni sull'economia circolare e sulle strategie di riduzione dello spreco alimentare
- dispositivi digitali per la ricerca, preferibilmente un computer portatile (possono essere usati anche gli smartphone)

Introduzione (10 minuti)

Dare il benvenuto ai partecipanti e presentare gli obiettivi e l'agenda del workshop. Evidenziare l'importanza delle pratiche commerciali sostenibili nell'affrontare le sfide globali.

VIDEO INTRODUTTIVO AL WORKSHOP

Attività 1

Ice-breaker (15 minuti)

Spiega che per dare il via alle cose, faremo un'attività per rompere il ghiaccio incentrata sui ricordi e sulle esperienze alimentari.

Imposta il tono per un ambiente di apprendimento aperto, amichevole e collaborativo.

Riflessione e scrittura individuale (5 min):

Distribuisci bigliettini o carta e penne a ogni partecipante.

Chiedi ai partecipanti di dedicare qualche minuto a riflettere e a scrivere le risposte alle seguenti domande:

- A. Qual è la tua prima o più memorabile esperienza o ricordo legato al cibo?
- B. Come ti fa sentire questo ricordo?
- C. In che modo questo ricordo si collega al tuo background culturale o familiare?

Condivisione e discussione in coppia (7 minuti):

- A. Chiedi ai partecipanti di trovare un partner che non conoscono bene e di presentarsi.
- B. Chiedi alle coppie di condividere a turno i loro ricordi e le loro esperienze culinarie l'uno con l'altro.
- C. Incoraggia i partecipanti a porre domande di follow-up e a trovare punti in comune.



Debriefing di gruppo (5 minuti):

Invita alcuni volontari a condividere uno o due spunti chiave emersi dalle loro discussioni in coppia. Evidenziare i fili comuni e le esperienze emerse, sottolineando il potere del cibo di unire le persone.

Passare alla seconda attività, basandosi sulle nuove connessioni e sul rapporto stabilito durante la “rottura del ghiaccio”.

Attività 2

Introduzione al Business Model Canvas (20 minuti)

- Introdurre il framework Business Model Canvas (BMC) come strumento per lo sviluppo di idee imprenditoriali sostenibili.
- Spiega i nove elementi costitutivi del BMC: segmenti di clientela, value proposition, canali, relazioni con i clienti, flussi di entrate, risorse chiave, attività chiave, partnership chiave e struttura dei costi.
- Discutere di come il BMC può essere utilizzato per creare modelli di business innovativi e sostenibili.

Attività 3

Generazione di idee e portare valore (30 minuti)

- Facilita una sessione di brainstorming per generare idee di business in linea con gli obiettivi di sostenibilità.
- Aiuta i partecipanti a identificare la propria market segmentation, il target ed a definire la loro value proposition unica.
- Incoraggia i partecipanti a pensare in modo creativo e a considerare l'impatto ambientale e sociale delle loro idee imprenditoriali.

Attività 4

Costruire un modello di business sostenibile (50 minuti)

- Guida i partecipanti nella mappatura delle loro idee di business sul Business Model Canvas.
- Fornisci modelli e fogli di lavoro per aiutare i partecipanti a completare ogni sezione del BMC.
- Facilitare le discussioni di gruppo e offrire indicazioni sull'integrazione dei principi di sostenibilità nella progettazione del modello di business.
- <https://miro.com/blog/how-to-make-a-great-business-model-canvas/>



Attività di conclusione

Debriefing e riflessione (15 minuti):

Facilita una discussione di gruppo per riflettere sugli insegnamenti e gli approfondimenti chiave del workshop.

Incoraggia i partecipanti a condividere i loro pensieri sulle seguenti domande:

1. Quali sono state alcune delle principali sfide o considerazioni che hai incontrato durante la progettazione di un modello di business sostenibile?
2. In che modo il Business Model Canvas ti ha aiutato a pensare all'integrazione della sostenibilità nella tua idea di business?
3. Quali sono i più grandi insegnamenti che hai tratto da questo workshop che puoi applicare alla tua attività o ai tuoi sforzi imprenditoriali?

Materiali forniti e modalità di utilizzo

Presentazione

La presentazione allegata a questo workshop guida i partecipanti attraverso il quadro di conoscenze chiave per il Sustainable Business Canvas.

Infografica

Le infografiche con la presentazione e come allegati separati illustrano visivamente le principali aree di apprendimento che i partecipanti possono modellare durante le loro esercitazioni pratiche.

Ulteriori approfondimenti

Il sito Web ufficiale di Business Model Generation di Osterwalder & Pigneur offre indicazioni e risorse per l'utilizzo del modello di business.

<http://www.businessmodelgeneration.com/>

Corso Coursera sui Modelli di Business per la Sostenibilità. (gratuito) -

<https://www.coursera.org/learn/business-models-for-sustainability>

Corso Udemy sul modello di business sostenibile. (a pagamento) -

<https://www.udemy.com/course/sustainable-business-model/>



Fonti

- Strumenti creativi per responsabilizzare i NEET sull'imprenditorialità – KA227
- <https://ellenmacarthurfoundation.org/>
- <https://miro.com/blog/how-to-make-a-great-business-model-canvas/>

QUIZ di valutazione

Sezione 1: Sustainable Business Canvas

Istruzioni: scegli l'opzione corretta (A, B, C o D) per ogni domanda.

1. Il Sustainable Business Canvas è uno strumento utilizzato per:
A. Misurare i profitti e le perdite di un'azienda.
B. Analizzare l'impatto ambientale di un'azienda.
C. Valutare la responsabilità sociale di un'azienda.
D. Sviluppare un modello di business sostenibile.
2. Quale dei seguenti elementi NON è un componente del Sustainable Business Canvas?
A. Proposta di valore
B. Attività principali
C. Flussi di entrate
D. Analisi degli stakeholder
3. Il Sustainable Business Canvas aiuta le aziende a identificare e affrontare:
A. Obiettivi finanziari a breve termine.
B. Obiettivi ambientali a lungo termine.
C. Sfide di comunicazione interna.
D. Gestione delle relazioni con i clienti.
4. Vero o falso: il Sustainable Business Canvas si concentra esclusivamente sulla sostenibilità ambientale.
A. Vero
B. Falso

Sezione 2: Community Mapping come parte di un Sustainable Business Canvas



Istruzioni: scegli l'opzione corretta (A, B, C o D) per ogni domanda.

5. La mappatura della comunità è un processo che aiuta a identificare:

- A. Modelli di comportamento dei consumatori.
- B. Opportunità di espansione del mercato.
- C. Principali stakeholder e risorse in una comunità.
- D. Infrastrutture per la gestione dei rifiuti.

6. Vero o falso: la mappatura della comunità è una rappresentazione visiva dei confini fisici di una comunità.

- A. Vero
- B. Falso

7. Quale dei seguenti elementi può essere incluso in una mappa della comunità?

- A. Scuole, ospedali e aziende locali.
- B. centri commerciali, teatri e parchi.
- C. Edifici residenziali e reti di trasporto.
- D. Tutto quanto sopra.

8. La mappatura della community può essere d'aiuto:

- A. Identificare le lacune e le opportunità in una comunità.
- B. Migliorare l'impegno e la collaborazione della comunità.
- C. Migliorare l'allocazione e l'utilizzo delle risorse.
- D. Tutto quanto sopra.

Sezione 3: Riempire gli spazi vuoti

Istruzioni: Riempi gli spazi vuoti selezionando l'opzione corretta dalla casella fornita.

Ogni opzione può essere utilizzata una volta, più di una volta o non essere utilizzata affatto.

