



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

EU Camp Guide

Questa è una guida pratica per organizzare dei Camp nei quali gli studenti possano sviluppare competenze imprenditoriali e di innovazione..

.. e dove i docenti diventano facilitatori dell'apprendimento, in grado di accettare l'idea che la creatività è un concetto che si sviluppa meglio senza competenze specifiche e in un contesto privo di giudizi.



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.



EU Camp Guide

Educare all'imprenditorialità, alla creatività e all'innovazione richiede delle competenze di insegnamento non convenzionali. Per acquisire capacità imprenditoriali ed innovative non si possono imparare soltanto nozioni *riguardo a* questi temi. Ma occorre anche essere allenati a *metterli in pratica*. Gli studenti devono quindi essere immersi all'interno del processo di innovazione e al concetto di imprenditorialità e non devono semplicemente osservarli da una distanza di sicurezza. Devono, cioè, sperimentare direttamente sulla loro pelle cosa questi termini significano e non immaginarlo soltanto.

L'educazione all'imprenditorialità e all'innovazione non dovrebbe quindi trasmettere conoscenze, ma anche sviluppare competenze e una diversa mentalità.

Come insegnante – o, meglio, educatore – è altresì importante individuare metodi in cui sia possibile fare un passo indietro nel processo educativo e concepirsi principalmente come mentore o *coach* del processo cognitivo degli studenti e non come l'elemento centrale, con il totale controllo della situazione.

Tuttavia le istituzioni educative tradizionali hanno molte barriere culturali, amministrative e pratiche da superare nel momento in cui decidano di utilizzare metodi innovativi e coinvolgenti riguardo ai temi dell'imprenditorialità e dell'innovazione. L'immersione nel processo creativo richiede tempo e concentrazione, elementi che difficilmente si inseriscono all'interno dei programmi dei corsi, caratterizzati piuttosto dal passaggio da un insegnamento all'altro.

Per questo motivo è stato sviluppato il concetto del Camp, nel quale per un paio di giorni ci si estranea dall'organizzazione tradizionale e si lavora in maniera intensa sullo sviluppo di nuove idee e concetti.

Questa EU Camp Guide darà a tutti coloro che vorranno organizzare un Camp delle linee guida e una lista delle cose necessarie da fare per realizzarlo.

La Eu Camp Guide è stata elaborata da:



Programma di
apprendimento
permanente

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.



IDEA Entrepreneurship Centre - University of Southern Denmark

Engstien 1, DK-6000 Kolding, Danimarca

E-mail: kontakt@idea.sdu.dk

<http://www.idea-sdu.dk>

per il progetto “EUROPEAN ENTREPRENEURS CAMPUS: Transfer, configuration and development of a multidisciplinary model for promoting entrepreneurship in VET and higher education” (2012-1-IT1-LEO05-02794).

Per maggiori informazioni: www.eec-project.eu

I partner
di
progetto



CEDIT – Centro Diffusione Imprenditoriale della Toscana

Via Giovanni del Pian dei Carpinì, 34 - 20127, Firenze (Italia)

Email: cedit@cedit.org

www.cedit.org

AMSP- Association of Small and Medium-Sized Enterprises and Crafts

Tesnov 5, 1100, Praga (Repubblica Ceca)

Email: amsp@amsp.cz

www.amsp.cz

Università di Siviglia

San Fernando, 4 – 41004, Siviglia (Spagna)

Email: relint6@us.es

www.us.es

BD Center

Ul. Broniewskiego, 1 – 35-222, Rzeszow (Polonia)

Email: biuro@bdcenter.pl

www.bdcenter.pl

IEPL – Istituto per lo sviluppo della produttività nel lavoro

C/ Tecnología, 26 – 41105, Siviglia (Spagna)



Programma di
apprendimento
permanente

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.



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

Università di Pisa

Lungarno Pacinotti, 43 – 56126 Pisa (Italia)

Email: ricerca@adm.unipi.it

www.unipi.it

Regione Toscana

Piazza Duomo, 10 – 50125 Firenze (Italia)

www.regione.toscana.it

VSFS – Università di Finanza e Amministrazione

Estonska, 500/3 – 10100 Praga (Repubblica Ceca)

Email: info@vsfs.cz

www.vsfs.cz

INDICE GUIDA

INTRODUZIONE..... 6



Programma di
apprendimento
permanente

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.

