



Imprenditorialità sociale per le Arti

PR1 - Protocollo per l'acquisizione di abilità e competenze
sull'imprenditorialità

Sintesi comparata di ricerca - Report

Centro ICTIDC



© 2022-2023. This work is licensed under a [CC BY-NC-SA 4.0 license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



Co-funded by
the European Union

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.



Introduzione

L'obiettivo principale del progetto SE4Arts è quello di potenziare le competenze dei giovani artisti per la creazione di imprese sociali creative, per consentire loro di sviluppare le proprie idee in un mercato competitivo, introducendo come opzione alternativa l'imprenditorialità sociale nel settore dell'arte e della cultura. Il progetto mira a raggiungere questo obiettivo attraverso lo sviluppo di un corso di formazione (mirato) su misura per giovani artisti (18-35 anni) e studenti senior dell'istruzione secondaria e terziaria in settori creativi come le arti e le scienze umane.

Questa sintesi del rapporto comparativo è uno dei risultati finali del Progetto Risultato 1, il "Protocollo per l'acquisizione di abilità e competenze sull'imprenditorialità". Fornisce una breve panoramica sulla situazione nei diversi Paesi e sulle esigenze e gli ostacoli per i giovani artisti.

L'obiettivo primario era quello di raccogliere pratiche basate sull'evidenza e di conseguenza sviluppare i contenuti del corso di formazione all'imprenditorialità sociale. La ricerca condotta prevedeva le seguenti fasi principali:

1. Analisi di ciascun **contesto nazionale di esclusione sociale ed economica dei giovani artisti**, riflettendo su come l'ambiente sociale, politico, economico e culturale sfida l'avvio di imprese sociali gestite da giovani artisti
2. Ricerca a tavolino a livello nazionale sugli **attuali approcci e metodi di erogazione della** formazione all'imprenditorialità sociale.
3. Raccolta di almeno **3 buone pratiche** di formazione/programmi di imprenditorialità sociale di successo per partner.
4. Realizzazione di **focus group** (ricerca nazionale sul campo) con 10 giovani artisti professionisti/studenti senior in ogni paese partner per arricchire i dati e integrare la ricerca a tavolino, per quanto riguarda gli ostacoli e le esigenze dei giovani artisti (nell'avviare un'impresa sociale)
5. Verranno studiate e mappate le ricerche sui **requisiti di formazione dei mentori** nell'ambito dell'educazione all'imprenditorialità sociale, offrendo una valutazione comparativa delle esigenze di apprendimento dei potenziali tirocinanti, che verrà utilizzata per la progettazione del programma di mentorship del progetto.

Ogni partner ha redatto un rapporto nazionale basato sul modello unificato di rapporto sulla ricerca mista e ha preparato le buone pratiche basate su un modello unificato e riassunte di seguito. Per informazioni più dettagliate su ogni specifico Paese partner del progetto, si consiglia di consultare i rapporti nazionali.

È stato fornito un breve quadro teorico sulla formazione all'imprenditorialità sociale creativa come panoramica delle principali sfide affrontate dal progetto; sono seguiti i risultati delle ricerche desk nei Paesi e l'analisi PESCUlt, che descrivono la situazione dell'imprenditorialità sociale per i giovani artisti in ciascun Paese, nonché una panoramica dei metodi di formazione esistenti in questo campo. I risultati della ricerca comparativa sul campo hanno fornito un'utile visione delle sfide e delle esigenze dei giovani artisti europei e delle loro aspettative nei confronti dei potenziali mentori nel campo dell'imprenditoria sociale per le arti.

Questa relazione di sintesi sarà tradotta e resa disponibile al pubblico in bulgaro, tedesco, italiano, greco



Co-funded by
the European Union

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.



e inglese.



**Co-funded by
the European Union**

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.



Ricerca

I ricercatori di ciascuna organizzazione partner hanno condotto una revisione della letteratura e delle risorse pertinenti nei rispettivi Paesi, guidati dai concetti, dalle domande e dagli indicatori delineati nella metodologia.

