PROVINCIA DI TREVISO

STUDENT COMPANY REPORT
Provincia di Treviso

Introduzione
La legislazione italiana non permette la costituzione di imprese di studenti. Il principale limite alla costituzione è dato dalla impossibilità per i minori di 18 di essere titolari o soci di aziende se non con l'autorizzazione del tribunale su parere del giudice tutelare

Selezione della scuola e degli insegnanti
La Provincia di Treviso ha deciso di sperimentare tale Progetto presso uno dei propri Istituti Scolastici: il CFP di Lancenigo. La presentazione del Progetto è stata fatta durante un Collegio Docenti. Da questo è emerso il suggerimento di "sperimentare" il progetto nelle classi terze dell'Istituto per ragioni di età e di competenze acquisite.
Gli insegnanti coinvolti nella S.C. sono stati selezionati in base al CV e alla loro disponibilità.

Presentazione delle attività del progetto Student Company alla scuola e agli insegnanti selezionati
A settembre 2010, inizio dell'anno scolastico, tutti gli allievi delle classi terze sono stati invitati (con comunicazione anche ai genitori) a partecipare alla riunione di presentazione del Progetto. Tale riunione si è tenuta ad Ottobre alla presenza degli insegnanti selezionati e degli studenti delle classi terze. Durante tale incontro è stato spiegato il progetto ed è stato chiesto agli studenti, quelli interessati, di pensare a delle idee di impresa innovative e di presentarle agli insegnanti di riferimento.

Progettazione del "Innovation Camp" e del "Entrepreneurship Camp" - coinvolgimento delle piccolo-medie imprese
La Provincia ha adottato il modello Comune di Innovation Camp (di seguito: C.I.C.) approvato durante il 3° meeting in Norvegia da tutti i Partners. Il modello prevedeva il coinvolgimento di almeno 2 insegnanti e una durata di almeno 8 h (in 1 giornata o 2 mezze giornate): la Provincia ha coinvolto 5 insegnanti e ha realizzato l'innovation Camp in 2 giornate pomeridiane per un totale di 8 h. Come previsto nel C.I.C. le attività realizzate sono state: l'introduzione ai ragazzi degli strumenti per realizzare un Business plan, l'esempio di esperienze e sfide imprenditoriali (partecipazione di 4 imprenditori locali e un rappresentante delle parti sociali), l'attività di brainstorming, lo sviluppo dell'idea e l'importanza della competitività. Come richiesto nel C.I.C. abbiamo messo a disposizione degli allievi una

stanza per lavorare con la strumentazione e il materiale didattico loro necessario. Essendo quasi tutti gli allievi minorenni, è stato richiesto il consenso dei genitori per realizzare quanto sopra esposto.

Formazione degli Insegnanti per l'avvio della Student Company
Nei pomeriggi del 28 e 29 Giugno 2010 gli insegnanti della Provincia, insieme agli insegnanti dei Paesi partner, hanno partecipato alle lezioni tenute da Anne Karine Sveinall, direttrice della Adolf Oiens School di Trondheim (NO), esperta in imprenditorialità giovanile, la quale ha trasmesso il modello Norvegese a tutti gli insegnanti, interagendo con loro.

Disseminazione del progetto Student Company al partenariato locale
In data 29 Giugno 2010 ore 9.00 presso l'Auditorium della Provincia di Treviso, si è tenuta una conferenza stampa di presentazione del Progetto alla presenza dei Partners, dell'Assessore alle Politiche Formative, Sociali e del Lavoro della Provincia di Treviso, dei rappresentanti di CCIAA e Agenzia delle Entrate, delle associazioni di categoria e della stampa.

Selezione idea di Student Company
A fine Ottobre sono state presentate da parte di quindici allievi, suddivisi in quattro gruppi, nr. 4 idee innovative d'impresa. Le idee emerse sono state la realizzazione: di un piattino unico porta brioche e caffè, di un orologio con sistema di allarme e gps in caso di aggressione, di un distributore automatico di prodotti solari presso le località di villeggiatura e di un ombrello a doppia estensione per uso singolo o di coppia. Per lo sviluppo delle idee gli allievi hanno preso contatti con diverse aziende nel tentativo di capire la fattibilità dell'idea del progetto. E' stata fatta inoltre un'indagine di mercato all'interno della scuola, sulla reale utilità di queste idee, sottoponendo un questionario ai frequentanti i corsi per adulti.

Implementazione "Innovation & entrepreneurship camp": casi studio di imprese e relazione sull'Innovation Camp (workshop/casi studio)
L'Innovation Camp si è tenuto in due pomeriggi di Novembre alla presenza di quindici studenti e una Commissione di esperti di vari settori (4 imprenditori e un rappresentante delle parti sociali). Gli studenti divisi in 4 gruppi hanno presentato se stessi e le loro idee alla Commissione. Si è poi aperto un dibattito sulle tematiche dell'Impresa: organizzazione delle attività economiche e business, motivazione, come sviluppare una Student Company etc.
Il 23 dicembre una Commissione mista ha scelto la migliore idea in base ai seguenti criteri: grado di innovazione, sua sostenibilità economico finanziaria, qualità del business plan, spendibilità nel territorio. L'idea

selezionata è stata quella che prevedeva la realizzazione del piattino unico porta brioche e caffè.

Descrizione della Student Company: business plan, avvio, produzione gestione e chiusura della Student Company

La student company, che si è data il nome di "GdG IntelligentDish", nasce come un associazione Culturale no Profit. La sua forma giuridica è quella di un associazione registrata non riconosciuta; è un soggetto di diritto con autonoma rilevanza rispetto alla personalità dei singoli soci (la direttrice del CFP, che è la rappresentante legale, e otto allievi) e dotata di un patrimonio (eventuale) chiamato fondo comune. La costituzione di GdG è avvenuta con scrittura privata in carta semplice, in duplice originale, sottoscritta e datata da tutti i soci fondatori, composta da:

- un Atto costitutivo, che esprime la volontà degli aderenti di avviare l'attività associativa;
- uno Statuto contenente le regole di gestione e organizzazione.

Una volta realizzata la scrittura privata, è stata presentata all'Agenzia delle Entrate, competente per territorio, la richiesta per l'attribuzione del Codice Fiscale. Dopo l'ottenimento del Codice Fiscale si è proceduto alla registrazione, sempre presso l'Agenzia delle Entrate, dell'atto costitutivo. Per quest'ultima registrazione sono stati presentati 2 originali in carta legale, con l'applicazione di 6 marche da bollo, 2 copie del Mod. 69 e 1 copia della quietanza di pagamento dell'imposta di registrazione, effettuata con Modello F23. Terminata la registrazione, si è poi proceduto alla iscrizione della Associazione al REA della CCIAA. Tale iscrizione è avvenuta attraverso strumenti informatici (Mod. R) puramente statistici.

Per lo svolgimento dell'attività commerciale dell'Associazione si è reso necessario ottenere un numero di Partita IVA. La richiesta è stata inoltrata alla Agenzia delle Entrate mediante presentazione del Mod. AA7/10 compilato e sottoscritto dal legale rappresentante. Entro 90 gg. dalla registrazione è stato comunicato all'amministrazione tributaria lo stato dei dati dell'Associazione tramite Mod. EAS. I costi amministrativi per l'apertura della Student Company sono stati di circa cinquecento euro.

La Struttura organizzativa della GdG Intelligent Dish e così composta: Presidente (Direttore CFP), Direttore Generale (allievo/socio), Direzione Amministrativa (tre allieve/socie, di cui una responsabile ufficio), Direzione Marketing (un allievo/socio), tre allievi/soci senza incarichi. E' previsto inoltre un consiglio direttivo formato dal Presidente e da cinque allievi/soci. E' stato realizzato il Logo e l'immagine coordinata dell'azienda. Per la realizzazione del Business Plan i ragazzi hanno usato un modello di base fornito dalla CCIAA che poi è stato adattato alla Student Company.

Chiusura della Società
La Student Company è stata chiusa il 27 Luglio 2011. Gli studenti hanno notificato alla Agenzia delle Entrate la chiusura del codice fiscale e della partita IVA in data 28 Luglio.
Nel corso della sua attività la SC non ha avuto alcun costo o reddito.
I 500 Piattini realizzati sono stati prodotti con il supporto della Ditta Tognana SPA e sono stati dati al CFP di Lancenigo in comodato per testarli sul mercato.