Opzioni:

- A. Proposta di valore
- B. Analisi degli stakeholder
- C. Risorse chiave
- D. Economia circolare
- E. Flussi di entrate
- F. Partner chiave
- G. Mappatura della comunità
- H. Industria alimentare



Il 9. _____ si riferisce al sistema che ha l'obiettivo di eliminare gli sprechi e mantenere le risorse in uso il più a lungo possibile, riducendo così al minimo l'impatto ambientale.

10. _____ è un processo che rappresenta visivamente i beni, le risorse e gli stakeholder all'interno di una comunità specifica, concentrandosi sull'industria alimentare in questo quiz.

11. _____ comporta l'individuazione e l'analisi delle persone, dei gruppi o delle organizzazioni che hanno un interesse o sono interessati dall'industria alimentare e dalle iniziative di economia circolare.

Nel contesto dell'industria alimentare e dell'economia circolare, 12. _____ si riferisce al valore unico che un'azienda offre ai propri clienti, fornendo soluzioni sostenibili ed efficienti sotto il profilo delle risorse.

13. _____ sono le fonti di reddito generate dalle imprese che operano nel settore alimentare nell'ambito dell'economia circolare.

14. _____ sono i componenti, le strutture e le risorse critiche necessarie per gestire un'attività sostenibile nell'ambito dell'industria alimentare e dell'economia circolare.

15. _____ sono collaboratori o organizzazioni essenziali che svolgono un ruolo fondamentale nel sostenere e migliorare le operazioni e l'impatto delle imprese dell'industria alimentare e dell'economia circolare.

RISPOSTE

Sezioni 1 e 2 risposte:

- 1.D
- 2.D
- 3.B
- 4.B
- 5.C
- 6.B
- 7.D
- 8.D

Sezione 3 Risposte:

- 9.D (Economia circolare)
- 10.G (Mappatura della comunità)
- 11.B (Analisi degli stakeholder)
- 12.A (Proposta di valore)
- 13.E (Flussi di entrate)
- 14.C (Risorse chiave)
- 15.F (Partner chiave)



WORKSHOP V

COMUNICAZIONE ED IL LANCIO DI UN BUSINESS

PANORAMICA

Questo workshop ti insegnerà le importanti competenze necessarie per una comunicazione efficace durante il lancio o la presentazione di idee imprenditoriali. Imparerai a spiegare chiaramente i punti chiave del tuo prodotto, servizio o startup in modo da suscitare l'interesse e la convinzione delle persone. Provando diverse attività, migliorerai nel parlare in modo sicuro e coinvolgente, sia che tu stia presentando di persona o online. Raccoglierai anche suggerimenti su come entrare in contatto con il tuo pubblico e rispondere a eventuali dubbi o preoccupazioni che potrebbero avere. L'obiettivo è quello di rendere la comunicazione semplice ma potente quando si presentano le proprie idee agli altri.

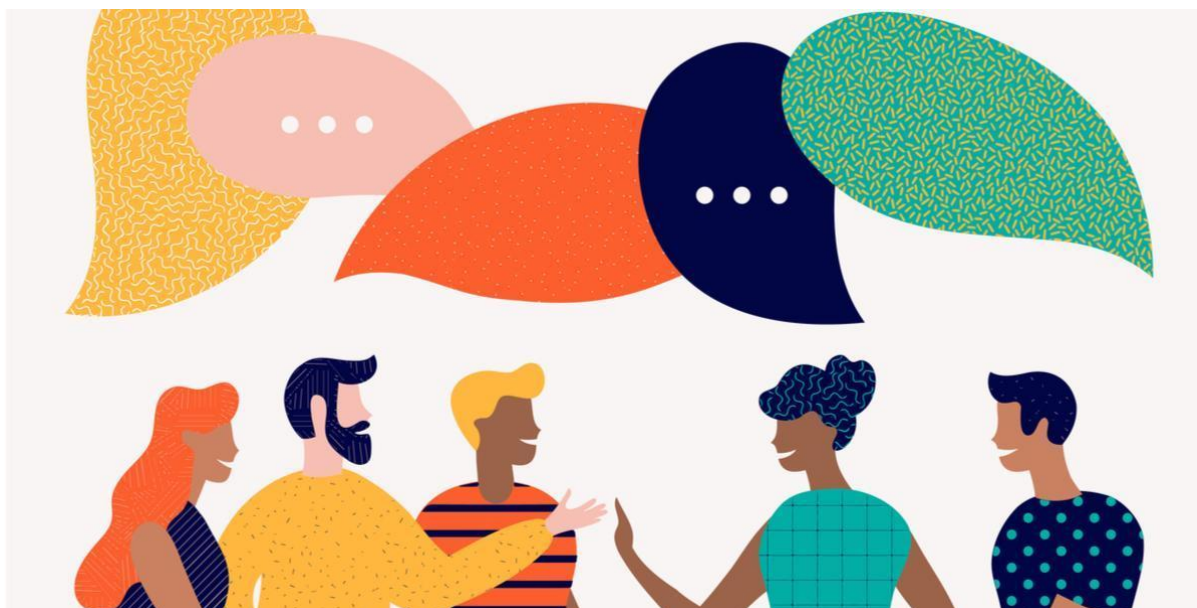
OBIETTIVI FORMATIVI

- Comprendere i vari obiettivi di una comunicazione efficace, tra cui la condivisione delle informazioni, la chiarezza, la costruzione di relazioni, la motivazione, la risoluzione dei conflitti, il processo decisionale e il feedback.
- Comprendere gli obiettivi specifici del business pitching, come la sicurezza degli investimenti, l'acquisizione di clienti, la creazione di partnership, il reclutamento dei dipendenti, la pianificazione strategica e l'adattamento al cambiamento.
- Acquisire conoscenze sull'imprenditoria sociale, sulle competenze imprenditoriali per i NEET e sul ruolo delle imprese sociali nell'affrontare lo spreco alimentare.
- Sviluppare competenze essenziali per una comunicazione efficace, tra cui chiarezza, ascolto attivo, empatia, comunicazione non verbale, risoluzione dei conflitti e fornire feedback.
- Acquisisci le competenze necessarie per un marketing aziendale convincente, come lo sviluppo del pitch, lo storytelling, la consapevolezza del pubblico, la fiducia, l'articolazione della value proposition, la gestione delle domande e la gestione del tempo.

DURATA

Circa 2 - 3 ore

La comunicazione efficace è lo scambio di informazioni, intenzioni ed emozioni. Si tratta di trasmettere chiaramente un messaggio e ricevere il riconoscimento che il messaggio è stato ricevuto e compreso dal pubblico previsto.



Una comunicazione efficace significa anche fornire un riconoscimento agli altri che assicurano che si sentano ascoltati e compresi.

Le abilità comunicative utili per costruire relazioni interpersonali positive includono:

- Ascolto attivo
- comprendere i segnali non verbali (ad es. espressioni facciali)
- Mantenere il contatto visivo
- Essere assertivi senza essere conflittuali
- Essere consapevoli dello spazio individuale delle persone
- Usare un linguaggio del corpo positivo
- Comprendere culture e background diversi
- confrontarsi con persone con diversi punti di vista
- possedere competenze e conoscenze relative all'argomento delle tue comunicazioni.