I risultati di questa ricerca, insieme a quelli della ricerca sul campo, hanno costituito la base per gli altri risultati del progetto.

La prima parte dell'analisi esamina la situazione politica, economica, sociale, culturale, legale e tecnologica nel campo dell'imprenditoria sociale per le arti in ciascun Paese. Inoltre, vengono presentati gli approcci, i metodi e i temi di formazione esistenti e attualmente utilizzati in questo settore, per capire cosa sta funzionando bene e su cosa il progetto può basarsi.

Infine, è stata creata una raccolta di buone pratiche di diversi approcci formativi all'imprenditorialità sociale nel campo dell'arte, da condividere con gli stakeholder attraverso il sito web del progetto in un'ulteriore fase.

o Analisi di ogni contesto nazionale di esclusione sociale ed economica dei giovani artisti

L'analisi PEST (Politica, Economica, Sociale e Tecnologica) è stata introdotta per la prima volta con il nome di ETPS dal professore di Harvard Francis J. Aguilar nella pubblicazione del 1967 "Scanning the Business Environment". Una variante popolare del formato dell'analisi PEST, soprattutto nel Regno Unito e in Irlanda, è l'approccio di pianificazione strategica PESTLE, che include gli aspetti legali e ambientali. Ai fini di questo progetto, il partenariato introduce un nuovo acronimo: **PESCU** analisi del contesto aziendale dell'imprenditoria sociale per l'arte, che sta per: Politico, Economico, Sociale, **Culturale**, Legale, Tecnologico.

PESCU LT Aspetti	Risultati
Politica	<p>La ricerca ha rilevato che il clima politico per lo sviluppo delle imprese sociali nei Paesi partner varia da scarso (Bulgaria, Grecia) a moderatamente buono (Cipro, Italia) a molto buono (Germania e Irlanda).</p> <p>In alcuni Paesi partner esiste una serie di enti pubblici locali/regionali/nazionali che sostengono i giovani artisti e l'imprenditoria sociale, ad esempio enti pubblici che offrono formazione agli artisti/giovani che vogliono essere coinvolti nell'imprenditoria sociale, mentre in altri non esiste alcun sostegno di questo tipo, il che rende la creazione e il sostegno di un'impresa sociale basata sull'arte un'impresa impegnativa</p> <ul style="list-style-type: none">- Nonostante l'unificazione generale della legislazione dell'Unione Europea (UE), le politiche locali/regionali/nazionali dei diversi Paesi partner promuovono la formazione e l'educazione all'imprenditorialità sociale in modo diverso. Alcuni forniscono contesti legali più favorevoli, mentre altri rimangono ancora a livello di definizioni legali vaghe e poco chiare e mancano di un approccio elaborato nelle



Co-funded by
the European Union

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.



misure legislative sull'impresa sociale a livello locale e nazionale.

- In alcuni Paesi partner non esistono ancora strategie chiare, pertanto i partner si sono adoperati per identificare le lacune e offrire soluzioni.