Conclusioni
Il bilancio degli aspetti positivi e critici incontrati nella sperimentazione dell'impresa scolastica, effettuata nell'ambito del progetto Leonardo, si possono riassumere come segue:

ASPETTI POSITIVI
Sono soprattutto gli aspetti riguardanti la curiosità, la motivazione e l'impegno da parte degli allievi coinvolti. Nel periodo di attività dell'impresa scolastica essi si sono molto impegnati per il raggiungimento degli obiettivi aziendali lavorando assiduamente fuori dell'orario scolastico, dando dimostrazione di un forte orientamento al risultato e una spiccata capacità di stabilire relazioni proficue con clienti e fornitori.
Si è visto un miglioramento nel loro profitto scolastico per ciò che riguarda le competenze messe in campo nella gestione dell'azienda, in particolare per la comunicazione e la lingua inglese.
Si è notato un aumento della consapevolezza del ruolo dell'imprenditore al punto da far valutare a questi giovani l'idea di un futuro orientato all'attività in proprio.

ASPETTI CRITICI
Gli aspetti critici riguardano la normativa e l'assenza di specifici canali dedicati allo sviluppo dell'attività imprenditoriale all'interno del sistema scolastico. Molto tempo è stato dedicato alla ricerca della possibilità di attivare una reale impresa scolastica che nel nostro sistema non è prevista e che pertanto, se non intervengono modifiche da parte degli Enti preposti, ha molte difficoltà ad essere attuata. Per dare corso alla sperimentazione prevista dal progetto è stata costituita un'Associazione, nata nel febbraio 2011 e chiusa a luglio 2011, tempo assolutamente troppo breve per toccare tutti gli aspetti reali di una gestione aziendale se pensiamo che per le attività propedeutiche all'apertura dell'Associazione sono stati impiegati ben 3 mesi.

STUDENT COMPANY REPORT
Dieffe Soc. Cooperativa

Introduzione
La legislazione italiana non permette la costituzione di imprese di studenti. Il principale limite alla costituzione è dato dalla impossibilità per i minori di 18 di essere titolari o soci di aziende se non con l'autorizzazione del tribunale, su parere del giudice tutelare.

Selezione della scuola e degli insegnanti
La Coop. Soc. Dieffe di Spinea ha deciso di promuovere questo progetto dopo un approfondito dialogo con gli studenti: l'idea si è focalizzata sulla realizzazione di un laboratorio, con sperimentazione della creatività tipica delle imprese artigianali. La presentazione del progetto è stata fatta in modo dettagliato durante un collegio Docenti: il suggerimento di coinvolgere gli studenti delle prime e seconde classi è stato dato dal nostro insegnante di storia, il quale ha realizzato un saggio di ricerca sulla storia e la gastronomia, da cui è poi partita l'idea per il progetto. Gli studenti erano particolarmente motivati perché tale idea si integrava con la specializzazione della nostra scuola: un progetto imprenditoriale autonomo relativo al campo gastronomico. Gli altri insegnanti coinvolti sono stati selezionati sulla base delle loro esperienze di insegnamento.

Presentazione delle attività del progetto Student Company alla scuola e agli insegnanti selezionati
Nell'ottobre 2010, gli studenti frequentanti il primo e secondo anno sono stati invitati all'incontro per la presentazione del Progetto: titolo dell'incontro è stato "La migliore idea di Student Company" e le finalità del progetto. Gli studenti coinvolti sono stati undici: tre ragazze e otto ragazzi; tre insegnanti coordinatori e supervisori del progetto: l'insegnante di storia, quello di laboratorio di barman e quello di enologia.

Progettazione del "Innovation Camp" e del "Entrepreneurship Camp" - coinvolgimento delle piccolo-medie imprese
Dieffe ha adottato il modello Comune di Innovation Camp (di seguito: C.I.C.) approvato durante il 3° meeting in Norvegia da tutti i Partners. Il modello prevedeva il coinvolgimento di almeno 2 insegnanti e una durata di almeno 8 h (in 1 giornata o 2 mezze giornate): Dieffe ha coinvolto 2 insegnanti e ha realizzato l'Innovation Camp in 1 giornata per un totale di 8 h.

Come previsto nel C.I.C. le attività realizzate sono state: l'introduzione ai ragazzi degli strumenti per realizzare un Business plan, l'esempio di esperienze e sfide imprenditoriali (partecipazione di imprenditori locali e un delle parti sociali), l'attività di brainstorming, lo sviluppo dell'idea e l'importanza della competitività. Come richiesto nel C.I.C. abbiamo messo a disposizione degli allievi una stanza per lavorare con la strumentazione e il materiale didattico loro necessario.

Formazione degli Insegnanti per l'avvio della Student Company
Nei pomeriggi del 28 e 29 Giugno 2010 gli insegnanti della Provincia, insieme agli insegnanti dei Paesi partner, hanno partecipato alle lezioni tenute da Anne Karine Sveinall, direttrice della Scuola Adolf Oiens di Trondheim (NO), esperta in imprenditorialità giovanile, la quale ha trasmesso il modello Norvegese a tutti gli insegnanti, interagendo con loro.

Disseminazione del progetto Student Company al partenariato locale
Le principali partnership locali coinvolte nel progetto sono state: il Cockney London Pub 1997 s.n.c., via San Francesco, 13 – Correzzola (PD) di Agostini Amerigo; l'Hotelturist S.p.A. – via Forcellini,150 (PD) – il cui legale rappresentante é il Sig. Oreste Romeo. Inoltre, durante il Trade Meeting tenutosi il 19 maggio 2011 a Padova, abbiamo spiegato l'idea progettuale ai diversi produttori di birra artigianale, come "32 Via Dei Birrai" e "Antico Birraio".

Selezione idea di Student Company
La selezione dell'idea della produzione di birra non è stata una scelta ovvia: infatti è stato interessante notare che gli studenti si sono focalizzati sulla birra in relazione al tema di ricerca e all'interdisciplinarità del progetto. Non solamente l'idea riguardava il cibo e il cattering ma anche materie tecniche e commerciali.
L'idea della produzione di birra é facilmente realizzabile utilizzando un processo di produzione artigianale poiché è facilitata dalla presenza di parecchie soluzioni di macchinari a ridotte dimensioni (piccole o "mini birrerie"). Per lo sviluppo dell'idea, gli studenti hanno preso contatto con diverse aziende al fine di: capire la fattibilità del progetto, capire se fosse possibile produrre birra artigianalmente, in modo facile e corretto, ottenendo dei risultati simili a quella prodotta in modo industriale.

Implementazione "Innovation & entrepreneurship camp": casi studio di imprese e relazione sull'Innovation Camp (workshop/casi studio)
L'Innovation Camp é stato realizzato nella giornata del 20 dicembre, presso la scuola di Spinea, alla presenza di undici studenti, due insegnanti,

Vittorio Beretta e Flavio Callegari, alcuni rappresentanti della Coop. Soc. Dieffe e un comitato di esperti in vari campi:

- "Tivigest Spa", "Hotel Tourist" Tour Operator;
- "Mazzari", pasticceria a Padova;
- "Marican Sas", produttore di attrezzature e tecnologie per la produzione alimentare;
- "32 Via dei Birrai", produttore di birra artigianale

Dopo l'introduzione, il Presidente della riunione ha dettagliato le finalità del progetto in corso:

a) Presentazione del modello di Student Company secondo i criteri proposti dal partner norvegese;
b) visione del DVD, con le videointerviste che hanno mostrato le esperienze di successo;
c) criteri di ripartizione e gli approcci utilizzati per coinvolgere gli studenti nelle nostre scuole:
    1. Policy Register : è stato osservato che nei gruppi di età più giovane c'è una maggiore propensione ad essere coinvolti in attività extrascolastiche e una maggiore propensione all'auto imprenditorialità;
    2. la dimensione della promozione sociale a lungo termine, compresa la post-qualifica, che è coinvolta nella creazione, gestione e crescita di un'azione intrapresa;
    3. la disponibilità di spazio per accogliere, promuovere e assumere iniziative analoghe, in particolare per la connotazione di artigianalità e l'unicità della merce;
d) coinvolgimento dei ragazzi nel processo creativo, concettuale ed esecutivo, di un impegno particolare e specifico, attraverso una discussione, iniziata nel mese di novembre, dove viene indicata l'idea di business o meglio l'oggetto del business;
e) emergono dal dibattito vivace, in particolare, tre idee di business specifiche:
    1. produzione e marketing della pasta fresca;
    2. produzione e marketing dei prodotti di panificio;
    3. produzione e marketing della birra;
f) attraverso un processo decisionale, basato sulla quota massima del business plan, si decide di produrre e commercializzare la birra.
g) si inizia una attenta discussione sulla forma giuridica che deve assumere l'impresa e le sue regole, modellata sulla filosofia di fare business.