| | |
|--|-----------|
| ESEMPI..... | 7 |
| GLI ELEMENTI CHIAVE DI UN CAMP..... | 7 |
| ORGANIZZAZIONE DEL CAMP..... | 9 |
| CAMP LEADER..... | 9 |
| <i>PRIMA DEL CAMP.....</i> | 10 |
| <i>DURANTE IL CAMP.....</i> | 10 |
| FACILITATORE..... | 10 |
| <i>LISTA DELLE COSE DA FARE PER IL FACILITATORE.....</i> | 11 |
| PARTNER ESTERNI..... | 11 |
| <i>LISTA DELLE COSE DA FARE RIGUARDO AGLI ESPERTI.....</i> | 11 |
| PARTICIPANTI..... | 12 |
| <i>LISTA DELLE COSE DA FARE PER I PARTECIPANTI.....</i> | 12 |
| INDIVIDUARE LA LOCATION..... | 12 |
| <i>LISTA DELLE COSE DA FARE PER SCEGLIERE LA LOCATION.....</i> | 12 |
| DURATA..... | 13 |
| <i>LISTA DELLE COSE DA FARE PER DEFINIRE LA DURATA.....</i> | 13 |
| BUDGET..... | 14 |
| <i>LISTA DELLE COSE DA FARE PER DEFINIRE IL BUDGET.....</i> | 14 |
| MODELLO DI CAMP - ESEMPIO..... | 15 |
| PREPARARE UN CAMP..... | 16 |
| INTRODUZIONE..... | 16 |
| SVILUPPO DELL'IDEA 1..... | 16 |
| SVILUPPO DELL'IDEA 2..... | 17 |
| SVILUPPO DELL'IDEA 3..... | 17 |
| SVILUPPO DELL'IDEA 4..... | 17 |
| SELEZIONE DELL'IDEA 1..... | 17 |
| SELEZIONE DELL'IDEA 2..... | 17 |
| CONCETTUALIZZAZIONE..... | 18 |
| VENDERE L'IDEA..... | 18 |
| PASSO SUCCESSIVO..... | 18 |
| PRIMO GIORNO – CREATIVITÀ..... | 19 |
| SECONDO GIORNO – CREATIVITÀ..... | 24 |
| <i>FASE 2 – INNOVAZIONE – DALL'IDEA AL VALORE.....</i> | 27 |
| TERZO GIORNO – INNOVAZIONE..... | 29 |
| IL MODELLO DEL CAMP IN PRATICA..... | 30 |

INTRODUZIONE



Spostare le persone dal loro tradizionale luogo di lavoro o dall'ambiente scolastico ad un luogo diverso in cui svolgere il Camp può essere un metodo efficace per fare team building, allenare alla creatività e promuovere le capacità di innovazione. L'ambientazione del Camp favorisce il processo di rafforzamento dei legami fra i partecipanti, anche grazie al fatto che essi vengono spostati al di fuori della normale vita lavorativa, dominata dalla logica del raggiungimento del risultato e dal comportamento razionale. Nel Camp può essere creata una atmosfera giocosa che permette il pensiero originale e fuori dagli schemi e la collaborazione costruttiva. I Camp non sono un'alternativa alle attività tradizionali, ma sono complementari ad essa e rappresentano un mezzo per dare nuova forma e rafforzare tali attività.

Il modello del Camp può essere applicato nell'educazione all'imprenditorialità. Anche in questo caso i Camp non sono alternativa all'insegnamento frontale in aula, ma rappresentano una valida attività complementare, che favorisce i processi creativi, l'interazione fra le discipline e il coinvolgimento di soggetti esterni come i soggetti imprenditoriali.

I Camp imprenditoriali spesso partono dalle idee degli studenti, ma spesso anche delle idee e delle sfide innovative poste dalle aziende o dalle istituzioni educative. In alcuni Camp il focus viene posto sulla generazione dell'idea (come nel caso dei cosiddetti "Innovation Camp"), mentre in altri casi l'enfasi è messa sulla soluzione innovativa ai problemi ("Solution Camp"). Alcuni, poi, durano pochi giorni, mentre altri per settimane.

Indipendentemente dalla loro forma specifica, comunque, tutte queste tipologie di Camp seguono i medesimi principi di apprendimento e di innovazione. Tali elementi caratterizzanti sono: la diversità, il pensiero orizzontale, il pensiero laterale, l'orientazione al problema, l'apprendimento d'azione, l'orientamento al futuro e la facilitazione.

Negli ultimi anni, i Camp sono comparsi sulla scena dell'insegnamento all'imprenditorialità in molti paesi. In Danimarca, il modello è fiorito particolarmente, con almeno 40 Camp organizzati nel triennio 2005 – 2008. Tali Camp saranno qui presentati nel dettaglio. Benché essi abbiano molteplici differenze per quanto riguarda i punti di partenza e la durata, essi hanno dato simili risultati positivi, in un'ottica *win-win*. Gli studenti infatti beneficiano dell'allenamento alla creatività, ovvero l'applicazione pratica delle conoscenze teoriche, dell'abitudine all'interdisciplinarietà e del lavoro con soggetti esterni. Le altre parti coinvolte, quali il personale delle imprese e quello dei Dipartimenti del Trasferimento Tecnologico delle Università, ad esempio, beneficiano delle competenze, della fantasia e dell'energia delle "squadre" di studenti appartenenti a settori di interesse, diventando quindi a loro volta parte di un interessante processo innovativo.

Scarica l'articolo del prof. Torben E. Bager et al. "The Camp Model for Entrepreneurship Teaching" (Inglese)

<http://idea-camp.eu/wp-content/uploads/2013/10/The-camp-model-for-entepreneurship-teaching-TOB-091.pdf>

ESEMPI

Per illustrare gli esempi specifici puoi visualizzare i seguenti video :



Programma di
apprendimento
permanente

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.

<http://idea-camp.eu/eu-camp-guide/3-videos-for-illustration/>

Gli elementi chiave di un Camp

Gli elementi chiave di un Camp sono:

- Presenza di 20 – 50 partecipanti e insegnanti/formatori/facilitatori
- Portare i partecipanti in un luogo esterno al luogo di svolgimento tradizionale della loro formazione/lavoro
- Durata dalle 4 ore ai 5 giorni (possibilmente con il pernottamento)
- Creazione di gruppi interdisciplinari (se possibile)
- Lavorare intensamente sullo sviluppo di nuove idee e concetti per risolvere la sfida presentata
- Presenza di partecipanti esterni come soggetti imprenditoriali, esperti, ecc. Il loro coinvolgimento si realizza ai momenti 1) definizione della sfida, 2) lavoro degli studenti in gruppi, 3) valutazione delle idee e delle soluzioni
- Presenza di un Camp leader con il compito di controllare il processo
- Presenza di facilitatori che assistano ogni gruppo
- Interazione fra Camp leader e facilitatori al fine di creare un'atmosfera cooperativa, piacevole e intensa
- Presentazione di una sfida ben definita, ma segretezza circa i dettagli del programma della giornata (prima del Camp)
- Pressione sui partecipanti al fine di aumentare la loro concentrazione e produrre risultati
- Blocco o limitazione della comunicazione con il mondo esterno, come amici o famiglie.