Consapevolezza personale

Sviluppare la consapevolezza personale è fondamentale per una comunicazione efficace. Ciò include il mantenimento di una mentalità positiva e la comprensione di come gli altri ti percepiscono. Anche la fiducia in se stessi e il vestirsi in modo appropriato per le diverse situazioni giocano un ruolo fondamentale. Inoltre, è importante considerare le condizioni circostanti che possono influire sulla tua comunicazione. Ad esempio, ti trovi in un ambiente rumoroso o caldo? La persona con cui stai comunicando si sente arrabbiata o insoddisfatta? Ci sono differenze culturali per cui certi comportamenti, come il contatto visivo, potrebbero essere visti come irrispettosi? Essere



consapevoli di questi contesti ambientali, situazionali e culturali può aiutarti a personalizzare il tuo approccio e garantire una comunicazione chiara, rispettosa e d'impatto.

Comunicazione verbale: uso del linguaggio positivo nelle interazioni

Quando interagisci con gli altri, l'uso di un linguaggio positivo può aumentare significativamente le tue possibilità di ottenere risultati favorevoli. Tuttavia, mantenere un tono positivo può essere difficile, soprattutto in situazioni in cui l'altra persona sembra infelice o negativa.

Il linguaggio positivo è costruttivo e incoraggiante; Suggerisce alternative e offre soluzioni ai problemi. Al contrario, il linguaggio negativo può essere scoraggiante e può aumentare le tensioni.

Si consideri il seguente esempio, quando si parla con un cliente che vuole ordinare un prodotto:

Linguaggio negativo: "Siamo esauriti e non ci aspettiamo nuove scorte per 3 settimane".

Linguaggio positivo: "Questo articolo è attualmente in ordine e lo avremo per te in 3 settimane. Vuoi prenotarne uno?"

Nella dichiarazione negativa, l'attenzione si concentra esclusivamente sull'indisponibilità dell'articolo, lasciando il cliente con un senso di delusione e incertezza. Tuttavia, la dichiarazione positiva riconosce il problema temporaneo offrendo al contempo una soluzione: la possibilità di prenotare l'articolo per quando sarà disponibile.

L'uso di un linguaggio positivo dimostra un approccio proattivo e la volontà di affrontare le preoccupazioni. Può aiutare a stemperare situazioni di tensione e promuovere un ambiente più collaborativo, aumentando in ultima analisi la probabilità di raggiungere una risoluzione reciprocamente soddisfacente.

Utilizzo dell' "IO" anziché del "TU"

Una comunicazione verbale efficace ha molto a che fare con il modo in cui inquadrano le nostre affermazioni. L'adozione di una prospettiva "io", in cui esprimiamo direttamente i nostri bisogni e le nostre prospettive, può produrre risultati più positivi rispetto alle affermazioni "tu" che possono sembrare accusatorie o impegnative. Ad esempio, considera la differenza tra dire "Gradirei qualche chiarimento sulla tempistica del progetto" e "Non hai fornito abbastanza dettagli sulla tempistica del progetto". La prima dichiarazione, formulata da un punto di vista personale, trasmette lo stesso messaggio, ma in modo più diplomatico e non conflittuale. Assumendo la responsabilità della nostra comunicazione attraverso le dichiarazioni dell'"io", evitiamo di mettere inavvertitamente gli altri sulla difensiva, favorendo un dialogo più collaborativo e costruttivo.

Stile di conversazione

Il modo in cui dici qualcosa è molto importante per una buona comunicazione. Il tuo stile di conversazione include cose come il tono della voce, il tuo accento, quanto forte o piano parli e quanto è veloce o lento il tuo ritmo. Dire le stesse identiche parole può significare cose completamente diverse in base al tuo stile di conversazione.



Quando usi uno stile di conversazione positivo e coinvolgente, puoi motivare le persone e renderle interessate. Ma se il tuo stile è negativo o noioso, le persone potrebbero escluderti.

Per comunicare in modo positivo, cerca di sembrare calmo e chiaro. Non parlare troppo velocemente o troppo lentamente. Cerca di mantenere il tuo ascoltatore coinvolto, in quanto ciò rende più probabile che risponda bene, invece di sentirsi ansioso, annoiato o scoraggiato.

Inoltre, le persone di culture diverse possono naturalmente parlare più velocemente o più piano. In questi casi, è necessario ascoltare attentamente per assicurarsi di capirsi appieno.

Utilizzando uno stile di conversazione positivo che si adatta al tuo pubblico, puoi rendere il tuo messaggio più potente e avere una conversazione migliore.

Fare domande per capire meglio

Più riesci a conoscere ciò di cui una persona ha bisogno, che vuole, a cui è interessata e la sua situazione, più facile sarà trovare risultati che siano buoni per entrambi.

Impari di più sulle persone facendo buone domande e ascoltando davvero le loro risposte. Le loro risposte ti aiutano a trovare soluzioni adeguate e anche a far sentire l'altra persona apprezzata.

Le persone di solito rispondono bene quando sentono che qualcuno vuole sinceramente conoscere la loro opinione, soprattutto in situazioni di lavoro in cui le conversazioni possono avere risultati importanti per tutte le persone coinvolte.

Prestare attenzione per capire

Porre le domande giuste è importante, ma ascoltare attentamente le risposte è altrettanto cruciale.

A volte i nostri pensieri si mettono in mezzo. Potremmo iniziare a pensare a cosa vogliamo dire dopo, o cercare di indovinare dove l'altra persona sta andando con la conversazione. Quando questo accade, smettiamo di concentrarci completamente su ciò che dicono.

Per ascoltare e capire veramente, dobbiamo mettere da parte per un momento quei pensieri che ci distraggono. Presta la tua completa attenzione alla persona che parla. Questo è l'unico modo per ascoltare e cogliere chiaramente le loro parole e il loro significato.

Note principali estratte dalla foto di cui sotto:

Suggerimenti per una videochiamata

1. Fai un test del microfono e della telecamera prima di iniziare
2. Assicurati di avere una buona illuminazione e che la tua faccia sia ripresa centralmente nello schermo
3. Se hai problemi di connessione disattiva la telecamera per risparmiare banda
4. Assicurati di avvisare i colleghi o familiari presenti che sei in una chiamata in modo da non essere disturbato/a
5. Controlla lo schermo prima di condividerlo per non esporre dati sensibili
6. Quando non parli è buona prassi mutare il tuo microfono



TIPS FOR VIDEO CALLS

- Test your microphone, audio and video settings before joining the video call meeting.
- Ensure you have enough lighting so when people see you, they are able to see your face properly.
- Change the name of profile settings to be your first name and business name so the other people on the video call know who you are and what business you are representing.
- Be conscious of how you appear to others—your surroundings behind and beside you can be seen on the video call. Consider staging, blurring or setting a background image to remove or reduce distractions.
- Recognise bandwidth issues can often be reduced by turning off your video stream—ask the people on the call if they mind you turning off your video to improve your listening experience.
- Ensure team or family members are aware you are on a video call and don't interrupt you. Someone walking behind you can distract other people on the video call.
- Check your screen before sharing it. Confidential or embarrassing information can damage your credibility.
- Mute your microphone if you are not talking. This ensures other parties on the call don't hear your background noise, typing on keyboard or others talking.
- Look at the camera when you are talking, rather than at faces on screen. To others, you will appear to be looking directly at them.

Comunicazione scritta

Molte comunicazioni nella nostra vita lavorativa avverranno tramite e-mail, documenti, lettere e rapporti. Anche se hai più tempo per prepararti per la comunicazione scritta, scrivere bene per il lavoro è ancora molto importante. Usa strumenti di supporto come Grammarly se scrivi in lingua.