**Co-funded by
the European Union**

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

<p>Economico</p>	<p>La ricerca si è concentrata sulle infrastrutture aziendali, sul clima imprenditoriale, sul tasso di avvio delle imprese sociali, sui fondi governativi e non governativi, sui fondi intergovernativi e sui programmi di sostegno economico di ciascun Paese partner.</p> <p>I risultati hanno evidenziato che le imprese sociali operano in modo trasversale nella società e nell'economia di ciascun Paese del progetto, affrontando sfide sociali, economiche e ambientali.</p> <p>Nella maggior parte dei Paesi, molte imprese sociali interagiscono con un'ampia gamma di programmi e schemi di finanziamento governativi, in settori quali la politica del mercato del lavoro, lo sviluppo rurale e comunitario, l'assistenza all'infanzia, la salute, l'inclusione sociale e la politica ambientale. I primi due anni della pandemia Covid-19 sono stati economicamente difficili per la maggior parte delle aziende in tutti i Paesi partner, ma soprattutto le imprese sociali e le industrie culturali e creative sono state colpite duramente.</p> <p>È stato sottolineato che le imprese sociali, come le start-up convenzionali, hanno bisogno di capitali per investimenti sostanziali per raggiungere il loro impatto sociale. Per questo, spesso ricorrono a opzioni di finanziamento ibride ed eterogenee. Un ostacolo importante è rappresentato dall'inesistenza di un mercato degli investimenti sociali in Grecia e Bulgaria. Non esistono intermediari finanziari specializzati o strumenti che rispondano alle esigenze specifiche delle imprese sociali.</p> <p>In generale, la ricerca ha rilevato che non esiste un serio mercato degli investimenti per le imprese sociali in tutti i Paesi partner del progetto. In alcuni di essi questa struttura è del tutto assente. Molte imprese dipendono in larga misura dalle donazioni. In altri la situazione è leggermente migliore, ma in generale i programmi di sostegno sono tutti relativamente nuovi.</p>
<p>Sociale</p>	<p>Capitale sociale, partnership sociali e reti.</p> <p>Punti di sostegno locali/regionali/nazionali, ad esempio organizzazioni civiche che sostengono/creano opportunità per i giovani artisti.</p> <p>Un piccolo numero di associazioni e fondazioni in Grecia, Cipro e Bulgaria ha recentemente sviluppato attività economiche per generare entrate a sostegno della propria sostenibilità. Sebbene non possano definirsi imprese sociali, queste entità spesso si concentrano sulla fornitura di servizi per il benessere di gruppi vulnerabili e/o socialmente esclusi e generano una parte significativa delle loro entrate impegnandosi in attività economiche, tra cui il riciclaggio, la produzione di prodotti biologici e la gestione di negozi di seconda mano. Attività e progetti legati all'inclusione sociale e lavorativa di gruppi vulnerabili o emarginati sono svolti anche da associazioni e fondazioni.</p> <p>In Germania esistono diversi Social Impact Labs, Impact Hubs, nonché la <i>Social Entrepreneurship Academy</i> e la <i>Impact Factory</i>: Le start-up sociali possono partecipare ai programmi e beneficiare di vari progetti di formazione, networking e supporto.</p>

<p>Cultura le</p>	<p>In Italia la sfida per le imprese giovanili in generale, che operano in un'epoca di turbolenze, è notevole. Dieci grandi crisi si sono susseguite in meno di un quarto di secolo. Dalla grande crisi nata dalla finanza e propagatasi all'economia reale (2008-2009), alla crisi del debito sovrano (2011-2013), seguita dalla prima fase della crisi russo-ucraina (2014), dalla pandemia globale (2020), dalle strozzature lungo le filiere globali e dallescalation dei prezzi delle materie prime (2020-2021), dallo scoppio della crisi energetica (2021) all'invasione dell'Ucraina (2022), eventi attraversati da una progressiva crisi climatica e dal ritorno dell'inverno demografico. Siamo passati dal "secolo breve" al "secolo dell'incertezza".</p> <p>L'imprenditoria sociale è un settore in rapida crescita, poiché le imprese non possono più operare in modo isolato rispetto alle sfide sociali, ambientali e politiche. Mentre le origini del sostegno pubblico al settore dell'impresa sociale risalgono a due programmi successivi che si rivolgevano all'economia sociale in senso più ampio, il sostegno pubblico alle imprese sociali è diventato più esplicito negli ultimi anni.</p>
<p>Legale</p>	<p>Questa parte della ricerca si è concentrata sulla presenza di cultura imprenditoriale, atteggiamenti culturali nei confronti delle imprese sociali/ONG, cultura dei diritti umani, cultura della carità; valori culturali di creatività e innovazione.</p> <p>In Paesi partner come Bulgaria, Grecia e Cipro, a causa della mancanza di tradizione e cultura nello sviluppo del terzo settore durante l'era comunista, le imprese sociali non sono ancora ben comprese e spesso sono percepite male dalla società in generale. La maggior parte delle imprese sociali culturali e creative sono gestite da persone che spesso non hanno una formazione imprenditoriale. Inoltre, il personale delle ONG e delle imprese di servizio sociale è composto per lo più da artisti, creativi, operatori sociali e filantropi, e la scienza del guadagno è completamente estranea a loro.</p> <p>I lavoratori del settore artistico e creativo in Italia risentono più di altre categorie della situazione di emergenza, tanto da rendere sempre più urgente una riforma del settore. Questo accade soprattutto perché a livello culturale non si dà la giusta importanza al lavoro degli artisti e dei creativi, poiché si riconosce poco l'impatto che possono avere sul benessere delle comunità. Gli imprenditori sociali creano innovazioni sociali e sperimentano il loro modello di impatto per risolvere le sfide sociali e ambientali. In Germania, quasi il 90% delle imprese DSEM ha giudicato la propria impresa sociale innovativa in almeno un settore. In Irlanda, come conseguenza della grande emigrazione verso gli Stati Uniti, l'America ha iniziato ad avere un'influenza importante, mai come nel momento in cui l'Irlanda ha riaperto la propria economia agli investimenti diretti esteri.</p> <p>Questa parte della ricerca ha analizzato il quadro giuridico per la SE in ciascun Paese partner. La ricerca ha rilevato che la scelta della forma giuridica è spesso un compito difficile per gli imprenditori sociali. L'adempimento della "doppia linea di fondo", ossia la generazione di valore aggiunto sociale e allo stesso tempo la garanzia di sostenibilità finanziaria e stabilità, rappresenta una sfida importante nella scelta della</p>