Il focus del Camp può variare in base al tempo a disposizione e alla sfida proposta nel Camp. Alcuni potranno essere focalizzati sul processo creativo di base e sulla generazione di molte idee, altri invece potranno enfatizzare lo sviluppo di soluzioni reali e di concetti imprenditoriali.

I Camp possono essere organizzati in molto diverso, fatto salvo il mantenimento di alcuni principi comuni, quali:

- L'idea che la diversità dei partecipanti aumenti il livello di innovazione. La diversità può essere ottenuta attraverso la scelta dei membri del gruppo, ma anche coinvolgendo esperti esteri.
- L'importanza del pensiero orizzontale, ovvero l'abilità di integrare conoscenze interdisciplinari
- L'alternanza fra processo di ideazione creativa e lo sviluppo di concetti strutturati, nonché la valutazione degli stessi
- Centralità del *Problem Based Learning* (PBL, Apprendimento basato sui problemi), grazie al quale il focus si sposta dall'argomento in analisi al problema concreto.
- Centralità dell' *Experience Based Learning* (apprendimento basato sull'esperienza, grazie al quale l'apprendimento avviene attraverso l'azione e la riflessione sull'esperienza.
- Centralità del *Facilitating learning process* (processo di apprendimento facilitato). In questo sistema i facilitatori non sono esperti dei contenuti, ma aiutano i processi in atto e stimolano i partecipanti, aiutandoli a lavorare in gruppo



- Apertura ai risultati/soluzioni presentate
- Individuazione delle aspettative, al fine di poter valutare il risultato finale

ORGANIZZAZIONE DEL CAMP

Organizzare un Camp richiede diverse persone in diversi ruoli:



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.

CAMP LEADER

I compiti del Camp Leader sono quelli presentati di seguito:

- Decidere la data e l'orario dell'evento
- Prenotare le strutture e gli alloggi, acquistare le attrezzature
- Stabilire la quantità di cibo e bevande
- Invitare, registrare e supportare i partecipanti
- Formare i gruppi
- Presentarsi come Camp Leader
- Nominare e supportare i facilitatori
- Nominare gli speaker (se necessario)
- Nominare i giudici
- Nominare gli aiuti professionali (se necessario)
- Definire metodi creativi ed innovativi per lo svolgimento del Camp in base al problema/sfida
- Preparare un programma/canovaccio dettagliato del Camp
- Definire ed acquistare i premi (se necessario)
- Individuare il pagamento o i premi per gli aiutanti esterni
- Stabilire il budget del Camp
- Contattare la stampa (se necessario)
- Copiare o preparare i materiali

Il Camp Leader sarà presente durante tutto il Camp e presenta la giornata. Egli dovrà:

- Aprire il Camp
- Introdurre gli esercizi
- Introdurre i partecipanti
- Presentare i premi
- Chiudere il Camp
- Tenere conto del tempo trascorso e verificare che la tempistica sia rispettata

PRIMA DEL CAMP

Attività pratiche che il Camp Leader deve svolgere prima del Camp:

- Portare il materiale di supporto audiovisivo necessario ed essere certi che esso funzioni correttamente (ad es. proiettore, schermo, lavagna o lavagna a fogli mobili)
- Portare le slide ed il computer



- Portare il programma del Camp stampato
- Portare copie del materiale da distribuire
- Portare penne, carta, forbici, colla, fogli adesivi, ecc.

DURANTE IL CAMP

- Controllare l'organizzazione dei tavoli e i supporti audiovisivi
- Controllare i computer e il suono
- Distribuire il materiale
- Organizzare la distribuzione dei pasti (orari, numero di partecipanti, ospiti)
- Presentare le slide di benvenuto con il proiettore

FACILITATORE

Il ruolo del facilitatore è quello di mantenere scorrevole lo svolgimento del processo: far partire il gruppo, riportarlo sui binari nel caso fosse necessario, ricordare le scadenze, aiutarlo a ragionare fuori dagli schemi e suggerire nuovi metodi o strumenti.

Il facilitatore non suggerisce idee per la soluzione della sfida, ma è costantemente consapevole del processo in atto e aiuta il gruppo a riportare l'attenzione sul lavoro da svolgere. Ciò include anche suggerire delle pause quando necessario per recuperare le energie.

LISTA DELLE COSE DA FARE PER IL FACILITATORE

Identificare il numero di facilitatori necessari: quanti? Per quanto tempo?

- Trovare potenziali facilitatori
- Individuare il rimborso per i facilitatori



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.