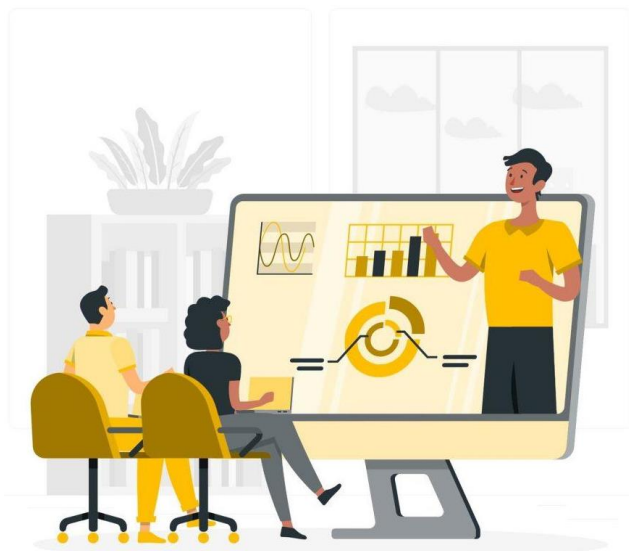
Molte delle stesse abilità utilizzate quando si parla con qualcuno possono anche aiutare con la comunicazione scritta, come fare buone domande e usare il tono giusto. Dovresti essere educato e dire le cose in modo chiaro, soprattutto se hai bisogno che l'altra persona intraprenda un'azione dopo aver letto il tuo messaggio scritto.

Segui questo semplice schema quando scrivi una lettera a un socio in affari, un collega o un cliente.

1. Saluto educato, ad esempio: e-mail: Ciao [nome]; Ciao team del servizio clienti
2. Semplice paragrafo introduttivo: spiega perché stai scrivendo
3. Secondo e/o terzo paragrafo: i fatti che devi condividere con il lettore
4. Ultimo paragrafo: il riassunto conclusivo che delinea la tua raccomandazione o ciò che richiedi al lettore (call to action)
5. Blocco firma: termina le comunicazioni con il tuo nome, la tua firma e i tuoi dati di contatto. (preimpostabili per non doverli ripetere ad ogni email)



Presentazione aziendale



Un business pitch è una presentazione di idee imprenditoriali ai potenziali clienti per convincerli che la tua azienda è la scelta giusta. Può trattarsi di una scrittura, di una presentazione multimediale o di un pitch personale consegnato faccia a faccia.

Che si tratti di una singola persona o di un grande raduno di persone, una presentazione ben congegnata con un'ottima consegna può convincere le decisioni e garantire l'affare.

Prima di iniziare a creare il tuo modello di presentazione aziendale, dovrai concentrarti su:

A chi stai indirizzando la tua presentazione: chi è il mio pubblico?

Quali sono gli obiettivi di questo pitch – Cosa voglio ottenere con questa presentazione?

Come verrà fatta questa presentazione – La presenterò di persona o la invierò via e-mail? Utilizzerò componenti audiovisivi?

Porsi queste tre domande è fondamentale, dato che decideranno che tipo di pitch crei. Non esiste un modello unico per una piazzola. Invece, la struttura e il contenuto della tua presentazione dipenderanno fondamentalmente da come rispondi alle tre domande.

Durata

Circa 2 ore e mezza.

ISTRUZIONI PER L'ORGANIZZAZIONE DEL WORKSHOP

L'obiettivo di questo workshop è quello di migliorare le capacità di presentazione e la sicurezza dei partecipanti nel presentare le loro idee o progetti a potenziali investitori, partner o parti interessate.



ATTIVITÀ 1

Educazione non formale vs apprendimento tradizionale (40 minuti)

Obiettivi

Comprendere l'importanza dell'educazione non formale nell'integrare i metodi di apprendimento tradizionali ed esplorare strategie coinvolgenti per incorporare le tecniche di educazione non formale nelle pratiche di insegnamento.

Fasi dell'attività

1. Introduzione (5 minuti):

- a) Accogliere i partecipanti e presentare l'obiettivo del workshop.
- b) Spiegare brevemente l'importanza dell'educazione non formale nel potenziare i metodi di insegnamento tradizionali.

2. Attività rompighiaccio - "Due verità e una bugia" (5 minuti):

- a) Chiedi a ogni partecipante di pensare a due affermazioni vere su se stesso e a un'affermazione falsa.
 - b) Ogni partecipante condivide le sue tre affermazioni e il resto del gruppo indovina quale sia la bugia.
- Questa attività incoraggia l'interazione e dà un tono positivo al workshop.

3. Comprendere l'educazione non formale (10 minuti):

- a). Facilitare una breve discussione sull'educazione non formale e su come può supportare l'istruzione formale.
- b) Evidenziare esempi di metodi di educazione non formale come workshop, seminari, apprendimento esperienziale.
- c) Chiedi ai partecipanti di condividere tutte le esperienze che hanno avuto con l'educazione non formale e il suo impatto sull'apprendimento.

4. Attività di gruppo - "Brainstorming sull'educazione non formale" (12 minuti):

- a) Dividere i partecipanti in piccoli gruppi di 3-4 persone.
 - b) Fornisci a ciascun gruppo post-it e pennarelli.
 - c) Incaricare ogni gruppo di fare brainstorming su diverse tecniche o attività di educazione non formale che possono essere incorporate nelle loro pratiche di insegnamento.
- Incoraggiare la creatività e il pensiero fuori dagli schemi.
- d) Dopo 8-10 minuti, chiedi a ogni gruppo di presentare le proprie idee al resto dei partecipanti.

5. Riflessione e condivisione (5 minuti):

Conduci una breve riflessione sulla sessione di brainstorming. Discutere i potenziali benefici e le sfide dell'implementazione di tecniche di educazione non formale nell'insegnamento.

Incoraggia i partecipanti a condividere eventuali intuizioni o idee che hanno tratto dall'attività.



6. Conclusione e conclusione (5 minuti):

Riassumi i punti chiave del workshop.

Ringrazia i partecipanti per la loro partecipazione attiva e il loro impegno. Fornire risorse o ulteriori materiali di lettura sull'educazione non formale per coloro che sono interessati a saperne di più.

ATTIVITÀ 2

Progettazione di un Pitch Deck (40 minuti)

Obiettivo

Fornire ai partecipanti le competenze e gli strumenti necessari per creare uno schema efficace per un “pitch deck” ovvero discorso di lancio di un business.

Materiali necessari

- Computer o laptop con accesso a Internet
- Proiettore o schermo per la dimostrazione
- Carta/penna e carta per prendere appunti

Fasi dell'attività

1. Introduzione ai Pitch Deck (5 minuti):

- a) Spiegare lo scopo di un pitch deck: presentare in modo sintetico un'idea o un progetto imprenditoriale a potenziali investitori, partner o parti interessate.
- b) Evidenziare i componenti chiave tipicamente inclusi in un pitch deck, come la dichiarazione del problema, la soluzione, l'opportunità di mercato, il modello di business, il team e i dati finanziari.

2. Presentazione dei modelli di Pitch Deck (5 minuti):

- a) Presentare ai partecipanti vari modelli di pitch deck disponibili online, come quelli forniti da Slidebean, Canva o PowerPoint.
- b) Dimostrare come accedere e utilizzare questi modelli, evidenziandone le caratteristiche user-friendly e le opzioni di personalizzazione.
- c) Fornire link o risorse per consentire ai partecipanti di esplorare e scaricare questi modelli per uso personale.

3. Sessione di brainstorming di gruppo (15 minuti):

- a) Dividi i partecipanti in piccoli gruppi di 3-4 persone.
- b) Assegna a ciascun gruppo un'ipotetica idea o progetto imprenditoriale su cui lavorare (ad esempio, una startup tecnologica, un'impresa sociale, un'app mobile).