<p>Tecnologico</p>	<p>forma giuridica. Con la loro impresa sociale, gli imprenditori sociali vogliono risolvere una sfida sociale in modo imprenditoriale e/o ancorare forti valori aziendali alla sostenibilità sociale ed ecologica anche attraverso una forma giuridica.</p> <p>Molti imprenditori sociali si chiedono in particolare se lo status di non profit abbia senso nel loro caso e come possa essere attuato rispetto alle start-up tradizionali.</p> <p>In alcuni Paesi (Bulgaria, Grecia) la legislazione locale non fornisce una chiara definizione giuridica di impresa sociale, né esistono norme che ne regolino lo status, la forma e le attività. Di conseguenza, le imprese sociali adottano una varietà di forme giuridiche; le tre più comuni sono le persone giuridiche senza scopo di lucro, come associazioni e fondazioni, le cooperative e le imprese specializzate per persone con disabilità. Fino a poco tempo fa, non esisteva una definizione chiara del termine "impresa sociale" né nel diritto societario né in altri strumenti legislativi di Cipro. Inoltre, non esistevano strumenti legislativi specifici che regolassero la creazione, l'incorporazione, la costituzione, la sintesi e le operazioni delle imprese sociali.</p> <p>In Irlanda non esistono forme istituzionalizzate di impresa sociale. Sebbene lo sviluppo di una definizione di impresa sociale riconosciuta a livello nazionale sia un processo recente e in corso in Irlanda, esistono "etichette" che possono essere utilizzate per descrivere i tipi di organizzazioni che possono essere considerate imprese sociali.</p> <p>In Irlanda, le società per azioni e le società senza scopo di lucro (limited by guarantee) che hanno come oggetto principale uno "scopo di beneficenza" e non distribuiscono utili possono richiedere all'autorità fiscale particolari esenzioni fiscali.</p> <p>Molti imprenditori sociali sono alla ricerca di una struttura giuridica che combini sia lo status di non profit che quello di impresa commerciale. A differenza di altri Paesi, la legislazione tedesca e italiana non offre (ancora) una soluzione ideale a questo conflitto. Di conseguenza, la maggior parte degli imprenditori sociali deve decidere se optare o meno per lo status di non profit. In alcuni casi, le imprese sociali risolvono il problema con strutture ibride. In altri termini, combinano diverse forme giuridiche per rendere giustizia a tutti i gruppi di interesse della loro impresa. Ne consegue un'eterogeneità di forme giuridiche nel settore dell'imprenditoria sociale.</p> <p>Infrastrutture, Conoscenze, Competenze, Atteggiamenti sociali/culturali</p> <p>Esaminando le migliori pratiche degli imprenditori sociali che utilizzano con successo le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) per creare impatto sociale nei Paesi partner del progetto, abbiamo potuto constatare che sono andati oltre l'alfabetizzazione digitale, sono riusciti a incorporare un profondo coinvolgimento degli stakeholder e a comunicare con successo i loro risultati alla comunità attraverso i social media e altri canali digitali. Inoltre, la pandemia COVID-19 ha accelerato la trasformazione digitale e ha evidenziato le opportunità e le sfide della fornitura di servizi online.</p> <p>Tuttavia, in misura minore o maggiore, in tutti i Paesi partner del progetto la ricerca ha individuato la necessità di sviluppare strategie digitali per le imprese sociali come chiave per far scalare le imprese sociali innovative verso uno sviluppo sostenibile e</p>
---------------------------	--