- Organizzare un pre-incontro con i facilitatori
- Prenotare l'alloggio e il cibo per i facilitatori
- Consegnare il materiale didattico ai facilitatori
- Restare in contatto dopo ogni sessione durante il Camp
- Valutare le idee con i facilitatori

PARTNER ESTERNI

Il ruolo di partner esterni può essere quello di:

- **Definire il problema** – il fatto che la sfida presentata durante il Camp sia un problema reale presentato direttamente da chi ha riscontrato tale difficoltà è molto motivante. Se partner esterni non intendono rivelare i loro reali problemi, potranno sempre presentare problemi più generali.
- **Esperti:** un breve discorso o introduzione al problema (30 – 40 minuti) da parte di un esperto del settore può essere molto stimolante per i partecipanti
- **Assistenti professionali** – per la visualizzazione o l'illustrazione del problema può essere molto importante coinvolgere assistenti professionali, specializzati nella materia.
- **Valutatori** – Avere un panel di giudici che ascoltino le presentazioni e le valutino alla fine del processo può essere molto motivante per i partecipanti

LISTA DELLE COSE DA FARE RIGUARDO AGLI ESPERTI

- Individuare appropriati partner potenziali
- Invitare partner rilevanti
- Ringraziarli per aver accettato di partecipare e verificare se essi partecipino anche al pranzo/cena
- Ordinare il pranzo/cena per gli esperti (se richiesto)
- Predisporre i pagamenti o acquistare dei doni
- Introdurre i partner esterni nel programma
- Organizzare l'accoglienza degli esperti e preparare le istruzioni per loro
- Presentare gli esterni e ringraziarli per avere partecipato, offrendo loro dei regali prima che lascino la sessione
- Ringraziarli per email per aver partecipato all'evento dopo che questo è avvenuto

PARTECIPANTI

Selezione i partecipanti (se possibile) in base alle loro diversità. Selezionare soggetti con conoscenze e capacità diverse e in grado di coprire tutte le competenze necessarie riguardo al problema proposto e le possibili soluzioni.



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.

LISTA DELLE COSE DA FARE PER I PARTECIPANTI:

- Individuare le discipline nelle quali operano
- Individuare come la conoscenza del Camp possa essere diffusa fra i partecipanti potenziali
- Fare gli inviti e preparare il materiale promozionale
- Organizzare le modalità di registrazione e di follow-up
- Formare i gruppi e definire il modo in cui essi debbano essere formati durante il Camp
- Fare una lista di gruppi e pianificare l'alloggio dei facilitatori

INDIVIDUARE LA LOCATION

E' importante individuare una location che si trovi al di fuori dell'ambiente tradizionale al fine di aumentare il focus sul lavoro che deve essere svolto.

La location deve essere una grande sala per conferenze per gli incontri comuni e diverse sale piccole per il lavoro dei gruppi. Sarebbe preferibile che ciascun gruppo potesse lavorare in una stanza ciascuno.

L'arredamento e le strutture presenti devono essere flessibili e il Wifi deve essere accessibile.

LISTA DELLE COSE DA FARE PER SCEGLIERE LA LOCATION

- Trovare una location appropriata
- Individuare il numero dei partecipanti e dei gruppi
- Organizzare e controllare le attrezzature necessarie
- Organizzare il check-in e il check-out
- Organizzare cibo e bevande
- Organizzare i supporti audiovisivi, l'accesso internet e le altre attrezzature necessarie
- Regolare la *timetable* in base allo svolgimento del Camp e definire la lista dei partecipanti effettivamente presenti

DURATA

La durata dipende dagli obiettivi che vogliono essere raggiunti.

Se si intende lavorare esclusivamente sull'ideazione, metà giornata può essere sufficiente. Se si vuole anche lavorare sullo sviluppo del concetto, è necessario pianificare almeno 24 ore, preferibilmente 48.



Se si ritiene di voler fare lavorare i partecipanti anche alla stesura di un *business plan*, allora la durata consigliata è quella di una settimana.

LISTA DELLE COSE DA FARE PER DEFINIRE LA DURATA

- Concordare sugli obiettivi (quanti se ne vogliono raggiungere)
- Prevedere una durata in linea con le risorse disponibili
- Organizzare i tempi di lavoro
- Verificare che i tempi prefissati rientrino negli orari dell'organizzazione

BUDGET

Il costo del Camp può variare e dipende molto del livello dei prezzi in ciascun paese.

In base all'esperienza danese (Paese in cui i costi sono molto alti) un Camp per 30 – 40 partecipanti può essere organizzato con un budget minimo di 4.000 euro.



Programma di
apprendimento
permanente

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.



La soluzione più costosa è quella che prevede la partecipazione di un'azienda che si occupi dell'organizzazione del Camp. Il modo più economico è quello di utilizzare invece risorse interne – ed esempio ricorrendo a studenti con esperienza come facilitatori – e evitando di prevedere l'alloggio.

LISTA DELLE COSE DA FARE PER DEFINIRE IL BUDGET

- Considerare se si voglia coinvolgere personale interno esperto per la gestione del Camp o se invece è necessario ricorrere a personale esterno
- Pensa: possono essere utilizzati i colleghi della tua organizzazione?
- E' possibile trovare partner esterni che contribuiscano a condizioni a loro vantaggiose?
- Si può finanziare il Camp con risorse esterne?

MODELLO DI CAMP – ESEMPIO

Di seguito presenteremo l'esempio di un Camp di 48 ore.

Il Camp in oggetto è un “Solution Camp”, nel quale le idee sono generate, sviluppate e trasformate in idee di business per imprese/organizzazioni.