- c) Incoraggiare i gruppi a fare brainstorming e delineare i componenti chiave di un pitch deck per l'idea assegnata, utilizzando i modelli forniti.
- d) Ricorda ai partecipanti di concentrarsi sulla chiarezza, la brevità e l'attrattiva visiva quando strutturano i loro modelli di pitching.

4. Personalizzazione del modello e feedback (10 minuti):

- a) Dare il tempo ai gruppi di personalizzare i modelli di pitch deck scelti con lo schema che hanno sviluppato.
- b) Circolare tra i gruppi per offrire indicazioni, rispondere a domande e fornire feedback sulle loro strutture schematiche.
- c) Incoraggiare i gruppi a incorporare immagini, grafica ed elementi narrativi avvincenti per migliorare i loro pitch deck.

5. Presentazione e revisione tra pari (5 minuti per gruppo):

- a) Invitare ogni gruppo a presentare al resto dei partecipanti una breve panoramica del proprio schema di presentazione.
- b) Incoraggiare feedback costruttivi e discussioni da parte del pubblico sui punti di forza e sulle aree di miglioramento di ogni schema.
- c) Sottolineare l'importanza della chiarezza, della coerenza e della persuasività nel comunicare efficacemente l'idea o il progetto imprenditoriale.

6. Conclusione e condivisione delle risorse (5 minuti):

- a) Riassumere i punti chiave dell'attività, sottolineando l'importanza di un pitch deck ben strutturato per trasmettere una narrazione avvincente.
- b) Fornire ai partecipanti risorse e strumenti aggiuntivi per un'ulteriore esplorazione e perfezionamento dei loro pitch deck, come tutorial, articoli o workshop online.
- c) Incoraggiare i partecipanti a continuare a perfezionare i loro pitch deck e a chiedere feedback ai colleghi o ai mentori prima di finalizzarli per la presentazione.

Fornendo ai partecipanti l'accesso ai modelli di pitch deck e guidandoli attraverso il processo di delineazione dei propri discorsi di lancio di un'idea progettuale, questa attività consente loro di sviluppare le abilità di pitching essenziali in modo pratico e realmente spendibile nell'ambito lavorativo.

Inoltre, l'uso di strumenti software di facile utilizzo rende il processo più rapido e semplice, consentendo ai partecipanti di concentrarsi sulla creazione di una narrazione avvincente per le loro idee o progetti di business.



ATTIVITÀ 3

Confidenza durante i propri discorsi (60 minuti)

Obiettivi

- Esercita una comunicazione efficace e capacità di pitching
- Dare e ricevere feedback costruttivi
- Costruisci la fiducia nel parlare in pubblico

Fasi dell'attività

1. Impostare:

- a) I partecipanti sono divisi in coppie
- b) Ogni coppia ha a disposizione 10 minuti per sviluppare una presentazione di 2 minuti su un'ipotetica idea di prodotto o servizio

2. I partecipanti, a turno, presentano la loro idea al partner per 2 minuti mentre il partner osserva. (5 minuti)

3. L'osservatore fornisce un feedback positivo concentrandosi su ciò che ha funzionato bene in campo. (3 minuti)

4. I ruoli vengono quindi invertiti e il processo si ripete. (10 minuti)

5. Riunire tutti come un unico gruppo.

6. Aprire la sala ai volontari per consegnare la loro presentazione di 2 minuti all'intero gruppo. (15 minuti)

7. Dopo ogni presentazione, chiedi agli altri partecipanti di fornire un feedback utilizzando le seguenti linee guida:

- a) Un commento positivo sui punti di forza/su ciò che ha funzionato bene
- b) Un suggerimento costruttivo per il miglioramento

8. Facilitare una discussione di gruppo sulle lezioni apprese in materia di comunicazione efficace, linguaggio del corpo, narrazione, consapevolezza del pubblico, ecc. (10 minuti)

9. Riassumi i punti chiave. (5 minuti)

[Scarica l'infografica](#)



Suggerimenti per i facilitatori:

- Creare un ambiente favorevole per un feedback aperto
- Modella tu stesso un feedback costruttivo
- Incoraggia i partecipanti a uscire dalla loro zona di comfort
- Focalizza il feedback sulla consegna e sulla presenza, non solo sui contenuti
- Ciò consente ai partecipanti di esercitarsi nel pitching, ottenere feedback in tempo reale, osservare gli altri e avere una discussione aperta mentre si applicano le capacità di comunicazione in un ambiente sicuro.

Materiali forniti e modalità di utilizzo

Presentazione

Infografica

https://docs.google.com/presentation/d/1IJVo0zzvcnSCmxJvlyg4x_ajLAis73iT/edit#slide=id.p1

Video

Comunicazione con gli altri.- [La comunicazione](#)

Il Pitching Aziendale - <https://www.youtube.com/watch?v=hl3tAy7ntY8>

Materiali di lettura

"Talk Like TED: The 9 Public-Speaking Secrets of the World's Top Minds" di Carmine Gallo: questo libro esplora le tecniche di comunicazione utilizzate dai relatori TED di successo e fornisce consigli pratici per migliorare le proprie capacità di presentazione.

"Pitch Anything: An Innovative Method for Presenting, Persuading, and Winning the Deal" di Oren Klaff : Oren Klaff introduce un nuovo approccio al pitching e offre approfondimenti sulla psicologia del deal-making.

"Influence: The Psychology of Persuasion" di Robert B. Cialdini : Anche se non riguarda specificamente il pitching, questo libro classico approfondisce i principi della persuasione, che sono fondamentali per una comunicazione efficace in un contesto aziendale.

"Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die" di Chip Heath e Dan Heath: I fratelli Heath esplorano gli elementi che rendono le idee memorabili e forniscono consigli pratici per creare messaggi che rimangono.

"L'arte di comunicare" di Thich Nhat Hanh: questo libro si concentra sulla comunicazione consapevole, fornendo approfondimenti su come esprimersi con chiarezza e compassione.



Strumenti di valutazione

Toastmasters International : Entrare a far parte di un club Toastmasters può fornirti un ambiente di supporto per esercitarti e migliorare le tue capacità di parlare in pubblico e comunicare.

Pitcherific : Pitcherific è uno strumento online che ti aiuta a creare e praticare il tuo pitch. Fornisce un feedback sul ritmo, sulla scelta delle parole e sull'efficacia complessiva.

Prezi : Prezi è uno strumento di presentazione che ti permette di creare presentazioni dinamiche e coinvolgenti. Può essere un'ottima piattaforma per esercitarsi e perfezionare il tuo pitch.

Visme : Visme è un altro strumento per la creazione di contenuti visivi che può aiutarti a progettare presentazioni accattivanti. Offre modelli e strumenti per rendere la tua presentazione visivamente accattivante.

Harvard Business Review (HBR) : HBR pubblica spesso articoli sulla comunicazione efficace e sul pitching. Leggere regolarmente gli articoli di HBR può tenerti aggiornato sulle ultime tendenze e sulle migliori pratiche.

Ricorda, la chiave per migliorare è la pratica e il feedback coerenti. Utilizza questi strumenti e materiali per affinare le tue capacità di comunicazione e presentazione nel tempo.



WORKSHOP VI

GESTIONE DI UN PROGETTO

PANORAMICA

Il Project Management è il processo di condurre il lavoro di un team per raggiungere tutti gli obiettivi del progetto entro i limiti temporali ed di budget stabiliti. In altre parole, il Project Management è l'applicazione di processi, metodi, competenze, conoscenze ed esperienze per raggiungere specifici risultati di progetto secondo i criteri di accettazione del progetto all'interno di regole e linee guida concordate. La gestione dei progetti ha risultati finali che sono limitati a una pianificazione e a un budget fissi.