Nel mese di aprile è stato coinvolto nel progetto il Presidente dell' ASCOM, l'Associazione Locale degli Artigiani e, nel mese di luglio, anche

il proprietario del Cockney London Pub, il sig. Amerigo Agostini. Costoro hanno riconosciuto la validità del progetto e fatto un augurio di continuità per l'interesse e la partecipazione degli studenti a questo progetto.

Descrizione della Student Company: business plan, avvio, produzione gestione e chiusura della Student Company

Dopo avere preso contatti con diversi tipi di associazioni, abbiamo deciso per la forma giuridica di Associazione Temporanea di Scopo -Temporary Purpose Association (TPA)- tra l'istituzione leader, Soc. Coop. Dieffe, gli studenti partecipanti e due, o più, insegnanti della scuola.

Questa forma giuridica ottimizza le caratteristiche sia di indipendenza finanziaria dell'impresa (con un proprio conto economico separato) sia di gestione appropriata in base alla responsabilità dei realizzatori, che, essendo minorenni, sono incapaci di assumersi le proprie responsabilità legali.

Il nome della TPA é: Student Company Dieffe – Classe Prima.

La struttura organizzativa della Student Company é la seguente: Amministratore, Marketing Management, Production Management, Management IT, Management amministrativo, Staff della produzione , Staff del marketing, Staff IT.

L'atto di costituzione della TPA sarà registrato presso l'anagrafe della Camera di Commercio. La società opererà per il profitto e le attività saranno limitate al raggiungimento degli scopi prefissati. L'atto avrà un numero di registrazione ufficiale.

Questo tipo di personalità giuridica non prevede uno specifico capitale sociale ma si avvale di quello dell'istituzione principale. Quest'ultima, tuttavia, può assegnare, attraverso la TPA, beni e/o liquidità per questa specifica operazione di business.

La persona che rappresenta la TPA sarà il legale rappresentante dell'Istituzione principale (Prof. Luciano Gatti).

L'unità giuridica responsabile sarà l'istituzione principale della TPA, in questo caso la Soc. Coop. Dieffe.

I membri del consiglio sono tutti studenti di età inferiore ai diciotto anni.

Il loro lavoro tuttavia sarà regolato dalle norme relative alle attività dei soci di una Cooperativa e, in questa veste, qualificandosi come minori emancipati, potranno assumere dei ruoli, con responsabilità limitata, per la gestione della TPA.

La TPA sarà iscritta nel registro delle imprese della Camera di Commercio.

Gli studenti saranno classificati a tutti gli effetti come lavoratori, con il conseguente pagamento dei contributi e tasse sui compensi ricevuti.

La TPA, che è economicamente indipendente, sarà soggetta all'imposta sul reddito, in funzione al reddito generato.

La produzione di birra, che è lo scopo della TPA, sarà soggetta ad accisa in relazione al livello di produzione, che è previsto debba essere inferiore ai 2 hl per mese.

Chiusura della società
La chiusura del progetto era prevista per la fine di ottobre ma gli insegnanti e gli studenti hanno deciso di continuare l'esperienza. Tutti i partner hanno esortato gli studenti a proseguire in questo impegno.

Conclusioni
Per spiegare la finalità del progetto abbiamo organizzato alcuni convegni presso la scuola e alcuni incontri con i partners.
Lo scorso 23 marzo, si è tenuto un incontro presso la scuola di Spinea dove il gruppo di studenti partecipanti alla Student Company ha spiegato ai colleghi e agli insegnanti le attività relative al progetto. Alcuni di loro hanno illustrato le finalità dello stesso mentre altri hanno descritto il processo di produzione dei due tipi di birra, dette "Scolastica" e "Prima".
Il 9 di aprile, gli studenti hanno introdotto il progetto al Presidente dell' ASCOM, l' Associazione Artigiana locale.
Il 19 maggio gli insegnanti hanno organizzato una visita al Trade Meeting di Padova dove gli studenti hanno visitato, in particolare, i padiglioni espositivi frequentati da agenti rappresentanti di importanti Birrifici per apprendere tutti i segreti sulla produzione e la degustazione della birra artigianale.
In luglio, i ventuno studenti e gli insegnanti coinvolti hanno visitato il Cookney London Pub dove hanno incontrato un grande estimatore ed esperto di birra artigianale e hanno descritto il progetto e la loro produzione delle birre - "La scolastica" e "La prima" - al signor Agostini Amerigo, proprietario del pub, il quale le ha assaggiate e ha dato alcuni interessanti suggerimenti.
Nel mese di giugno è stato organizzato un evento di diffusione interna, in seguito alla prima produzione di birra, che ha coinvolto gli studenti con i loro genitori, gli insegnanti e i partner commerciali.
Alla fine di ottobre 2011 ci sarà un evento di diffusione finale al quale sono stati invitati le parti sociali e le imprese coinvolte nel progetto.

Tutti gli insegnanti hanno apprezzato la finalità del progetto, soprattutto per la possibilità che hanno avuto di interagire insieme: l'insegnante di storia con quello di diritto, l'insegnante di laboratorio barman con quello di enologia e quello di tecnologia con quello di informazione alimentare. Tutti loro hanno seguito gli studenti in questa esperienza offrendo il supporto necessario per farli diventare sempre più autonomi ed esperti nello sviluppo della Student Company.

Nella valutazione finale, tali docenti hanno sottolineato la cura avuta dagli allievi nella realizzazione delle attività e hanno dato loro una buona valutazione.
Tutti gli studenti hanno preso parte al progetto manifestando un forte interesse e partecipazione; essi hanno dimostrato ad altri compagni di scuola quanto responsabili e “in gamba” sono stati.
Anche le famiglie degli studenti hanno riconosciuto l’importanza del progetto e hanno ringraziato la scuola per l’opportunità data ai loro figli.
Gli insegnanti hanno deciso di proseguire con il progetto e hanno rivisto il loro programma in modo che il modello di Student Company possa diventare un modello di insegnamento e apprendimento. I partners hanno confermato il loro interesse a proseguire in questa esperienza, assicurando il loro appoggio.

STUDENT COMPANY REPORT
Junior Achievement – Young Enterprise Italy

Introduzione
La legge italiana non permette la costituzione di imprese di studenti. I limiti principali riguardano l'impossibilità per i minorenni di essere titolari o azionisti di un'impresa in mancanza di un'autorizzazione formale del Tribunale sotto istanza di un Giudice. Tuttavia la legge italiana consente l'utilizzo del format pedagogico delle mini-imprese di studenti con le seguenti caratteristiche: attività commerciale limitata, durata massima di 1 anno, limitato capitale sociale (per un importo massimo di 1.000.000 di lire, cioè circa 500 euro).

Selezione della scuola e degli insegnanti
Junior Achievement – Young Enterprise Italy (di seguito: JA-YE Italy) ha partecipato al progetto avvalendosi della collaborazione di uno dei suoi partner tecnici di una area depressa del sud Italia: Unisco, Centro di Formazione Professionale accreditato presso la Regione Puglia, con sede a Bari. Unisco e i suoi insegnanti hanno una notevole esperienza nell'ambito dell'educazione imprenditoriale, avendo preso parte in passato a diversi eventi e corsi organizzati da Junior Achievement. Unisco è anche licenziatario per la Regione Puglia dei programmi didattici di JA-YE Italy, in particolare "Company Programme" (in italiano: "Impresa in azione") a cui il progetto "Student Company" si ispira. L'innovazione per JA-YE Italy e Unisco è stata l'applicazione del già noto format didattico in un contesto di forte disagio sociale. I docenti individuati sono il dott. Massimo Avantaggiato, che ha anche avuto un ruolo di gestore locale del progetto, il dott. Vincenzo Deruvo, partner di Unisco e specialista nel coordinamento di programmi educativi e sociali, la prof.ssa Tiziana Scruci, coordinatrice della classe. Altri docenti con competenze tecniche e manageriali sono stati coinvolti durante il progetto attraverso il canale delle "web conference".

Presentazione delle attività del progetto S.C. alla scuola e agli insegnanti selezionati
Con il supporto del dott. Massimo Avantaggiato è stato individuato un gruppo di 14 studenti in condizione di disagio e in obbligo formativo (a seguito di abbandono scolastico) iscritti a un corso professionalizzante organizzato dal CFP Unisco. Nell'ottobre 2010, Massimo Avantaggiato ha coinvolto, in qualità di tutor, un gruppo di ex partecipanti al programma di educazione imprenditoriale "Impresa in azione", finalisti alla Competizione Nazionale,

che hanno offerto una presentazione iniziale approfondita e accattivante del progetto al fine di convincere gli studenti alla partecipazione.