Il Camp è diviso in due parti principali:



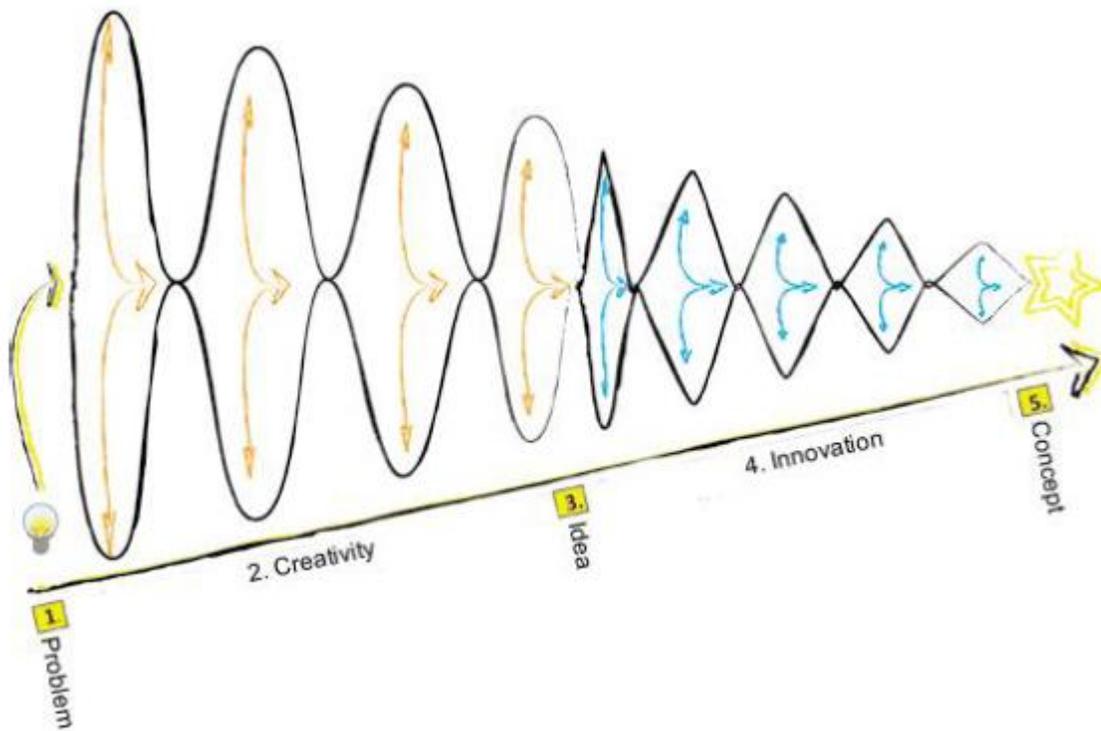
Il presente progetto (“European Entrepreneurs Campus” - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno

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.

- La parte creativa – durante la quale le idee sono generate e sviluppate
- La parte innovativa – durante la quale le nuove idee sono sviluppate in concetti che possono essere lanciati sul mercato e trasformati in idee di business

In entrambe le fasi il lavoro svolto oscilla fra creatività e pensiero critico, come nella figura sotto riportata



I passaggi del Camp sono i seguenti:

- Preparare un Camp
- Introduzione
- Sviluppo dell'idea 1
- Sviluppo dell'idea 2
- Sviluppo dell'idea 3
- Sviluppo dell'idea 4
- Selezione dell'idea 1

- Selezione dell'idea 2
- Concettualizzazione
- Vendere l'idea
- Prossimo passo

PREPARARE UN CAMP

Il Camp deve essere preparato nei dettagli. In ogni momento possono crearsi problemi e necessità. L'assenza di ostacoli permetterà ai partecipanti di essere sempre concentrato sul loro compito.

INTRODUZIONE

L'obiettivo dell'introduzione è quella di presentare il modo in cui si lavora nel Camp e i compiti assegnati ai partecipanti. E inoltre necessario che i partecipanti conoscano le informazioni di base circa l'azienda che presenta la sfida, le linea di business da seguire o la sfida generale su cui dovranno lavorare.

SVILUPPO DELL'IDEA 1

Nella prima sessione dello Sviluppo dell'Idea i partecipanti devono sviluppare le loro idee al fine di individuare una soluzione basata sulla loro comprensione del problema che stanno cercando di risolvere. E' importante che essi non perdano troppo tempo facendo domande chiarificatrici. In questa fase essi devono essere infatti concentrati sulla generazione di idee basate sulla loro conoscenza del problema.

SVILUPPO DELL'IDEA 2

L'obiettivo della seconda sessione dello Sviluppo dell'idea è quella di provare a generare ancora nuove idee. I partecipanti devono così capire che non è sufficiente avere una buona idea, ma occorre averne molto fra le quali scegliere.

In questa fase è necessario aiutare lo sviluppo delle idee con tecniche creative. Alla fine di questa sessione i gruppi si aiuteranno l'un l'altro per lo sviluppo di ulteriori idee.



SVILUPPO DELL'IDEA 3

Nella terza sessione dello Sviluppo dell'idea l'obiettivo è quello di permettere ai partecipanti di aiutarsi nella creazione di nuove idee e di utilizzare le conoscenze di cui ciascun gruppo è in possesso.

SVILUPPO DELL'IDEA 4

Nel quarto *round* dello Sviluppo dell'idea l'obiettivo è quello di unire le conoscenze già acquisite in base ai propri settori di provenienza al fine di elaborare idee completamente nuove.