In questo workshop, i partecipanti esploreranno le basi del Project Management e acquisiranno familiarità con la gestione di un progetto relativo alla gestione dei rifiuti alimentari.

OBIETTIVI FORMATIVI

- Comprendi cos'è la gestione dei progetti e gli strumenti e le fasi coinvolte.
- Scopri il ruolo di un project manager e le diverse fasi di un progetto.
- Conoscere i diversi metodi di gestione dei progetti e come scegliere quello adatto al contesto.
- Scopri come impostare obiettivi e traguardi per un progetto.
- Acquisizione di competenze nella creazione di pianificazioni di progetti, budget, piani di qualità e gestione delle risorse.
- Sviluppare attitudini per avviare e condurre efficacemente i processi di gestione dei progetti.

Durata

Circa 2 ore e mezza

Il project management è la struttura che guida un team per raggiungere tutti gli obiettivi del progetto.

La gestione dei progetti è basata sulla pratica di utilizzare conoscenze, abilità, strumenti e tecniche per completare una serie di attività per fornire valore e ottenere un risultato desiderato.



Ma prima di tutto cos'è un Progetto?

Un progetto è una serie di compiti, attività e risultati finali strutturati che vengono eseguiti con cura per ottenere il risultato desiderato. Ogni aspetto di un progetto deve passare attraverso le fasi del ciclo di vita del progetto prima di raggiungere un obiettivo finale. Questo ciclo di vita consente ai project manager di eseguire ogni fase del progetto in modo efficace. Consente loro di pianificare meticolosamente ogni compito e attività, garantendo le massime possibilità di successo di un progetto.

Ecco alcuni esempi di progetti:

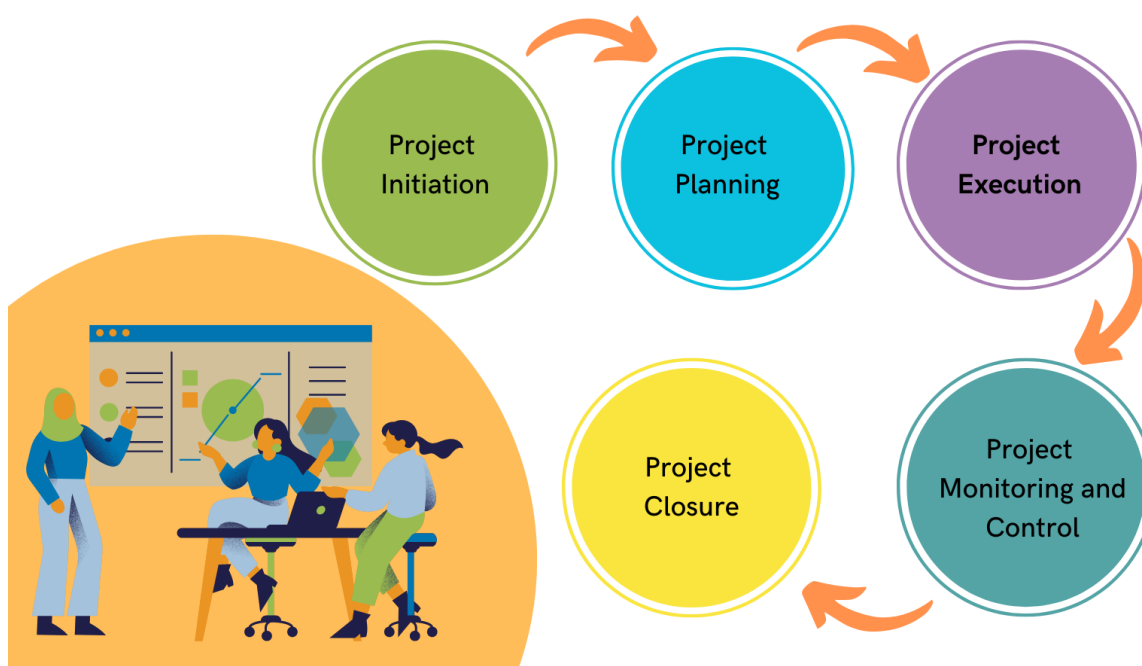
- Sviluppo software
- Costruzione di edifici
- Operazioni di soccorso in caso di calamità naturali
- Espansione geografica delle vendite



Qual è il ciclo di vita del progetto?

Il ciclo di vita del progetto è un framework a fasi utilizzato dai project manager per guidare con successo i loro progetti dall'inizio alla fine.

FIVE PHASES OF PROJECT MANAGEMENT LIFE CYCLE



Fase di iniziazione

- A. Questa fase prevede l'avvio del progetto definendone l'ambito, gli scopi e gli obiettivi.
- B. Durante questa fase vengono identificati i principali stakeholder e i loro ruoli.
- C. Viene creato un business case o un project charter per autorizzare formalmente il progetto.
- D. Le risorse necessarie per il progetto vengono stimate e acquisite.
- E. Il project manager è nominato per guidare il progetto.

Fase di pianificazione

- A. Durante questa fase viene creato un piano di progetto dettagliato.
- B. Le attività, le tempistiche e le dipendenze vengono identificate e pianificate.
- C. Vengono analizzati i rischi del progetto e vengono sviluppati piani di mitigazione.
- D. Vengono stabiliti standard di qualità e piani di comunicazione.
- E. I ruoli, le responsabilità e i budget sono definiti per il team di progetto.



Fase di esecuzione

Questa è la fase più lunga in cui avviene il lavoro effettivo del progetto.

- A. Il project manager coordina e guida il team di progetto.
- B. Riunioni periodiche sullo stato monitorano i progressi rispetto al piano di progetto.
- C. I problemi e i rischi sono monitorati e gestiti in modo proattivo.
- D. I deliverable del progetto vengono completati e consegnati alle parti interessate.

Fase di monitoraggio e controllo

Questa fase viene eseguita parallelamente all'esecuzione per monitorare le prestazioni del progetto.

- A. I progressi vengono misurati in base a metriche e traguardi predefiniti.
- B. Eventuali deviazioni dal piano vengono identificate e corrette.
- C. Le richieste di modifica vengono valutate, approvate o rifiutate.
- D. I rapporti sullo stato vengono preparati e condivisi regolarmente con le parti interessate.

Fase di chiusura

Questa fase finale si verifica una volta raggiunti tutti gli obiettivi del progetto.

- A. I deliverable finali del progetto vengono verificati e approvati.
- B. Le risorse del progetto vengono rilasciate e riallocate.
- C. La chiusura formale di un progetto viene documentata e archiviata.
- D. Le lezioni apprese vengono acquisite per futuri miglioramenti dei processi.

Il valore della gestione dei progetti

Attraverso una corretta gestione del progetto, è possibile garantire che lo scopo/visione e gli obiettivi del progetto siano mantenuti, il tutto supportando i compiti e gli obiettivi del pubblico. Inoltre, si evitano i rischi e si utilizzano in modo efficace ed efficiente le risorse disponibili. Aiuta anche i membri del team a comprendere le loro responsabilità, i risultati attesi e il programma che tutti devono seguire per completare il progetto in tempo e nel rispetto del budget.

Creazione di una pianificazione

Le pianificazioni sono una parte importante della gestione dei progetti perché ti aiutano a misurare i tuoi progressi man mano che il progetto procede. Aiutano anche a delineare il modo in cui ciascun membro del team si inserisce nel quadro generale e a dimostrare le dipendenze.

