

European Entrepreneurs Campus - Transfer, configuration and development of multidisciplinary model for promoting entrepreneurship in VET and higher education



Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

ACADEMIC LINK

Collegare la conoscenza accademica con il business – sviluppare gli agenti dell’innovazione.

Background

Nel 2011 il JobCenter di Odessa e l’organizzazione Udviking Fyn hanno dato vita a questo progetto pilota, in cui 20 agenti dell’innovazione (accademici disoccupati; studenti di scienze sociali o ingegneri) sono stati fatti incontrare con 20 aziende della Fionia per sviluppare 20 nuovi prodotti o servizi per queste imprese.

L’obiettivo era quello di dare alle aziende della Fionia l’opportunità di sviluppare nuovi prodotti e servizi e di rafforzare le loro capacità di innovazione, offrendo al contempo agli universitari una “esperienza di vita reale”. Gli accademici sono stati quindi impegnati direttamente in aziende su progetti realizzati da loro, in base alle esigenze aziendali.

Durante la crisi economica il concetto di innovazione è stato trascurato: l’obiettivo del progetto era quindi quello di presentare un modello credibile di “assistenza all’innovazione”, attraverso l’individuazione di aiuti mirati, altamente qualificati e ad un prezzo abbordabile, in grado di sostenere il rafforzamento dello sviluppo di prodotto/servizi innovativi da parte delle aziende per un periodo limitato.

La ricerca mostra che gli accademici hanno contribuito positivamente allo sviluppo dell’azienda.

Valore per le aziende

Le aziende acquisiscono:

- un dipendente che può sviluppare determinati progetti, i quali sarebbero stati altrimenti chiusi in un cassetto;
- strumenti di innovazione, utilizzabili sia per lo sviluppo di progetti specifici che come impostazione generale per lo sviluppo futuro di prodotti/servizi da vendere sul mercato

Sviluppo del progetto e tempistica

Il progetto pilota è stato organizzato come un corso di 6 mesi e 15 giorni.

PRIMA E SECONDA SETTIMANA

Durante le prime 2 settimane gli studenti sono stati abbinati alle aziende locali e sono stati formati attraverso un corso specifico incentrato sugli strumenti di innovazione. L'obiettivo era quello di trasformare questi soggetti in agenti di innovazione.

DAL PRIMO AL SESTO MESE

I seguenti sei mesi sono stati invece dedicati alla attivazione di tali agenti di innovazione. Durante i primi tre, gli accademici hanno ricevuto il sussidio di disoccupazione, senza rappresentare un costo per le aziende per cui lavoravano. Nei successivi tre, le aziende hanno potuto invece ricevere esse stesse un sussidio governativo.

Il ruolo di IDEA

IDEA Entrepreneurship Centre è stato coinvolto per offrire ai partecipanti un corso di 5 giorni in materia di metodi di innovazione. L'obiettivo era quello di preparare gli studenti per il loro debutto nella vita lavorativa e presentare loro le metodologie di generazione/sviluppo delle idee e di project management, nonché di presentare loro gli strumenti per lavorare sistematicamente con le idee progettuali.

IDEA ha così messo a disposizione un team di 3 docenti che hanno organizzato un corso con esercizi e lezioni teoriche, al termine del quale gli agenti di innovazione hanno ottenuto un diploma in cui si certificava la loro partecipazione e il contenuto educativo del percorso.

Programma

Lunedì 8.30 – 15.30	<ul style="list-style-type: none"> • Introduzione al corso • Presentazione del team di IDEA • Presentazione degli studenti • Cosa è innovazione • Cosa è imprenditorialità • Criteri di successo e obiettivo della permanenza in azienda
Martedì 8.30 – 15.30	<ul style="list-style-type: none"> • Riflessioni sul primo giorno • Generazione dell'idea • Valutazione/selezione dell'idea • Presentazione dell'idea • Mentoring (con ospiti)
Mercoledì 8.30 – 15.30	<ul style="list-style-type: none"> • Riflessioni sul secondo giorno • L'innovazione mirata all'utente • Visita al G10 – centro per utenti dedicato all'innovazione • Sviluppo dell'idea • Ideazione • Lancio dell'idea e allenamento • (Lancia la tua idea)
Giovedì 8.30 – 15.30	<ul style="list-style-type: none"> • Riflessioni sul terzo giorno • Le reti • Presentazione del Modello di Business Ostewalder • Allenamento al lancio • Lancia la tua idea • Disegna “la Scatola”
Venerdì 8.30 – 15.30	<ul style="list-style-type: none"> • Riflessioni sul quarto giorno • Esecuzione – presentazione della tua idea ai business • Esecuzione – piano del progetto/piano finanziario • Feedback in gruppo • Criteri del successo • Valutazione e strumenti per imparare a sfruttare ciò che si è imparato

Strumenti



Il presente progetto (“European Entrepreneurs Campus” - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è 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.

Strumenti e spunti di riflessione per la settimana

- I “Thinking hats” di De Bono
- Il Metodo NAF (Novità/Attrattività/Fattibilità)
- Business Model Canvas
- Modello di Diploma

Il Caso: la storia di Luciana Castelao

Luciana Castelao, 39 anni, laureata in “Cultura e Comunicazione”, sta ora lavorando con l’azienda Roll-o-Matic, società che si occupa della vendita di macchine impacchettatrici ad alta tecnologia. Luciana viene dal Brasile, vive in Danimarca dal 1999, e parla portoghese, danese, olandese, inglese e un po’ di spagnolo. Luciana era disoccupata e ha partecipato al primo corso dell’Academic Link.

Da Agosto 2011 ha iniziato a lavorare come coordinatrice del marketing alla Roll-o-Matic.

Per i primi 6 mesi Luciana ha partecipato al progetto Academic Link e l’azienda ha ricevuto un sussidio dallo Stato.

L’Amministratore Delegato e partner della Roll-o-Matic, Birger Sorensen, è stato così entusiasta del progetto e così felice di ciò che aveva fatto Luciana che l’azienda l’ha assunta. “Abbiamo 45 anni di esperienza e vendiamo già i nostri prodotti in 60 Paesi. Nel 2011 avevamo già deciso di cominciare ad allargare il nostro business all’America Latina, dopo aver conosciuto Luciana è stato chiaro che, anche grazie alla sua capacità di parlare portoghese, lei era la candidata ideale per quella attività”, dice Birger Sorensen, che ritiene che l’Academic Link sia positivo per entrambe le parti in gioco. “Ma entrambe i soggetti devono essere in grado di adattarsi. Gli accademici devono avere un interesse genuino al mondo del business in cui viene impiegato/a, altrimenti la cosa non funziona. E l’azienda deve avere rispetto per l’accademico, in quanto essi possono aiutare a comunicare e vendere i prodotti che noi, in quanto ingegneri, sappiamo sviluppare e realizzare” dice Birger Sorensen.