SELEZIONE DELL'IDEA 1

In questa fase il gruppo inizia a selezionare le idee più promettenti emerse internamente al gruppo. Essi individueranno le preferite e le classificheranno utilizzando diversi metodi, fra cui il NAF, in cui la Novità, l'Attrattività e la Fattibilità sono i criteri principali di scelta.

Il gruppo presenta quindi la migliore idea.

SELEZIONE DELL'IDEA 2

Nella seconda fase della Selezione dell'Idea la migliore idea emersa viene presentata di fronte a tutti – nel caso, anche di fronte ad un *panel* di esperti.

L'obiettivo è quello di avere feedback e pareri da parte di persone esterne al gruppo – da parte di altri partecipanti o da esperti.

CONCETTUALIZZAZIONE.

L'obiettivo della concettualizzazione è quello di costruire un concetto di business basato sull'idea selezionata da ciascun gruppo.

VENDERE L'IDEA



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.



La sessione finale del Camp è finalizzata alla presentazione ufficiale dell'idea. Tale presentazione deve dimostrare chiaramente le necessità, le soluzioni, il valore per il consumatore e presentare il modello generale di business.

L'obiettivo è quello di creare una presentazione che possa convincere i *decision maker* dell'organizzazione che ha presentato il problema.

PASSO SUCCESSIVO

Immediatamente dopo la presentazione il gruppo dovrebbe individuare e valutare gli obiettivi e le motivazioni dei membri di ciascun gruppo e concordare su come proseguire con il progetto. Una bozza di *project plan* può essere preparata e può essere fissato un incontro successivo.



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.

PRIMO GIORNO – CREATIVITA’ Fase 1: Preparare lo sviluppo dell’idea

| Tempo | Attività | Responsabilità | Metodi | Luogo | Materiali |
|---------|----------------------------------|----------------|---|-------------|---|
| | Preparare il Camp | | | | |
| - | Preparazione – prima dell’arrivo | Camp leader | Introdurre ai facilitatori gli obiettivi principali e i principi del Camp. Controllare le stanze nelle quali staranno i partecipanti | | |
| 15 min. | Check in – Strutture | Facilitatori | I partecipanti entrano nelle loro stanze, lasciano i bagagli e raggiungono le aule di lavoro | Reception | <i>Welcome package</i> per tutti (penne e carta) da usare durante il Camp |
| 30 min. | Identificare i gruppi | Facilitatori | Esercizi: <ul style="list-style-type: none"> - <i>Sogno di bambino</i> (+ badge con il nome con il sogno da bambino) (allenamento) - <i>2 verità e 1 bugia</i> (allenamento) - Fare <i>5 comandamenti</i> per il lavoro di gruppo - Individuare il nome e lo slogan del gruppo, entrare nella stanza e preparare la presentazione | Area gruppi | <ul style="list-style-type: none"> - Lavagna a fogli mobili - Badge su cui scrivere i nomi - Pennarelli colorati/penne |
| 1 ora | Benvenuto | Camp Leader | Esercizi: <ul style="list-style-type: none"> - <i>Sogno di bambino</i> (allenamento) - <i>Hand clap</i> 1, 2 e 3 - <i>Parla del tuo giorno precedente</i> (allenamento) Introduzione al Camp: <ul style="list-style-type: none"> - Il modo in cui si lavora - Il ruolo del facilitatore, del Camp Leader e del Segretario - Presentazione dei gruppi - Le regole del Camp - Raccogliere cellulari e orologi | Area comune | Orologio Segnale sonoro |



| | | | | | |
|--------|-------|--|---|-----------------|---|
| | | | Esercizio: - <i>Si, abbiamo sbagliato</i> | | |
| 30 min | Sfida | Azienda che ha un problema o Camp Leader | Sfida Esercizi: - <i>Fai un regalo</i> (allenamento) - <i>Organizza un viaggio</i> (allenamento) | Area dei gruppi | <i>Stimuli Cards</i> Immagini Carte personali |



| Tempo | Attività | Responsabilità | Metodi | Luogo | Materiali |
|---------|-----------------------------|---|--|-----------------|--|
| | Sviluppo dell'idea 1 | | | | |
| 1 ora | Ideazione | Facilitatori | <p>Esercizi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Brainstorming negativo</i> (esercizio di concentrazione) - <i>Sviluppa una bici assieme</i> (allenamento) - <i>Carta personale</i> (esercizio di concentrazione) - <i>Organizza un viaggio sulla luna</i> (allenamento) - <i>Stimuli cards</i> (esercizio di concentrazione) - <i>Sviluppa un bus assieme</i> (allenamento) - <i>Picture stimuli</i> (attività di concentrazione) - | Area dei gruppi | <p><i>Stimuli Cards</i></p> <p>Immagini</p> <p>Carte personali</p> |
| 1 ora | Selezione | Facilitatori | <p>Scegliere fra tutte le idee esistenti.</p> <p>Aiutarsi per sviluppare ogni idea in gruppi da due. I gruppi preparano la presentazione di tutte le idee selezionate a chi ha esposto il problema</p> | Area dei gruppi | Lavagna a fogli mobili |
| 30 min. | Presentazione | Facilitatori e chi ha esposto il problema | <p>Esercizio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gigante - Troll – Nano (Allenamento) <p>Presentazione a chi ha esposto il problema</p> <p><i>Feedback</i> da chi ha esposto il problema: Cosa è stato realmente fatto? Cosa esiste realmente? <i>Feedback</i> dovrebbero anche chiarire tutte le incomprensioni</p> | | |
| 1 ora | Ideazione | Facilitatori | <p>Esercizi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Brainstorming negativo (esercizio di concentrazione) | Area dei gruppi | <p><i>Stimuli cards</i></p> <p>Immagini</p> <p>Carte personali</p> |
| Tempo | Attività | Responsabilità | Metodi | Luogo | Materiali |