Le pianificazioni riflettono il ciclo di vita suddiviso in risultati finali e punti di contatto specifici. Definisce ciò che deve essere fatto e chi è il punto di contatto responsabile del lavoro.



ISTRUZIONI PER L'ORGANIZZAZIONE DEL WORKSHOP

ATTIVITÀ 1

Concetti e applicazioni di Project Management (circa 60 minuti)

Introduzione (10 minuti):

Inizia spiegando il concetto di Project Management e la sua importanza per raggiungere gli obiettivi del progetto in modo efficace.

Discutere i ruoli all'interno di un team di gestione del progetto, sottolineando la natura collaborativa del lavoro di progetto.

Evidenziare i vantaggi di un processo strutturato di gestione dei progetti per un'implementazione e un'esecuzione di successo delle attività del progetto.

Applicazioni di Project Management (15 minuti):

Spiega che la gestione dei progetti può essere applicata in vari contesti e in diversi tipi di organizzazioni, team ed aziende.

Discutere le diverse gamme ed aree di intervento all'interno della gestione dei progetti, mostrandone l'adattabilità a diversi scenari e settori.

Attività di brainstorming di gruppo (20 minuti):

Dividi i partecipanti in squadre di 3-4 persone.

Fornisci a ogni squadra carta e pennarelli di diversi colori.

Chiedi ai team di fare brainstorming e scrivere le loro idee su cos'è la gestione dei progetti, dove può essere utilizzata e quali membri del team sono necessari per applicarla.

Incoraggia i team a essere creativi e a improvvisare con le loro idee.

Consenti ai team di collaborare e discutere i loro pensieri durante il brainstorming.

Monitora i progressi e offri indicazioni in base alle esigenze.

Presentazione e discussione (15 minuti):

Dopo la sessione di brainstorming, chiedi a ogni team di presentare brevemente le proprie idee al gruppo più grande.

Facilitare una discussione sui diversi contesti in cui il project management può essere applicato sulla base delle idee presentate dai team.

Incoraggia i partecipanti a discutere le varie funzioni e ruoli dei membri del team all'interno di un gruppo di lavoro che gestisce un progetto.

Consenti domande e commenti da parte dei partecipanti per approfondire la discussione.



Conclusione (5 minuti):

Riassumere le informazioni chiave ottenute dall'attività.

Rafforzare l'importanza dell'azione collettiva e di una gestione efficace dei progetti per raggiungere gli obiettivi del progetto.

Ringraziare i partecipanti per la loro partecipazione attiva e il loro contributo al workshop.

Coinvolgendo i partecipanti in un'attività strutturata che incoraggia il brainstorming e la discussione, questo workshop facilita una comprensione più profonda dei concetti di gestione dei progetti, delle applicazioni e delle dinamiche del team in un lasso di tempo di 60 minuti.

ATTIVITÀ 2

Ciclo di vita del Project Management (circa 60 minuti)

Obiettivi

- Introdurre i partecipanti al concetto di Project Management Life Cycle.
- Esplorare le fasi chiave del ciclo di vita del Project Management e il loro significato.
- Fornire informazioni pratiche su come gestire i progetti in modo efficace in ogni fase del ciclo di vita.

Materiali necessari

- Diapositive di presentazione o lavagna
- Pennarelli e carta per lavagna a fogli mobili
- Dispense che delineano le fasi del ciclo di vita del Project Management
- Penna/matita per ogni partecipante

Fasi dell'attività

Introduzione al ciclo di vita del Project Management (10 minuti):

Inizia il workshop spiegando il concetto di ciclo di vita del Project Management.

Definisci il ciclo di vita della gestione del progetto come la serie di fasi che un progetto attraversa dall'inizio alla chiusura.

Evidenzia l'importanza di comprendere e gestire efficacemente ogni fase per il successo del progetto.

Panoramica delle fasi chiave (15 minuti):

Presentare una panoramica delle fasi chiave del ciclo di vita del Project Management:

Avvio: definizione dell'ambito del progetto, degli obiettivi e delle parti interessate.

Pianificazione: sviluppo di un piano di progetto dettagliato, che includa pianificazioni, risorse e budget.

Esecuzione: implementazione del piano di progetto e gestione delle risorse per raggiungere gli obiettivi del progetto.



Monitoraggio e controllo: monitoraggio dell'avanzamento del progetto, identificazione degli scostamenti e adozione di azioni correttive.

Chiusura: formalizzazione del completamento del progetto, documentazione delle lezioni apprese e transizione dei risultati finali alle parti interessate.

Discutete lo scopo e le attività associate a ciascuna fase.

Attività di gruppo - Mappatura del ciclo di vita (20 minuti):

Dividi i partecipanti in piccoli gruppi.

Fornisci a ogni gruppo pennarelli e fogli per lavagna a fogli mobili.

Assegnare a ciascun gruppo una fase del ciclo di vita della gestione del progetto.

Chiedi ai gruppi di creare una rappresentazione visiva (ad esempio, diagramma di flusso, diagramma) della fase assegnata, evidenziando le attività chiave e le pietre miliari.

Incoraggiare la creatività e la collaborazione all'interno dei gruppi.

Dopo 15 minuti, chiedi a ciascun gruppo di presentare la mappatura del ciclo di vita al gruppo più grande.

Discussione del caso studio (10 minuti):

Presentare un caso di studio o uno scenario pertinente al contesto dei partecipanti.

Facilitare una discussione su come il ciclo di vita del Project Management potrebbe essere applicato al caso di studio, concentrandosi sulle considerazioni chiave per ogni fase.

Incoraggia i partecipanti a condividere approfondimenti e strategie per gestire efficacemente i progetti attraverso le fasi del ciclo di vita.

Conclusione e riflessione (5 minuti):

Riassumi i punti chiave del workshop, sottolineando l'importanza di comprendere e navigare nel ciclo di vita del Project Management.

Invitare i partecipanti a riflettere su come possono applicare i concetti e le strategie discusse nelle loro pratiche di gestione dei progetti.

Ringrazia i partecipanti per il loro impegno e la loro partecipazione al workshop.

Questo workshop fornisce ai partecipanti una comprensione completa del ciclo di vita del Project Management e approfondimenti pratici sulla gestione efficace dei progetti dall'avvio alla chiusura. Attraverso attività e discussioni interattive, i partecipanti acquisiscono preziose conoscenze e competenze applicabili ai loro ruoli di project management.

ATTIVITÀ 3

Team Building di Progetto Collaborativo (45 minuti)

Obiettivo

Mostrare l'importanza della collaborazione nella gestione dei progetti e coinvolgere i partecipanti nella formazione di team di progetto efficaci.



Fasi dell'attività

Introduzione alla collaborazione nella gestione dei progetti (5 minuti):

Inizia spiegando l'importanza della collaborazione nella gestione dei progetti.
Sottolinea come la collaborazione con ciascun membro del team durante tutto il ciclo di vita del progetto garantisca un funzionamento coeso.
Evidenzia i vantaggi della collaborazione, come una maggiore innovazione, una migliore risoluzione dei problemi e un miglioramento del morale del team.

Comprendere i team di progetto (5 minuti):

Definisci cos'è un team di progetto e il suo ruolo nella gestione dei progetti.
Spiega le caratteristiche di un team di progetto di successo, come competenze diversificate, comunicazione chiara, rispetto reciproco e obiettivi condivisi.
Discutere l'importanza di definire l'identità del team e standardizzare le pratiche operative per una collaborazione efficace.