Progettazione del "Innovation Camp" e del "Entrepreneurship Camp" – coinvolgimento delle piccolo-medie imprese
La scuola ha adottato il modello Comune degli Innovation Camp (di seguito: C.I.C.) approvato da tutti i partner nel corso del terzo meeting in Norvegia. Il modello ha richiesto il coinvolgimento di almeno 2 docenti e la durata di almeno 8 ore (una giornata intera o due mezze giornate). Come richiesto dal C.I.C., le attività sono state: introduzione agli studenti di strumenti per la pianificazione aziendale, esercizi di creatività, attività di brainstorming, sviluppo di idee e competizione di idee. Come richiesto dal C.I.C. è stata messa a disposizione dei partecipanti una sala per i lavori con PC e connessione a internet e materiali didattici a supporto. L'Innovation Camp si è tenuto presso la sede di Unisco e ha avuto una durata di 2 giorni.

Formazione degli Insegnanti per l'avvio della Student Company
JA-YE Italy ha organizzato un corso nazionale per la formazione dei formatori a cui hanno preso parte tutti i docenti italiani interessati a sviluppare per la prima volta il programma "Impresa in azione". I docenti di Unisco, già esperti nei processi di educazione imprenditoriale, sono inoltre stati specificatamente formati e guidati nella corretta comprensione della legge italiana in materia di avvio e gestione di impresa. Per questa ragione, JA-YE Italy ha dedicato molto tempo all'organizzazione di incontri con Camere di Commercio e consulenti di start-up aziendale per individuare una modalità adeguata per implementare una reale impresa di studenti. Il trasferimento delle informazioni recuperate è avvenuto attraverso corsi in modalità eLearning attraverso il canale Skype, a cui sono seguite discussioni per applicare la legge italiana a un caso di giovani con disagio sociale o familiare.

Disseminazione del progetto Student Company al partenariato locale
Il 10 giugno 2010 presso l'Auditorium di Assolombarda a Milano, al termine dell'evento nazionale intitolato "BIZ Factory" – il concorso/premio all'eccellenza italiana nell'ambito dell'educazione imprenditoriale, JA-YE Italy ha presentato questo progetto ai propri partner istituzionali, media, studenti e docenti italiani, istituzioni.
In ambito locale, il 1 ottobre 2010, Unisco ha presentato questo progetto durante un evento regionale intitolato "Puglia Giovani: dal Gargano al Salento, formazione al 100%" a più di 1.000 giovani, istituzioni locali e regionali, altri CFP pugliesi.

Al termine dell'anno scolastico 2010/2011, l'iniziativa è stata presentata durante la Competizione Regionale di "Impresa in azione" tenutasi a Bari e la Competizione Nazionale "BIZ Factory 2011".
Il 27 settembre 2011, JA-YE Italy ha organizzato una convention con i suoi partner locali e Regional Teacher in cui sono stati presentati gli esiti del progetto e, in sintesi, le lezioni apprese. Questa iniziativa, in particolare, è stata fondamentale per ispirare l'intero network italiano impegnato nell'educazione imprenditoriale.

Selezione idea di Student Company
Durante l'Innovation Camp gli studenti, sotto la guida dei loro docenti, hanno elaborato alcune proposte su possibili idee imprenditoriali. Le loro discussioni si sono concentrate su lavori o prodotti artigianali "antichi", che nascono dalla tradizione e che oggi sono oggetto di discussioni riguardanti l'attuale mercato del lavoro, il "talent mismatch" e l'imprenditorialità femminile.
Come noto, il mercato del Made in Italy sta perdendo i suoi "artisti" e, più precisamente, i suo ricamatori di talento che hanno a lungo sostenuto il successo del settore moda, degli abiti tradizionali e della biancheria.
Con queste premesse, gli studenti hanno deciso di reinventare la tradizione e hanno elaborato alcune idee basate sulla tecnica del punto croce. Maschi e femmine hanno equamente apprezzato questa idea e, in sinergia, hanno lavorato sodo per prepararsi alle vendite.

Implementazione "Innovation & entrepreneurship camp": casi studio di imprese e relazione sull'Innovation Camp (workshop/casi studio)
In seguito al riconoscimento, nel 2010, di un nuovo distretto pugliese della moda, il cui sviluppo è stato incentivato da istituzioni, università, associazioni della moda, del design e del tessile, l'Innovation Camp si è concentrato sull'elaborazione di alcune idee creative in sostegno a questo trend emergente nel mercato del lavoro regionale. Questa politica è stata sostenuta dai risultati di alcune ricerche nazionali e internazionali che hanno dimostrato l'importanza di professioni manuali e artigianali per la crescita e l'occupazione. È stato inoltre fondamentale, durante il Camp, sostenere gli studenti verso una maggiore consapevolezza delle loro capacità, per avviare un'impresa in linea con le loro potenzialità. L'Innovation Camp è partito con alcuni esercizi di "self-knowledge" e creatività che hanno contribuito a creare un ambiente cooperativo e divertente. Dopo questa prima sessione, i docenti hanno presentato lo scenario del mercato del lavoro appena descritto per focalizzare l'attenzione su una tematica reale. Dopodiché, i ragazzi hanno avviato un brainstorming, cercando di sviluppare

idee legate ai settori moda e tradizione. Il ricamo con la tecnica del punto croce è stata l'indicazione finale per la maggioranza degli studenti.

Descrizione della Student Company: business plan, avvio, produzione gestione e chiusura della Student Company

Gli studenti hanno scelto il nome "Remember JA". Lo stato legale è di una "mini-impresa" registrata presso JA-YE Italy con il codice: 2010-0054.
Gli studenti hanno scritto e siglato:

- Un atto costitutivo
- Uno statuto

Dopo alcune ricerche e incontri con legali e consulenti aziendali, JA-YE Italy e Unisco hanno concordato di mantenere "Remember JA" come una "mini-impresa" e non un'impresa reale, come il progetto avrebbe richiesto. Questa scelta contingente è stata principalmente dettata dalle caratteristiche degli studenti partecipanti (in serie condizioni di disagio e, in alcuni casi, seguiti da assistenti sociali e tribunale dei minori) e dalle difficoltà di coinvolgere le famiglie (che, nella maggior parte dei casi, e, laddove presenti, soffrono di gravi problemi economici o sociali).
Ogni studente ha assunto il controllo dell'impresa e ha ricoperto il ruolo di manager o vice. Ognuno di loro, inoltre, è stato azionista e membro del Consiglio di Amministrazione. Questo, in sintesi, il funzionigramma (ogni posizione/area è stata coperta da 1 o 2 studenti):

- Amministratore Delegato
- Area Marketing
- Area Finanza
- Area Risorse Umane
- Area Vendite
- Area Produzione
- Area Comunicazione & IT
- Segretario

Seguendo il regolamento italiano in materia di "imprese di studenti" come strumento formativo, gli studenti hanno siglato l'accordo di mantenere limitate le loro capacità commerciali e liquidare "Remember JA" entro il mese di giugno 2011. Il 27 maggio 2011, il gruppo ha preso parte alla fiera e competizione regionale, insieme ad altre imprese di studenti "JA" ed è stato selezionato per partecipare alla competizione nazionale finale che si è tenuta a Lecce dal 15 al 17 giugno 2011.
Le loro attività commerciali si sono chiuse entro la fine di giugno 2011.
Gli studenti hanno prodotto e venduto merci per un totale di € 400,00. Il loro canale principale di vendita è stato B-to-C, attraverso ordini diretti dalla

clientela. L'altro canale, B-to-B, ha consentito loro di creare partnership con le principali mercerie della città.
I ragazzi hanno prodotto bavagli, calendari, biglietti d'auguri. Come richiesto dal mercato, hanno ideato delle linee speciali per le festività pasquali, per le nascite e i matrimoni.

Chiusura della Società
Le vendite si sono completate entro l'8 giugno 2011. Durante la fase di liquidazione, gli studenti hanno pagato tutti i fornitori, i dipendenti e distribuito gli utili. I prodotti invenduti sono stati donati ad un'organizzazione non profit di Bari.