| | Sviluppo dell'Idea 2 | | | | |
|-------|----------------------|--------------|--|-----------------|--------------------------|
| 1 ora | Ideazione | Facilitatori | <p>Esercizi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Monologo collettivo</i> (allenamento) - <i>Si e.. comunicazione</i> (allenamento) - <i>Provocation cards</i> (attività di allenamento) - <i>Qual è il contrario di..</i> (allenamento) | Area dei gruppi | <i>Provocation Cards</i> |
| 1 ora | Selezione | Facilitatori | <p>Selezionare un'idea esistente. Aiutati con gli altri per sviluppare ciascuna idea in gruppi di due. Il gruppo sceglie l'idea che è ritenuta avere il miglior potenziale. Il gruppo prepara una presentazione dell'idea selezionata per tutti (incluso colui che ha presentato l'idea)</p> | | |
| 1 ora | Presentazione | Camp Leader | <p>Esercizi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Cicogna – rana – donna incinta</i> (allenamento) <p>Presentazione per tutti</p> <p>Feedback silenzioso dato anonimamente da tutti (incluso colui che ha esposto il problema) su post-it dopo le presentazioni.</p> <p>I gruppi raccolgono i feedback e li leggono.</p> <ul style="list-style-type: none"> - I facilitatori concludono la giornata con i feedback positivi | | |

SECONDO GIORNO - Creatività

Il giorno inizia con esercizi energizzanti e esercizi 3D, al fine di rimettere i partecipanti all'interno della fase creativa

| Tempo | Attività | Responsabilità | Metodi | Luogo | Materiali |
|-------|-----------------------------|----------------|---|-----------------|--------------------------|
| | Sviluppo dell'Idea 3 | | | | |
| 1 ora | Ideazione | Facilitatore | <p>Utilizza:</p> <ul style="list-style-type: none"> - “Cosa succede dopo?” - “Ancora una volta” - “Indovina ancora” <p>.. riguardo al problema. Fai questo mentre scrivi le idee sui post-it</p> | Area dei gruppi | Stimuli cards Post-it |
| 1 ora | Selezione | Facilitatore | <p>Categorizza le idee:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Seleziona un'idea fra tutte quelle che sono state sviluppate recentemente - Aiutati con gli altri per sviluppare ciascuna idea in gruppi di due - Prepara la presentazione al “gruppo sorella” <p>Le presentazioni devono coinvolgere il gruppo-sorella in modo che questo possa sperimentare il modo in cui la soluzione funziona con loro</p> | Area dei gruppi | Prototipi |
| 1 ora | Presentazione | Facilitatore | <p>I gruppi si raccolgono a coppie</p> <p>Esercizio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Guarda, c'è un mammut! (allenamento) <p>Presentare tutte le idee selezionate per il “gruppo-sorella”</p> <p>I gruppi continuano a sviluppare le idee utilizzando le tecniche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cosa succede dopo? | Area dei gruppi | |



| | | | | | |
|-------|--------------------|--------------|--|-----------------|------------------------|
| | | | <ul style="list-style-type: none"> - Un'altra volta - Indovina ancora ..per sviluppare le idee degli altri | | |
| 1 ora | Sviluppo dell'idea | Facilitatore | Organizza la stanza: <ul style="list-style-type: none"> - Appendi decorazioni natalizie, accendi candele, metti della musica, ecc. - La stanza deve dare ancora ai partecipanti l'energia per lavorare assieme | Area dei gruppi | Candele Decorazioni |

| Tempo | Attività | Responsabilità | Metodi | Luogo | Materiali |
|-------|----------------------|----------------|--------|-------|-----------|
| | Sviluppo dell'Idea 4 | | | | |





| | | | | | |
|-------|-----------|--------------|---|-----------------|---|
| 1 ora | Ideazione | Facilitatore | Esercizi: <ul style="list-style-type: none">- <i>Incontro fra nomi</i> (allenamento)- <i>Principles cards</i> (esercizio di concentrazione)- <i>Le cose si incontrano</i> (allenamento)- <i>Principle cards</i> (esercizio di concentrazione)- <i>Trova i principi</i> (allenamento)- <i>Le cose incontrano i principi</i> (allenamento)- <i>Principles cards</i> (esercizio di concentrazione) | Area dei gruppi | <i>Principles cards</i> Scatola delle cose casuali |
|-------|-----------|--------------|---|-----------------|---|