per dare agli imprenditori sociali la possibilità di promuovere l'inclusione sociale. Gli Stati e le autorità locali non hanno ancora politiche e programmi adeguati per dotare le imprese sociali di strumenti digitali e di una pianificazione strategica sulla trasformazione digitale, in modo che possano trasformare le loro operazioni, responsabilizzare i loro clienti e portare l'impatto dell'economia sociale a nuovi livelli.

Approcci, metodi e argomenti di formazione attuali per l'imprenditorialità sociale

o Approcci di apprendimento per la formazione all'imprenditorialità sociale

I diversi approcci di apprendimento attualmente utilizzati nella formazione all'imprenditorialità sociale possono fornire spunti di riflessione sull'argomento. Si può trattare di approcci educativi formali in contesti di apprendimento formali (ad esempio, corsi di studio), approcci educativi non formali forniti in contesti di apprendimento non formali (ad esempio, formazione gratuita basata su ONG) o esempi di formazione professionale, forniti da aziende o centri di formazione comunali.

Inoltre, la situazione della pandemia COVID-19 ha introdotto sfide radicali nella società e ha avuto un impatto significativo, soprattutto sul processo di sviluppo delle competenze, delle abilità e delle attitudini imprenditoriali.

Esistono programmi di educazione formale e non formale all'imprenditorialità sociale. L'istruzione formale prevede studi sull'imprenditorialità sociale solo ai livelli più alti di istruzione. Iniziative di imprenditorialità sociale a tutti e tre i livelli: Primario, Secondario e Terziario.

- **Iniziative a livello primario**

- o Programma per giovani imprenditori
- o Junior Achievement
- o BizWorld

- **Iniziative a livello secondario**

I programmi di imprenditorialità studentesca in diversi paesi

Gli educatori aziendali e i responsabili delle politiche si sono evoluti superando il mito secondo cui imprenditori si nasce e non si diventa. Dato che la crescita maggiore si spiega in parte con la creazione di nuove imprese, la domanda se sia possibile ogni imprenditorialità è diventata superflua. La domanda più pertinente si concentra su ciò che dovrebbe essere insegnato e su come i programmi di imprenditorialità dovrebbero essere strutturati e forniti per garantire un'offerta sufficiente di imprenditori e lo sviluppo del pensiero imprenditoriale.

L'educazione all'imprenditorialità riflette una storia culturale, sociale, politica e istituzionale unica. È emersa da un contesto complesso e stratificato, che comprende: politica e cultura, cultura e cultura. la natura e la struttura degli istituti di istruzione primaria, secondaria e superiore (HEI).

Le competenze alla base dell'imprenditorialità sociale sono anch'esse al centro della formazione e ci sono molti esempi di buon lavoro intrapreso in molte scuole durante l'anno di transizione nella formazione di mini-aziende e in altri progetti volti a promuovere l'imprenditorialità sociale. Tutte queste abilità sono associate al raggiungimento di competenze per l'apprendimento permanente e per la





creazione di una cultura d'impresa. Gli educatori sono liberi di integrare quanto sopra con risorse specifiche per l'educazione all'imprenditorialità.