Conclusioni
Questa esperienza ci ha dato molte soddisfazioni poiché ha dimostrato la validità del format didattico dell"impresa di studenti" anche per prevenire il drop-out e coinvolgere "ragazzi di strada" in attività pratiche e funzionali per un primo ingresso nel mondo del lavoro.
Abbiamo sperimentato questo format in un ambiente molto particolare. Questi studenti sono stati recuperati dalla strada grazie ai servizi sociali del Comune di Bari. Sono giovani con seri problemi sociali, bullismo, esperienze di carcere, e/o assenza totale delle famiglie naturali.
Abbiamo fatto in modo di coinvolgerli in una sfida molto particolare: individuare un'idea creativa, facile da produrre e vendere, ma che avrebbe potuto offrire loro uno sbocco concreto nel lavoro. In linea con la politica italiana, ma soprattutto pugliese, di perseguire una strategia per incentivare le professioni artigianali (arti e mestieri) e garantire l'eccellenza futura del Made in Italy.
Riteniamo che questi obiettivi siano stati raggiunti. "Remember JA" è stata scelta come la migliore "impresa di studenti" della regione Puglia e ciò ha consentito di partecipare alla successiva competizione nazionale "BIZ Factory". I ragazzi hanno dimostrato entusiasmo, una buona conoscenza delle logiche del loro mercato e una grande capacità di vendita in così poco tempo.
Tuttavia, proprio per i problemi che contraddistinguono questo tipo di giovani, non è stato possibile, secondo la legge italiana, avviare un'impresa reale. Trattandosi di minori, la legge avrebbe richiesto di coinvolgere le famiglie o i tribunali sia per avviare un'impresa o un'associazione. Le famiglie sono spesso assenti e i genitori hanno un basso livello di istruzione che non avrebbe permesso loro di comprendere la necessità e l'efficacia del progetto, col rischio che avrebbero guardato con diffidenza

(e probabilmente ostacolato) l'intero percorso educativo intrapreso, con fatica, dai figli. Tutto ciò premesso, siamo stati obbligati a mantenere il modello della "mini-impresa", secondo gli standard di Junior Achievement. Tuttavia, l'innovazione trasferita dal modello norvegese si è concentrata sul tipo di partecipanti – come alcune case history apprese durante i meeting di coordinamento.

Student Company Report
Lettonia

Introduzione

In Lettonia è possibile porre in essere delle Student Companies (Imprese di Studenti) sotto la supervisione della Junior Achievement - Young Enterprise Lettone.
La Junior Achievement – Young Enterprise della Lettonia, o più brevemente JAL, è una Organizzazione di pubblico interesse, esperta in formazione al business per tutte le Scuole della Lettonia. JAL può essere considerata come un "ponte" tra le scuole e le imprese ed anche un trampolino di lancio per ragazzi attivi e propositivi.
JAL è una delle 42 Junior Achievement - Young Enterprise Europe e una delle 113 Junior Achievement Worldwide® , membri della rete. Dal 1991, JAL offre una vasta gamma di servizi di formazione aziendale ed esperienza pratica, ogni anno, a più di 16.000 studenti di tutta la Lettonia.

Selezione della scuola e degli insegnanti

La scuola Professionale di Liepaja, filiale dell'Università Tecnica di Riga (d'ora in poi denominata Scuola), offre una formazione nei vari Curricula di studi professionali. I programmi sono solitamente di tipo tecnico e/o orientati al business.
Gli studenti dei vari curricula professionali devono apprendere in modo teorico l'attività d'impresa. La partecipazione a questo progetto li aiuterà a realizzare le loro Student Companies e a trasferire la conoscenza teorica nella pratica.
Gli insegnanti selezionati, in qualità di consulenti e mentori dei vari studenti, sono insegnanti di materie commerciali. Tutti loro hanno buoni contatti con le aziende locali.

Presentazione delle attività del progetto Student Company alla scuola e insegnanti selezionati

Dopo il primo meeting internazionale a Trondheim (Norvegia), nel Marzo 2010, gli insegnanti e lo staff amministrativo della Scuola sono stati coinvolti nell'idea progettuale e nelle varie attività previste. Sia il Comune che il Dipartimento della Camera di Commercio e Industria della città di Liepaja sono stati informati sulle attività previste in tale Progetto. A causa della posizione poco chiara della Scuola Professionale di Liepaja, l'inizio delle attività progettuali è stato posticipato dal mese di Agosto al mese di Ottobre 2010.

Progettazione del “Innovation Camp” e del “Entrepreneurship Camp” - coinvolgimento delle piccolo-medie imprese

La Scuola ha adottato il modello Comune di Innovation Camp (di seguito:C.I.C.) approvato nel corso del terzo meeting in Norvegia da tutti i Partners. Il modello prevedeva il coinvolgimento di almeno due insegnanti e una durata di almeno 8 ore (in un giorno o due mezze giornate): la scuola ha coinvolto due insegnanti e ha tenuto il Campo d’innovazione nel pomeriggio di due giorni per un totale di 8 ore.

Come previsto nel C.I.C. le attività svolte sono state: introduzione ai ragazzi degli strumenti del business plan, esperienze imprenditoriali, lettura del mercato, attività di brainstorming, sviluppo dell’idea e competizione dell’idea. Come richiesto nel C.I.C. abbiamo messo a disposizione degli studenti uno spazio per lavorare con le attrezzature e il materiale didattico di cui avevano bisogno.

Formazione degli Insegnanti per l’avvio della Student Company

Gli insegnanti selezionati non hanno avuto bisogno di alcun addestramento particolare perché tutti loro sono docenti in materie aziendali e hanno familiarità con i temi legati alla creazione e gestione di aziende. Le sole informazioni aggiuntive che essi hanno dovuto trovare erano relative alle norme per la costituzione di una Student Company in Lettonia e al tipo di collaborazione della Scuola con JAL.

In seguito alla richiesta pervenutaci da quest’ultima, la nostra Scuola sarebbe dovuta diventare membro di JAL e firmare un accordo tra le parti.

Disseminazione del Progetto Student Company al Partenariato locale

A Marzo-Aprile 2010, il progetto Student Company, con i suoi scopi e obbiettivi, è stato presentato ai rappresentanti della Municipalità di Liepaja e ai membri del Dipartimento della Camera di Commercio e Industria della Lettonia. Nel mese di Ottobre 2010, abbiamo avuto un colloquio con la Junior Achievement Lettone e presentato il progetto Student Company.

Nel Febbraio del 2011, la Scuola Professionale di Liepaja ha firmato un accordo con la JAL in relazione alla registrazione delle Student Companies nel nostro istituto scolastico.

Selezione idea di Student Company

Durante l’Innovation Camp (tenutosi il 9 e 16 Dicembre 2010), attraverso un brainstorming tra gli studenti del 2° e 3°anno, sono emerse svariate e interessanti idee imprenditoriali.

L’Innovation Camp è stato condotto da alcuni nostri insegnanti di economia e impresa. Durante lo stesso sono state selezionate n. 4 idee di business,

tra le più realistiche e interessanti, per lo più idee relative alla produzione e offerta di beni e servizi; queste idee sono sembrate concrete e di grande vitalità.

Implementazione "Innovation & entrepreneurship camp": casi studio di imprese e relazione sull'Innovation Camp (workshop/casi studio)
Si è tenuto il 6 e il 16 Dicembre 2010.
Per lo sviluppo delle idee è stato usato il metodo "brainstorming".
Nella parte iniziale dell'Innovation Camp, gli studenti hanno visionato il materiale inerente le esperienze di successo delle student companies norvegesi (Videointerviste fornite dal partner norvegese). Abbiamo prospettato agli studenti la possibilità di realizzare loro stessi delle student companies e suggerito quindi di trovare "una fonte" per le idee da sviluppare, pensando agli hobbies, ai problemi quotidiani che potevano agire da stimolo per trovare nuove soluzioni per rendere la nostra vita quotidiana più confortevole.
Durante le sessioni di brainstorming sono emerse numerose idee interessanti e gli studenti hanno mostrato un approccio innovativo nello sviluppo delle stesse, manifestando la loro disponibilità nel portarle a termine.
Una delle idee selezionate è stata quella di utilizzare le cose vecchie per trasformarle in prodotti nuovi e alla moda e, allo stesso tempo, come creare una pagina web per vendere queste creazioni.
Sono anche emerse idee relative a: realizzare una azienda a scuola per la stampa e produzione di materiali diversi, creare un asilo, realizzare un sistema radio scolastico, attuare servizi per l'organizzazione di eventi, ecc.
I partecipanti hanno lavorato in gruppi per far emergere la potenzialità di ciascuno e per distribuire le mansioni, all'interno degli stessi, in modo da poter realizzare le attività della Student Company.