FASE 2 – INNOVAZIONE – DALL’IDEA AL VALORE



| Tempo | Attività | Responsabilità | Metodi | Luogo | Materiali |
|--------|------------------------|----------------|--|-----------------|---|
| 30 min | Selezione dell'idea 1 | Facilitatori | <p>Selezione interna dell'idea:</p> <p>Classifica le idee in base ai criteri di selezione.</p> <p>Esercizi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Criteri definiti autonomamente. Ciascun partner valuta le idee in base a dei criteri definiti autonomamente e presenta i risultati in gruppo. - Metodo NAF: Il gruppo selezionare le idee collettivamente in base al metodo NAF | Area dei gruppi | Lavagna a fogli mobili |
| 1 ora | Selezione dell'idea 2 | Camp Leader | <p>Selezione esterna dell'idea:</p> <p>Tre idee selezionate sono presentate al plenum.</p> <p>Ciascun gruppo ha 3 – 5 minuti per la presentazione</p> <p><i>Response cards</i> dal gruppo nel plenum</p> | Plenum | Lavagna a fogli mobili <i>Response cards</i> |
| 2 ore | Sviluppo del cocchetto | Facilitatori | <p>Costruisci il concetto di business sull'idea.</p> <p>Usa il modello Business Model Creator (BMC) prodotto da IDEA</p> <p>Esercizi nel gioco:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Idea di base</i> - <i>Profilo dell'utente</i> - <i>Funzione</i> - <i>Chi fa cosa?</i> - <i>Proteggere l'idea e il concetto di business</i> - <i>Competizione</i> | Area dei gruppi | Business Model Creator (BMC) |



| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | - <i>Nuove opportunità</i> Un gruppo di pi scrive i risultati | | |
|--|--|--|--|--|--|

TERZO GIORNO - INNOVAZIONE



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.

| Tempo | Attività | Responsabilità | Metodi | Luogo | Materiali |
|-------|------------------------------|----------------|---|-----------------|--|
| 1 ora | Vendere l'idea e il concetto | Facilitatori | <p>Preparazione: Idea e concetto di business devono essere presentati <i>ai decision makers</i> dell'organizzazione o agli investitori</p> <p>Le presentazioni di vendita sono preparate in gruppo.</p> <p>Le tecniche sono date dal Facilitatore.</p> <p>Esercizi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presentazione delle vendite - Lancio - Prototipazione | Area dei gruppi | <p>Lavagna a fogli mobili</p> <p>Computer</p> <p>Powerpoint</p> <p>Strumenti di prototipazione</p> <p>Supporti audiovisivi</p> |
| 1 ora | Vendere l'idea e il concetto | Camp Leader | <p>Conclusione del Camp:</p> <p>Presentare le idee e i concetti di business davanti ad un <i>panel</i> di giudici che le valuteranno.</p> <p>Presentazione di 5 minuti</p> <p>Feedback dai giudici</p> | Area dei gruppi | <p><i>Principles cards</i></p> <p>Scatola delle cose casuali</p> |
| 1 ora | Passo successivo | Facilitatori | <p>Fai un accordo all'interno del gruppo riguardo ai prossimi passi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Obiettivi - <i>Project plan</i> di base - Accordo per un prossimo incontro | Area dei gruppi | |

IL MODELLO DEL CAMP IN PRATICA

Il principale obiettivo del Metodo Camp è quello di stimolare la creatività dei gruppi. Saper gestire la creatività di gruppi di persone richiede la comprensione non soltanto della dinamica del gruppo stesso, della psicologia individuale, del processo di apprendimento, ma anche di una serie di indicazioni generali che saranno utili per iniziare il tuo processo di apprendimento, in qualità di organizzatore del Camp e di facilitatore:

- Impara a dire SI! Le idee, e le persone, sono vulnerabili nelle prime fasi, quindi preferisci l'utilizzo della formula "Si e.." piuttosto che "Si, ma..". Costruisci sulle idee altrui, invece di criticarle.
- Ogni tipo di conoscenza è di valore. I partecipanti non devono rappresentare nessuna disciplina in senso stretto. Tutti devono portare le proprie conoscenze, basandosi sulle proprie esperienze. Si eviti quindi di concentrarsi sulla loro formazione, sul loro lavoro o sulla loro posizione.
- Evita di parlare ai membri del gruppo del settore di attività o delle competenze degli altri ed evita di fare presentazioni personali in apertura. In questo modo le idee non verranno giudicate in base alla persona da cui sono state proposte.
- Permetti ai facilitatori di canalizzare l'attenzione dei gruppi sulla costruzione delle idee a partire dalle proposte altrui, piuttosto che lanciare sempre nuove idee. Incoraggiali a domandare "E tu cosa ne pensi di questa idea?" o "E allora cosa si potrebbe fare a questo proposito?"
- Evita discussioni. Nelle discussioni si prova sempre a vincere e ad avere ragione. E' un gioco competitivo, non cooperativo. I facilitatori dovrebbero provare a far uscire i gruppi dalle discussioni e ad essere cooperativi. Incoraggiali a vedere le opportunità di analizzare i problemi da diversi punti di vista.
- Un compito, una scadenza. Dai ai gruppi un compito e una scadenza alla volta. E soltanto quando il compito precedente è stato raggiunto. In questo modo essi potranno concentrarsi meglio, non dovendo preoccuparsi della pianificazione o strutturazione dell'intero processo. Se un gruppo sta lavorando su più di un compito, si comincerà ad utilizzare energie per organizzarsi per completare il successivo. Il facilitatore deve farsi carico del processo e non permettere al gruppo di dubitare di ciò di cui essi sono responsabili
- Separa il processo generale in compiti, al fine di evitare di dover pensare alla pianificazione e strutturazione. Se il gruppo spende più di 10 – 20 secondi a comprendere il compito, significa che esso è troppo complesso e deve essere diviso in sotto-compiti
- Trova una location in cui i partecipanti non sono mai stati prima – o dove quantomeno sono meno abituati ad andare. In questo modo essi non avranno abitudini personali legate al luogo e saranno più concentrati.
- Raccogli gli orologi, i telefoni cellulari e i computer prima di iniziare il Camp, al fine di evitare disturbi e di permettere a tutti di essere concentrati sul tempo.