**Co-funded by
the European Union**

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.



1.1.2 Metodi e tecniche/strumenti di formazione

Esiste un gran numero di approcci, metodi e tecniche diversi che vengono utilizzati per la formazione nei vari Paesi nel campo dell'imprenditoria sociale. Sono anche interdisciplinari. Sebbene in ogni Paese ci sia un focus diverso, tutti possono essere applicati universalmente. Questa parte della ricerca ha fornito una panoramica dei metodi e delle tecniche/strumenti di formazione creativi e adatti alla formazione (all'imprenditorialità sociale) utilizzati in ciascun Paese partner, che possono essere applicati al gruppo target. Questi possono includere strumenti formativi formali come libri di studio, monografie, manuali per studenti, ecc. o strumenti e tecniche di formazione non formali come cassette degli attrezzi, manuali, linee guida specifiche per discenti e formatori o piattaforme digitali.

I metodi e le tecniche/strumenti formativi utilizzati nella formazione all'imprenditorialità sociale sono i seguenti:

- **Metodi di istruzione formale:** lezioni, tutoraggio, consulenza individuale e di gruppo, di solito erogati come programma a lungo termine, da pochi mesi a 5 anni.
 - Vantaggi: Beneficiare di un'elevata competenza e di una tecnica di insegnamento consolidata. Crediti ECTS. Applicabile sia come modalità di formazione faccia a faccia che online.
- **Metodi di educazione non formale:** basati sull'apprendimento attraverso il fare, sull'apprendimento interattivo e partecipativo, di solito programmi a breve termine, da una a poche settimane; a volte possono durare un paio di mesi.
 - Vantaggi: Beneficiare di un approccio formativo aperto, accessibile, interattivo e incentrato sul discente, che si adatta costantemente alle esigenze in continua evoluzione dei discenti. Applicabile sia come modalità di formazione faccia a faccia che online.
- **Programmi di tutoraggio.** Solitamente vengono erogati in contesti di apprendimento non formale da ONG e fondazioni. Il mentore ha il compito di dare consigli e guidare i ragazzi nell'acquisizione delle competenze richieste.
 - Vantaggi: Fornisce al discente un feedback istantaneo che gli dà un senso di realizzazione. Nella maggior parte dei casi è applicabile sia come modalità di formazione faccia a faccia che online.
- **Apprendimento basato sul lavoro:** entrambi i programmi di laurea e di master offrono un apprendimento basato sul lavoro nell'ambito dell'imprenditoria sociale. Si tratta di una varietà di accordi formali, non formali e informali, tra cui apprendistato, job shadowing, tirocini, viaggi di studio e apprendimento informale sul posto di lavoro.
 - Vantaggi: Applicazione dell'apprendimento in classe in un contesto reale; creazione di un collegamento tra apprendimento e pratica; espansione del curriculum e delle strutture di apprendimento.

Sfide generali

Alcune revisioni sistematiche dell'educazione all'imprenditorialità nei Paesi partner hanno riportato che le pedagogie utilizzate sono poco descritte, mentre i termini mancano di una chiara concettualizzazione e definizione e l'insegnamento basato sull'evidenza richiede che gli educatori siano intenzionali e concentrati.

Ci sono discussioni continue su come e cosa insegnare, assicurando che il processo di apprendimento sia





Co-funded by
the European Union



basato sulle migliori prove disponibili per garantire risultati educativi di qualità.

Nonostante la ricerca in corso e gli sforzi dello Stato e della società civile nell'ambito dell'educazione all'imprenditorialità sociale basata sulle arti e sulla cultura, vi è una serie di importanti domande pedagogiche che rimangono ancora senza risposta.



Co-funded by
the European Union

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.



o Argomenti di formazione

All'interno dei programmi di formazione esistenti, elencati nel capitolo precedente, sono emersi diversi argomenti di formazione. Di seguito è riportato un elenco dei contenuti formativi svolti e richiesti nell'ambito di questi programmi.