Descrizione della Student Company: business plan, avvio, produzione gestione e chiusura della Student Company

- ***SMU* " Foršo lietu bode", Ltd**

L'idea di questa impresa è legata agli hobbies degli studenti coinvolti in essa: creare nuovi accessori e prodotti riutilizzando cose vecchie, fotografie, ecc. e produrre pagine sul web. Gli studenti hanno fatto una ricerca su come usare INTERNET quale strumento di comunicazione per raggiungere il target dei loro potenziali clienti e per modificare il modo di esporre la merce da vendere. Molti dei loro compagni di classe hanno

hobbies simili e creano oggetti interessanti ma non hanno un posto dove venderli. Inoltre, con la creazione di questa impresa, i soci fondatori aiuteranno i loro compagni di classe a vendere le loro realizzazioni e a guadagnare qualcosa.

- **SMU "Tutti", Ltd**

Questa idea è nata da una necessità quotidiana. Molti studenti hanno fratelli o sorelle più piccoli. Qualche volta i genitori sono troppo impegnati per prendersi cura dei figli più piccoli e i figli più grandi spesso devono prendersi cura di loro e, allo stesso tempo, aiutarli a fare i compiti. Purtroppo in molte famiglie non c'è la presenza di un fratello o sorella maggiore. I soci fondatori della azienda già adesso qualche volta aiutano altre famiglie e forniscono loro questo servizio, ora però hanno deciso di creare un'azienda in grado di offrire questo tipo di servizio al pubblico.

- **SMU "IT Mezgls", Ltd**

Entrambi i soci fondatori dell'azienda sono studenti del Dipartimento di Informatica e la loro idea imprenditoriale è strettamente collegata alla loro futura professione.
Le persone che hanno problemi con i propri computers non sono spesso pronti a pagare prezzi elevati presso i negozi di PC. Molti studenti spesso aiutano i loro amici nel montaggio e/o manutenzione del proprio computer.

Chiusura della Società
Secondo l'approccio di JAL, la Student Company dovrebbe operare per un solo anno. Quindi la chiusura di tutte le Student Company avverrà non prima della fine del 2011.

Conclusioni
Ecco alcune conclusioni emerse tra i membri delle student companies:

- "Il vantaggio principale che abbiamo ottenuto è l'esperienza nel trattare con i clienti. Siamo stati in grado di migliorare la creazione di documenti e di sviluppare competenze pratiche. Inoltre, abbiamo ricevuto una lezione molto importante e positiva sul lavoro di squadra e sulla collaborazione reciproca".
- "Ci rendiamo conto che la creazione di un impresa richiede non solo disponibilità finanziarie, ma anche molto tempo ed energia. I contatti che abbiamo instaurato ci saranno molto utili in futuro".

- “La raccomandazione chiave è quella di organizzare le fiere all’inizio del mese perché riteniamo che in quel periodo le persone siano finanziariamente più attive e ricettive (propense a spendere)”.
- “Nel processo di realizzazione della nostra SC abbiamo dovuto affrontare diversi problemi. Ci è voluto molto tempo per ottenere una risposta una volta presentati tutti i documenti richiesti. Inoltre vi era una mancanza di informazioni sui documenti mostrati sul sito della SC”.
- “Durante il periodo di tempo da Febbraio 2011 a Giugno 2011 è stata organizzata solo una fiera della SC in Liepaja, riteniamo che se ne dovrebbero organizzare molte di più per motivare i soci fondatori delle SC a lavorare attivamente per preparare la produzione per la fiera successiva. E’ stato molto interessante partecipare alla festa degli Artigiani a Jelgava e anche alla festa Livu a Liepaja.
  Abbiamo maturato una grande esperienza partecipando al Progetto: abbiamo sviluppato la nostra capacità di comunicazione, imparato come predisporre i documenti e le relazioni dopo ogni fiera”.
- “E’ stato molto importante inoltre produrre i vari documenti richiesti per avviare l’impresa”.
- “Pensiamo sia una grande esperienza”.

STUDENT COMPANY REPORT
ROMANIA

Introduzione
In Romania le student companies (imprese di studenti) che operano sono solamente quelle virtuali. La nostra è la prima Student Company costituitasi secondo il modello norvegese. La limitazione principale incontrata finora riguarda la forma della proprietà: l' edificio delle scuole superiori è di proprietà pubblica e quindi è soggetto ad affitto da parte del Municipio, con il consenso del Ministero della Pubblica Istruzione.

Selezione della scuola e degli insegnanti
La Provincia di Treviso ha collaborato con Asociatia Timotei Cipariu la quale ha deciso di attuare questo progetto presso la Scuola Superiore greco-cattolica "Timotei Cipariu" a Bucarest. Gli insegnanti coinvolti nella S.C. sono stati selezionati sulla base del curriculum e della disponibilità.

Presentazione delle attività del progetto Student Company alla scuola e agli insegnanti selezionati
Nell'aprile 2010, dopo la visita del responsabile di progetto a Trondheim (NO) avvenuta nel marzo 2010, gli insegnanti e gli allievi frequentanti la nona e la decima classe sono stati invitati (con comunicazione ai loro genitori) al meeting di presentazione del progetto.
Durante questo incontro non solo è stato spiegato il Progetto ma è stato anche chiesto agli studenti se fossero interessati a prenderne parte. Nel settembre del 2010, all'inizio dell'anno scolastico, gli studenti che avevano accettato di aderire sono stati invitati a pensare ad idee imprenditoriali innovative e a presentarle ai docenti designati. Il numero iniziale delle persone coinvolte è stato di quarantaquattro.

Progettazione del "Innovation Camp" e del "Entrepreneurship Camp" - coinvolgimento delle piccolo-medie imprese
Il partner rumeno ha adottato il modello Comune di Innovation Camp (di seguito: C.I.C.) approvato nel corso del terzo meeting in Norvegia da tutti i Partner. Il modello prevedeva il coinvolgimento di almeno due insegnanti e una durata di almeno 8 ore (in un giorno o due mezze giornate): il partner rumeno ha coinvolto due insegnanti e ha tenuto l'Innovation Camp nel pomeriggio di due giorni per un totale di 8 ore.
Come previsto nel C.I.C. le attività svolte sono state: introduzione ai ragazzi

degli strumenti del business plan, esperienze imprenditoriali, lettura del mercato (partecipazione di imprenditori locali e rappresentanti delle parti sociali), attività di brainstorming, sviluppo dell'idea e competizione dell'idea. Come richiesto nel C.I.C. abbiamo messo a disposizione degli studenti uno spazio per lavorare con le attrezzature e il materiale didattico di cui avevano bisogno. Dal momento che quasi tutti gli studenti erano minorenni, è stato richiesto il consenso dei genitori per raggiungere quanto sopra evidenziato.

Formazione degli Insegnanti per l'avvio della Student Company
Nei pomeriggi del 28 e 29 Giugno 2010, gli insegnanti della Provincia, insieme agli insegnanti dei paesi partner, hanno partecipato alle lezioni tenute da Anne Karine Sveinall, direttrice della Scuola di Adolf Oiens - Trondheim (NO), esperta in imprenditorialità giovanile, la quale ha trasmesso il modello Norvegese a tutti gli insegnanti, interagendo con loro.

Disseminazione del progetto Student Company al partenariato locale
Il 6 settembre 2010, durante il meeting ufficiale tenutosi presso la Scuola Superiore "Timotei Cipariu", il Progetto è stato presentato ai rappresentanti delle autorità locali e al Ministero della Pubblica Istruzione. Un comunicato stampa è apparso, nel dicembre 2010, nella rivista locale del primo distretto municipale.

Selezione idea di Student Company
Il 20 Ottobre 2010, 21 studenti, divisi in sei gruppi, hanno presentato sei idee imprenditoriali innovative. Le idee discusse sono state le seguenti: 2 idee sull'apertura di una caffetteria scolastica; lavaggio dell'auto a casa; una penna personalizzata; un righello portatile; un sito di social network per gli studenti.
Per sviluppare queste idee, gli studenti hanno preso contatti con diverse aziende nel tentativo di capire la fattibilità dell'idea progettuale.

Implementazione "Innovation & entrepreneurship camp": casi studio di imprese e relazione sull'Innovation Camp (workshop/casi studio)
Il 29 Ottobre, un Comitato misto ha scelto la migliore idea sulla base dei seguenti criteri: il grado di innovazione, la sua sostenibilità economica e finanziaria, la qualità del piano d'affari, gruppo di target e sicurezza, ecc.. L'idea selezionata è stata quella della caffetteria scolastica.