Discussione sulla formazione del team (10 minuti):

Avvia una discussione sugli elementi che un project manager dovrebbe considerare quando forma un team.
Incoraggia i partecipanti a condividere le loro idee su ciò che rende un team di successo, considerando fattori come i punti di forza individuali, le dinamiche di squadra, gli stili di comunicazione e i valori condivisi.
Facilita una sessione di brainstorming per generare idee e approfondimenti dai partecipanti.

Assegnazione dell'attività: Crea il tuo team di progetto (5 minuti):

In base ai risultati della discussione, assegna ai partecipanti il compito di creare i loro team di progetto.
Dividi i partecipanti in piccoli gruppi.
Fornisci a ogni gruppo pennarelli e fogli per lavagna a fogli mobili.
Istruire i gruppi a fare brainstorming e decidere la composizione dei loro team di progetto, considerando i fattori discussi in precedenza.
Incoraggiare la creatività e la collaborazione all'interno dei gruppi.



Presentazione dei team di progetto (15 minuti):

Dopo 10 minuti, chiedi a ogni gruppo di presentare il proprio team di progetto al gruppo più grande.

Chiedi ai gruppi di spiegare le ragioni alla base delle loro decisioni, evidenziando come hanno considerato la collaborazione e l'efficacia del team nelle loro selezioni.

Facilitare una breve discussione sui diversi approcci adottati da ciascun gruppo e su eventuali temi o intuizioni comuni osservati.

Conclusione e riflessione (5 minuti):

Riassumi i punti chiave dell'attività, sottolineando l'importanza della collaborazione nella formazione di team di progetto efficaci.

Invita i partecipanti a riflettere su come possono applicare le conoscenze acquisite alle proprie pratiche di gestione dei progetti.

Ringrazia i partecipanti per il loro impegno e la loro partecipazione al workshop.

Questo workshop di 45 minuti offre ai partecipanti un'opportunità divertente e interattiva per esplorare l'importanza della collaborazione nella gestione dei progetti e per esercitarsi a formare team di progetto efficaci. Attraverso la discussione e le attività pratiche, i partecipanti acquisiscono informazioni pratiche sulla creazione di team di progetto coesi e di successo.

ATTIVITÀ CONCLUSIVA

Incoraggiare i partecipanti a riflettere apertamente sul materiale appreso durante il workshop; Lascia che condividano i loro pensieri e sentimenti e chiedi loro di dare un feedback.

Poni domande pertinenti, come ad esempio:

- Qual è stata una cosa che hai imparato dal workshop di oggi?
- Cosa hai trovato più interessante?
- Come avete lavorato insieme?

Assicurati di riassumere i punti principali discussi durante il workshop ed evidenziare i punti chiave del Project Management.

Fornisci un elenco di raccomandazioni di "Ulteriori letture" per coloro che vogliono approfondire la pratica del Project Management.



Materiali forniti

Presentazione

CIBO Y_PR2_Workshop PPT_SEAL CYPRUS.pptx

Infografica

FOODY EU Infographic_Workshop VI Progetto Management_SEAL CYPRUS.pptx

Video

1. [Fondamenti di gestione dei progetti, Bonnie Biafore, PMP, Formatore](#)
2. [12 termini che dovresti conoscere | Fondamenti di gestione dei progetti, PSODA](#)
3. [Che cos'è la gestione dei progetti?, Associazione per la gestione dei progetti](#)

Ulteriori approfondimenti

Hyttinen, Kirsi. (2017). Manuale di gestione dei progetti.
<https://core.ac.uk/download/pdf/80993772.pdf>

Introduzione alla gestione dei progetti. (n.d.-a). <https://www.manage.gov.in/studymaterial/PM.pdf>

Kerzner, H. (2013). Project management: un approccio sistemico alla pianificazione, alla programmazione e al controllo, 11a edizione. John Wiley & Sons, Hoboken, N. J.

Project Management - 2ª Edizione - Bccampus Open Publishing. (n.d.-b).
<https://www.opentextbc.ca/projectmanagement/open/download?type=pdf>

Yik Ern, Alfred. (2019). Gestione del progetto. 10.13140/RG.2.2.30281.49766.

Valutazione

Domanda 1: Un progetto è uno sforzo _____ intrapreso per creare un singolo prodotto, servizio o risultato.

- a. Inarrestabile
- b. Provvisorio**
- c. Unico
- d. Estremo



Domanda 2: Gli elementi di base del Project Management sono Obiettivo – Timeline – _____
– Stakeholder – Project Manager.

- a. Obiettivo
- b. Iniziazione
- c. Bilancio**
- d. Esecuzione

Domanda 3: Completare le 5 fasi della gestione del progetto: avvio, _____, esecuzione, controllo e monitoraggio e chiusura.

- a. Pianificazione**
- b. Consegna
- c. Indirizzamento
- d. Visualizzazione

Domanda 4: Una delle più recenti metodologie di gestione dei progetti è la famiglia _____.

- a. Capone
- b. Rischio
- c. Agile**
- d. Vigile

Domanda 5: Elenca le cinque fasi del Project Management.



CONCLUSIONE

Questo manuale completo per l'educatore fornisce un quadro prezioso per coinvolgere i giovani e le popolazioni NEET (Not in Education, Employment, or Training) nell'affrontare il problema critico dello spreco alimentare attraverso i principi dell'economia circolare e lo sviluppo sostenibile del business.

Al centro di questo manuale c'è una profonda comprensione dell'economia circolare e della sua importanza nell'affrontare la sfida sistemica dello spreco alimentare. Guidando gli educatori attraverso il processo di mappatura delle comunità locali, l'identificazione delle principali parti interessate e l'esplorazione di soluzioni innovative, questa risorsa fornisce loro le conoscenze e gli strumenti necessari per responsabilizzare i giovani.

L'enfasi sull'imprenditoria sociale è un allineamento strategico con l'attenzione della Commissione europea sulla promozione dell'imprenditorialità verde e inclusiva. Attraverso l'applicazione del Sustainable Business Canvas, gli educatori possono consentire ai partecipanti di tradurre la loro passione per la sostenibilità in iniziative imprenditoriali praticabili e di impatto che contribuiscono a ridurre lo spreco alimentare lungo tutta la catena del valore.

Altrettanto cruciale è lo sviluppo delle capacità comunicative e di business pitching dei partecipanti. Questo aspetto del programma garantisce che i giovani imprenditori siano attrezzati per presentare efficacemente le loro idee, assicurarsi il supporto e scalare le loro soluzioni per amplificare il loro impatto positivo, in linea con gli obiettivi dell'Unione Europea per una crescita sostenibile e inclusiva.

Inoltre, l'incorporazione di competenze di gestione dei progetti fornisce ai partecipanti le capacità necessarie per pianificare, eseguire e monitorare le loro iniziative imprenditoriali sostenibili, consentendo loro di portare a compimento le loro idee innovative.

Implementando le strategie e le attività delineate in questo manuale, gli educatori svolgeranno un ruolo fondamentale nel guidare la transizione dell'Unione europea verso un'economia circolare e nel raggiungimento degli obiettivi stabiliti nel Green Deal europeo. L'impatto a lungo termine di questo programma va oltre la semplice riduzione degli sprechi alimentari; Alimenta una generazione di imprenditori autonomi e socialmente consapevoli che saranno la forza trainante di un futuro più sostenibile ed equo.

Man mano che gli educatori utilizzano questa risorsa, saranno testimoni del potenziale trasformativo dei loro sforzi, poiché i partecipanti non solo sviluppano modelli di business sostenibili, ma diventano anche sostenitori e catalizzatori del cambiamento all'interno delle loro comunità.