I temi dei programmi di formazione formale e non formale sull'imprenditorialità sociale nei singoli Paesi partner del progetto includono generalmente i seguenti gruppi di argomenti:

- Definizione di impresa sociale; caratteristiche principali, legislazione locale e formato. Intellettuale
- L'impresa sociale come parte dell'economia sociale, storia della nascita, benefici dell'economia sociale.
- Panoramica delle pratiche europee e internazionali.
- Capacità di identificare le caratteristiche e gli attributi distintivi dell'impresa sociale e dell'imprenditoria sociale.
- Formulazione di un'idea imprenditoriale per l'impresa sociale; generazione e valutazione di idee imprenditoriali.
- Forma giuridica e organizzativa dell'impresa sociale.
- Scelta del modello di business e definizione degli obiettivi finanziari.
- Marketing - Business plan di un'impresa sociale - pianificazione aziendale, struttura e contenuto del business plan.
- Fonti di finanziamento dell'impresa sociale: capitale proprio e capitale di debito.
- Finanziamento dell'impresa sociale e problemi di avviamento Identificazione dei rischi della carriera imprenditoriale sociale.
 - una molteplicità di competenze, tra cui negoziazione, leadership, sviluppo di nuovi prodotti,
 - pensiero creativo e innovazione tecnologica.
- Storie di successo di start-up
- Valutare criticamente la teoria associata alle imprese sociali e agli imprenditori sociali in un contesto irlandese e internazionale.
- Valutare le iniziative per creare un impatto sociale e realizzare un cambiamento sociale;
- Individuare le problematiche all'interno e preparare le risposte alla natura integrativa e dinamica del settore.
operazioni dell'imprenditore sociale.

Sono relativamente pochi i programmi che si concentrano sulle dimensioni etiche dell'imprenditoria sociale.

Temi costanti in tutti i programmi sono le questioni relative a:

- le caratteristiche che definiscono la personalità imprenditoriale sociale;
- le sfide associate alla fase iniziale dello sviluppo di un'impresa;
- tolleranza all'ambiguità;
- protezione delle idee;
- Monitoraggio, valutazione del rischio e valutazione.





Buone pratiche di programmi di formazione all'imprenditorialità sociale

Ogni partner ha raccolto almeno 3 buone pratiche di programmi/formazioni esistenti sull'imprenditorialità sociale provenienti da diversi Paesi europei. Con l'aiuto di un modello, hanno analizzato quali approcci di apprendimento sono stati applicati, i metodi, le tecniche e gli strumenti utilizzati o quali sono stati gli argomenti più rilevanti. Hanno inoltre spiegato perché l'approccio o il metodo è un buon esempio e perché è rilevante per il progetto. I partner hanno identificato 23 buone pratiche provenienti da 21 diversi Paesi a loro assegnati.

o Ricerca sul campo: Gruppi di discussione

L'obiettivo dei focus group era quello di arricchire i dati e integrare la ricerca documentale del progetto SE4A catturando esperienze, pensieri, raccomandazioni, convinzioni e idee su: Ostacoli e bisogni dei giovani artisti interessati a promuovere le loro opere artistiche attraverso un modello di imprenditorialità sociale. Le intuizioni saranno affrontate attraverso il curriculum di formazione e la creazione di un sistema di mentoring efficace.

I focus group, con un numero diverso di partecipanti, si sono svolti in Italia, Bulgaria, Cipro, Irlanda e Grecia. In Germania, nonostante alcuni artisti abbiano manifestato il loro interesse per il progetto, il focus group non ha potuto avere luogo perché non c'erano abbastanza risposte per la partecipazione alle date annunciate. Pertanto, ITALCAM ha deciso di organizzare interviste e consegnare questionari al fine di raccogliere informazioni rilevanti per un'analisi comparabile tra la Germania e gli altri Paesi partner del progetto.