Descrizione della Student Company: business plan, avvio, produzione gestione e chiusura della Student Company

Gli studenti hanno scelto, per la loro Student Company, il nome di "S.C. JUNIOR LGRCAT SRL". Questa impresa nasce come una società a responsabilità limitata (società che ha un unico socio e un amministratore/responsabile), dotata di personalità giuridica, di proprietà di una sola persona (il socio unico dell'azienda). E' auto-gestita dal proprietario che ha la piena responsabilità nel prendere le decisioni relative al controllo e alla liquidazione del fondo sociale e ne riceve l'intero profitto. Questa scelta deriva dal fatto che la S.C. ha un solo studente maggiorenne (la legge prevede che solo le persone con più di 18 anni possano essere coinvolte nelle transazioni finanziarie). Questo studente diventa l'amministratore/responsabile della S.C. e ha il diritto di firmare i documenti giuridici essendone il legale rappresentante. Gli altri sei studenti sono tutti "dipendenti" (volontari).

La costituzione della nostra company è stata preceduta dalle seguenti azioni:

- sessioni di formazione e consulenza tenute del Prof. Diaconu;
- accesso al sito ufficiale della Camera di Commercio;
- sessioni di formazione e consulenza al fine di aiutare la SC ad ottenere l'approvazione ufficiale da parte dell'Istituto di Sanità e Sicurezza Pubblica;
- prenotazione del nome S.C.JUNIOR LGRCAT S.R.L presso la Camera di Commercio (ref.No.617048/15.12.2010);
- meeting di consulenza con i rappresentanti della Camera di Commercio;
- compilazione e registrazione dei documenti necessari per ottenere l'accordo di affittare uno spazio nel perimetro della scuola da parte del Ministero della Pubblica Istruzione (ref. No.76/21.01.2011; 273/28.01.2011; 26619/15.02.2011)
- firma di un contratto di affitto fra Distretto Municipale, S.C. JUNIOR LGRCAT S.R.L. e il Liceo Greco-Cattolico "Timotei Cipariu" (ref. No.77/8.02.2011; abbiamo ricevuto il contratto il 7.03.2011)
- registrazione dei documenti necessari per preparare la forma giuridica e per costituire l'azienda presso la Camera di Commercio (ref. No.362/11.03.2011);
- registrazione presso l'Agenzia delle Entrate (Ufficio delle Imposte) al fine di ottenere un certificato in cui si afferma che l'edificio indicato come costruzione sociale, non è stato venduto o affittato ad un'altra società;

- apertura di un conto corrente bancario, dopo aver depositato 200 RON ** come capitale sociale;
- invio del file per la registrazione ufficiale/iscrizione alla Camera di Commercio;
- firma e registrazione dei contratti di lavoro individuali per gli studenti presso il locale l'Ufficio del Lavoro;
- Invio del file all'Istituto di Sanità e Sicurezza Pubblica, al fine di ottenere l'approvazione ufficiale.

I costi amministrativi per l'apertura della Student Company sono stati di circa 307,76 euro.
Il 23 marzo 2011 abbiamo ricevuto il certificato ufficiale.
S.C. JUNIOR LGRCAT SRL non ha pagato IVA.
S.C. JUNIOR LGRCAT SRL ha firmato i contratti con le seguenti aziende:

- S.C. TIMES CONSULTING S.R.L.
- S.C. MACROMEX S.R.L.
- S.C. UNILEVER SOUTH CENTRAL EUROPE S.A.
- S.C. DINAMICA S.R.L.

L'apertura della caffetteria è avvenuta il 4 aprile 2011; gli studenti hanno lavorato all'interno di essa solo per 2 ore al giorno.

La struttura organizzativa di S.C.JUNIOR LGRCAT S.R.L è costituita come segue: RESPONSABILE, DIRETTORE FINANZIARIO - CONTABILE, RISORSE UMANE E DIRETTORE DEL MARKETING, DIRETTORE PRODUZIONE– FORNITURA E VENDITE, RESPONSABILE DELLA FORNITURA, RESPONSABILE DELLA PRODUZIONE, RESPONSABILE DELLE VENDITE.

Chiusura della Società
La S.C.JUNIOR LGRCAT S.R.L è stata chiusa il 24 giugno 2011.

I documenti finanziari sono stati inviati alla Ragioneria.
Il socio unico ha fatto una dichiarazione ufficiale in base alla quale è stata richiesta la chiusura dell'impresa. Il 13 luglio 2011 il Ministero della Giustizia ha rilasciato il Certificato di Registrazione con le notifiche di chiusura.

Il 28 luglio la dichiarazione ufficiale del socio unico è stata pubblicata nel Oficial Monitorul, la pubblicazione Rumena, dove tutti i documenti rilasciati sono resi pubblici. Sessanta giorni dopo questa pubblicazione l'impresa è stata cancellata dalla banca dati della Camera di Commercio.

Conclusioni
Cosa ha significato per noi la SC?

Per la Scuola:
- una nuova esperienza
- la valorizzazione del potenziale creativo degli studenti.

Gli studenti hanno avuto una reale esperienza nella:

1. preparazione e implementazione del business plan;
2. nell'avere un contatto reale con il mondo del lavoro;
3. firma dei contratti;
4. preparazione dei documenti contabili primari;
5. utilità del loro lavoro;
6. lavorare in team.

Il tempo per realizzare il progetto è risultato insufficiente a causa di:
- procedure molto complesse per la creazione di una impresa reale;
- scarsa fiducia iniziale in tale progetto.

A seguire:
- L'esperienza maturata dagli insegnanti e dagli studenti faciliterà alcune fasi del programma relativo alla Student Company.
- Questa esperienza migliorerà la collaborazione della nostra scuola con il Sindaco e l'Amministrazione delle Finanze, visto che ora è conosciuta per il "modello SC" e per l'attività svolta dalla società "SC JUNIOR LGRCAT SRL".

STUDENT COMPANY REPORT
SLOVENIA

Introduzione
La Slovenia ha una particolare organizzazione chiamata "Centro Sloveno per le Imprese didattiche" (www.cups.si), che ha stabilito un sistema "ufficiale" di Imprese scolastiche - didattiche. Quest'ultimo collega tutte le Imprese didattiche in Slovenia e offre loro un supporto professionale e i servizi necessari per il funzionamento continuo. Il CUPS é gestito da insegnanti. Ha cominciato a operare sotto la sovrintendenza del Ministero dell'Educazione e dello Sport il 1 settembre 2003 presso la scuola superiore di economia a Celje. Questa organizzazione è membro della EUROPEN-PEN INTERNATIONAL (http://cms.peninternational.info/), rete mondiale di Imprese didattiche, con oltre 7500 imprese in 42 paesi.
Un'impresa didattica é una società virtuale ed un centro di formazione professionale che gestisce le attività aziendali come fossero un "vero" business, simulando procedure, prodotti e servizi tipici di una reale azienda. Ogni impresa didattica commercia solamente con altre imprese didattiche e non opera sul mercato reale.

La Student Company "SC Cave Canum d.o.o." é stata registrata in base al sistema già esistente in Slovenia, ovvero come una società virtuale tramite il CUPS. Questa decisione è stata concordata perche la Slovenia é entrata nel progetto europeo LDV TOI STUDENT COMPANY solamente nel giugno 2010 e quindi non c'era abbastanza tempo per sviluppare nuovi approcci oppure implementare il modello norvegese di Student Company. Tuttavia, abbiamo fatto alcuni passi nuovi: abbiamo realizzato una cooperazione pubblica-privata-NGO tra azienda privata, scuola secondaria, scuola professionale superiore e istituto privato. La nostra impresa didattica ha un cliente reale (registrato alla corte), il nostro prodotto (applicazione web per l'e-commerce, ricerche) ha buone possibilità di diventare uno strumento "vivo" per il marketing e il commercio dei prodotti agricoli locali (iniziando con le erbe aromatiche).

Selezione della scuola e degli insegnanti
Dopo la presentazione nel maggio 2010 degli obbiettivi del progetto da parte del Lead Partner, Provincia di Treviso, abbiamo contattato il nostro partner "universale" nel settore dell'istruzione, TŠC – Centro scolastico di formazione tecnica di Nova Gorica. L'amministrazione della scuola era interessata alla cooperazione come partner associato e ha selezionato gli

insegnanti dei corsi pratici, qualificati per l'imprenditoria, che avrebbero lavorato al Progetto, quindi all'inizio del mese di Giugno 2011 abbiamo firmato la Lettera di Intenti.

Presentazione delle attività del progetto Student Company alla scuola e agli insegnanti selezionati

Nel giugno 2010 lo staff di progetto di SPIN e gli insegnanti dei corsi pratici della TŠC si sono incontrati, hanno studiato il modello norvegese della LDV TOI Student Company, hanno fatto ricerche aggiuntive sulla situazione in Slovenia e hanno preparato alcune proposte d'implementazione del Progetto sotto forma di corso pratico, nell'anno scolastico 2010/2011.

Alla fine del mese di giugno 2010, alcuni dei nostri membri del team di progetto (insegnanti, formatori) hanno partecipato al meeting a Treviso e hanno frequentato i corsi brevi tenuti dal tutor norvegese per avere più familiarità con il modello di trasferimento dell'innovazione.

A causa delle ferie estive e dell'assenza degli studenti, abbiamo posticipato l'introduzione delle attività di progetto agli studenti al successivo anno scolastico.

La decisione di quali studenti sarebbero stati invitati a partecipare al programma del trasferimento di innovazione è stata presa nel settembre 2010. Entrambi i partner sloveni hanno concordato di indirizzarsi verso gli studenti delle scuole professionali superiori e cercare un' attività che avrebbe coinvolto anche il centro scolastico formativo imprenditoriale, il MIC. Gli insegnanti dei corsi pratici della TŠC hanno informato tutti gli studenti delle scuole professionali superiori riguardo le possibilità di partecipare a questa esperienza internazionale, ovvero trasformare il loro corso pratico obbligatorio in una esperienza imprenditoriale, facendo parte di un team nel progetto Student Company, collegando le materie di studio con il lavoro pratico e verificando così la trasferibilità dalla teoria scolastica alla pratica. Visto che gli studenti di una scuola professionale superiore sono maggiorenni, non è stato necessario informare i loro genitori. Nell'ottobre 2010 é stato scelto il gruppo di cinque studenti che aveva mostrato più convinzione e determinazione ad un'attiva partecipazione.

Progettazione del "Innovation Camp" e del "Entrepreneurship Camp" – coinvolgimento delle piccolo-medie imprese

Noi abbiamo adottato il modello Comune di Innovation Camp (di seguito: C.I.C.) approvato durante il terzo meeting in Norvegia da parte di tutti i partner. Il modello prevedeva il coinvolgimento di almeno due insegnanti e una durata di almeno 8 ore (in un giorno oppure 2 mezze giornate): il

partner sloveno ha coinvolto sei insegnanti e tenuto l' Innovation Camp con un approccio innovativo, quello di meeting + e-classe per un totale di 10 ore. Come indicato nel C.I.C. le attività svolte sono state: l'introduzione ai ragazzi degli strumenti per realizzare un business plan, l'esempio di esperienze e sfide imprenditoriali (partecipazione di imprenditori locali e rappresentanti delle parti sociali), l'attività di brainstorming, lo sviluppo dell'idea e l'importanza della competitività. Come richiesto nel C.I.C. abbiamo reso disponibile agli studenti un ufficio per lavorare con le attrezzature e i materiali didattici di cui avevano bisogno.

Formazione degli Insegnanti per l'avvio della Student Company
Nei pomeriggi del 28 e 29 giugno 2010 gli insegnanti dei paesi partner hanno partecipato alle lezioni tenute da Anne Karine Sveinall, direttrice della Adolf Oiens School di Trondheim (NO), esperta in imprenditorialità giovanile, la quale ha trasmesso il modello Norvegese a tutti gli insegnanti, interagendo con loro.

Disseminazione del progetto Student Company al Partenariato locale.
La prima presentazione pubblica del progetto Student Company è avvenuta all'inizio di dicembre 2010 alla fiera locale delle imprese didattiche organizzata dal nostro secondo partner associato, la scuola superiore di economia e commercio di Nova Gorica. Abbiamo coinvolto la seconda scuola nel ruolo del sub-contraente della Student company per seguirne l'aspetto contabile.
Nel febbraio 2011 la nostra nuova SC chiamata "UP Cave Canem d.o.o." ha visitato il sesto mercato internazionale delle imprese didattiche nella città di Celje. (http://www.cups.si/index.php?option=com_content&view=article&id=111&Itemid=73).
L'attività principale di disseminazione é stata realizzata nel marzo 2011. Durante l'ultimo giorno del meeting fra i partner, in Slovenia, sono state realizzate le seguenti attività:

- un'ora di programma "live" alla TV locale con interviste ai partner, alle autorità scolastiche, alle autorità del settore privato e ai politici (vedi DVD), con parecchie repliche;
- una Tavola rotonda con i partner, le autorità scolastiche, le autorità del settore privato e i politici (membri del parlamento);
- una visita al parco tecnologico locale.

Nel giugno 2011 la presentazione del progetto e della partnership é stata fatta a HERBITIUM, centro erboristico della scuola partner TŠC. Tra i partecipanti c'erano politici locali, autorità del settore pubblico e

rappresentanti dei NGO, tutti appartenenti al settore dello sviluppo rurale e dell'impresa.

Selezione dell'idea di Student Company
Il gruppo dei cinque studenti più convinti e determinati aveva maturato tre idee per l'attività della Student Company, tutte collegate al loro programma di studio. Dopo le analisi dei pro e dei contro, hanno deciso di sviluppare l'idea dell'Agenzia di marketing su web.

Implementazione "Innovation & entrepreneurship camp": casi studio di imprese e relazione sull'Innovation Camp (workshop/casi studio)
Più tardi, nell'ottobre del 2010, le idee sono state presentate al gruppo di imprenditori locali nei settori del marketing, informatica, sviluppo di software e web page/applicazioni, contabilità, consulenza e ingegneria. Essi hanno valutato la migliore idea basandosi sui seguenti criteri: il grado d'innovazione, la sostenibilità economica e finanziaria, la qualità del business plan, il target group e la sicurezza. Gli imprenditori sono stati inoltre informati che gli studenti preferivano l'idea dell'Agenzia di marketing su web ed hanno accettato di supportare questa iniziativa.

Descrizione della Student Company: business plan, avvio, produzione gestione e chiusura della Student Company

- Gli studenti hanno preparato e firmato i documenti per la registrazione dell'impresa didattica secondo i protocolli del CUPS (/http://www.cups.si/index.php?option=com_content&view=article&id=51&Itemid=2); in base ai protocolli solo la scuola può "garantire" per l'impresa didattica, così il partner associato TŠC di Nova Gorica è stato il responsabile per la nostra Student company.
- Gli studenti hanno deciso per il nome di "UP Cave Canem d.o.o." Hanno scelto un' impresa a responsabilità limitata (d.o.o.) poichè è l'unica che può essere registrata presso CUPS.
- La Student company é stata registrata il 19 gennaio 2011.
- Tutti i fondatori sono anche dipendenti, uno di loro è direttore esecutivo.
- Gli studenti (con l'aiuto e la supervisione degli insegnanti e dei formatori di TŠC e SPIN) hanno sviluppato un business plan, un progetto di attività mensile, l'organigramma, un piano di cooperazione con clienti e sub-appaltatore.
- Uno degli studenti ha svolto uno studio sulla normativa in merito alla vendita di erbe in collaborazione con gli agricoltori locali, visitandoli

ed evidenziando la reale situazione del mercato (il documento è anche un prodotto del progetto).
- In marzo uno dei cinque studenti ha deciso di non lavorare più con il team ma di rimanere come co-fondatore.
- Gli studenti hanno sviluppato l'attività principale dell'impresa, l'agenzia web, e il prodotto, un web shop per erbe aromatiche prodotte dagli agricoltori locali.

Chiusura della Società

La Student Company ha chiuso la sua attività il 30 giugno 2011.
Il documento "Dichiarazione dei fondatori dell'impresa didattica", che riguarda la cancellazione di UP Cave canem d.o.o., è stato inviato al Centro Sloveno per le imprese didattiche - CUPS.

Conclusioni

Lezioni apprese:
- una nuova esperienza che ha riconfermato che "c'é un po' d'imprenditore in ognuno di noi"
- una nuova esperienza che ha riconfermato che l'imprenditorialità necessita di essere appresa per tutta la vita, a partire dall'infanzia
- la SC, come modello pratico, é un'opportunità per far sì che le idee diventino realtà
- una riconferma dell'importanza del lavoro di gruppo, della comunicazione e cooperazione
- più che trasferimento d'innovazione anche trasferimento di conoscenza, esperienza, valori, tolleranza interculturale e intergenerazionale tra tutte le parti coinvolte
- un'esperienza che per alcuni di noi é risultata anche un cambiamento ed una crescita personale
- una buona pratica ed un riferimento da utilizzare come base per un ulteriore lavoro: imprese didattiche per gruppi/destinatari diversi, strumenti web per la creazione e la gestione di imprese didattiche, completamento e miglioramento dei programmi scolastici, dei piani di studio e cambiamenti normativi.