I partecipanti ai focus group e alle interviste erano giovani artisti, creativi professionisti e non, che coprivano il gruppo target del progetto. Con alcune piccole eccezioni, i partecipanti avevano tra i 18 e i 35 anni. Gli artisti più esperti sono stati in grado di fornire indicazioni sulla situazione e su ciò che li ha aiutati o che è loro mancato durante l'avvio dell'attività.

o Esigenze

Le esigenze degli artisti sono state identificate attraverso diverse domande e sono state suddivise in tre categorie: Esigenze di adattamento culturale, esigenze di adattamento sociale ed esigenze di sviluppo delle capacità, comprese l'istruzione e la formazione.

Esigenze di adattamento culturale

- Sostegno locale da parte dei comuni e delle comunità locali per sensibilizzare, educare le comunità e costruire un'opinione pubblica positiva e accogliente nei confronti delle imprese sociali culturali e del loro impatto positivo sullo sviluppo sociale ed economico delle comunità.
- Comprensione da parte delle comunità che l'impresa sociale è fatta di "eroi locali" che hanno le basi per farlo.
nella comunità, forniscono beni e servizi alla popolazione locale.
- Promuovere le imprese sociali come economicamente vantaggiose per le comunità, in quanto sono gestite da persone della comunità locale e impiegano persone del posto, sostenendo così l'economia locale.





Co-funded by
the European Union



- Maggiore integrazione della dimensione di genere nel campo dell'imprenditoria femminile, responsabilizzazione delle donne



Co-funded by
the European Union

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.



Esigenze di adeguamento sociale ed economico

- Politiche e programmi governativi che regolano il sostegno alle imprese artistiche e culturali
- Consapevolezza sociale e riflessione sociale per rendersi conto del valore dei benefici sociali e volontà di dedicarsi a questa accumulazione
- Accesso ai fondi e ai finanziamenti: ampliare le competenze delle cooperative di credito; sviluppare nuove opzioni di finanziamento (investimenti d'impatto, venture philanthropy, social impact bond); utilizzare meglio i fondi UE.
- Supporto istituzionale, aiuto nella ricerca e nella gestione di appalti o fondi
- Programmi di finanziamento statali ed europei a lungo termine per poter garantire personale competente per la gestione dell'impresa.
- Risorse patrimoniali e di investimento a medio termine
- Sostenibilità economica
- Sviluppare i leader e sfruttare il sostegno di una comunità più ampia - creare capacità manageriali nelle imprese sociali attraverso i programmi di tirocinio esistenti.
- Supporto costante, sia per gli aspetti tecnici che per quelli economici
- Opportunità di networking e buoni esempi, connessioni
- Partecipazione a reti locali, nazionali e internazionali di imprenditori sociali culturali, dove condividere idee, scambiare esperienze pratiche, imparare dai fallimenti e dai successi, incontrare e confrontare altri colleghi e imparare da loro
- Supporto psicologico

Esigenze di sviluppo delle capacità, tra cui l'istruzione e la formazione

Per colmare le lacune nella creazione di capacità, alcuni partecipanti al focus group hanno sottolineato la necessità di fornire un migliore accesso alla consulenza e al supporto per assistere le imprese sociali e gli imprenditori sociali - anche attraverso servizi standard come i servizi dell'ufficio locale per le imprese, ove appropriato - al fine di sviluppare la capacità di artisti e imprenditori culturali di sviluppare le loro proposte commerciali.

o Strumenti di formazione

Durante i focus group, i partecipanti hanno discusso la loro esperienza con i diversi strumenti di formazione, hanno fornito raccomandazioni e condiviso le loro esigenze e aspettative di formazione. Inoltre, hanno discusso la consegna e i diversi metodi di formazione adatti all'imprenditorialità sociale per le arti.

o Potenziali mentori

I partecipanti ai focus group hanno fornito il loro feedback sulle aspettative che nutrono nei confronti dei potenziali mentori, in modo che possano fungere da utile supporto nella creazione e nella gestione di un'impresa sociale creativa.

