



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

Dipartimento per il sistema educativo di istruzione e formazione

Direzione generale per gli ordinamenti scolastici e la valutazione del sistema nazionale di istruzione

Ai Direttori degli Uffici Scolastici Regionali
Loro sedi

Al Sovrintendente Scolastico per la scuola in lingua italiana della provincia di Bolzano
Bolzano

Al Dirigente del Dipartimento Istruzione della provincia di Trento
Trento

Al Direttore dell'IPRASE TRENINO
Rovereto

All'Intendente Scolastico per la scuola italiana in lingua tedesca
Bolzano

All'Intendente Scolastico per la scuola italiana in lingua ladina
Bolzano

Al sovrintendente agli Studi della Regione Autonoma della Valle d'Aosta
Aosta

Ai Dirigenti degli Istituti di secondo grado Statali e Paritari
Loro Sedi

Alla Prof.ssa Serena Bonito Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale
DGSP Uff. V
SEDE

E p.c.
Al Capo Dipartimento per il sistema educativo di istruzione e formazione
SEDE

Oggetto: Promozione di un percorso di **Educazione all'imprenditorialità** nelle scuole secondarie di secondo grado Statali e Paritarie in Italia e all'estero.

Questo Ministero, recependo nel sistema nazionale di istruzione e formazione l'obiettivo chiave di promuovere e sviluppare le abilità imprenditoriali - definite dalla Commissione Europea con la Comunicazione 2012 "*Ripensare l'istruzione: investire nelle abilità in vista di migliori risultati socio economici*" e rinnovate nella Comunicazione 2016 "*A new skills agenda for Europe*" - condivide l'idea che le competenze di imprenditorialità possano affiancare le competenze disciplinari **nel secondo ciclo di istruzione**, per far sì che i giovani diventino cittadini attivi, creativi e dotati di spirito di iniziativa.



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

Dipartimento per il sistema educativo di istruzione e formazione

Direzione generale per gli ordinamenti scolastici e la valutazione del sistema nazionale di istruzione

È importante, in una logica di verticalità, considerare anche quanto già previsto nella certificazione delle competenze al termine del I ciclo di istruzione (DECRETO MIUR 03.10.2017, PROT. N. 742 all. B), cioè il riferimento all'acquisizione di “**spirito di iniziativa**” da parte degli allievi [cfr.. *Ha spirito di iniziativa ed è capace di produrre idee e progetti creativi. Si assume le proprie responsabilità, chiede aiuto quando si trova in difficoltà e sa fornire aiuto a chi lo chiede. E' disposto ad analizzare se stesso e a misurarsi con le novità e gli imprevisti*].

A tal fine, la Direzione Generale per gli ordinamenti scolastici e per la valutazione del sistema nazionale di istruzione, promuove un **percorso di educazione all'imprenditorialità** orientato in particolare all'acquisizione, da parte delle studentesse e degli studenti, di una *forma mentis* imprenditoriale, intesa come capacità di trasformare le idee in azioni attraverso la creatività, l'innovazione, la valutazione e l'assunzione del rischio, la capacità di pianificare e gestire progetti imprenditoriali. L'obiettivo di un percorso di educazione all'imprenditorialità è anche quello di sviluppare negli studenti attitudini, conoscenze, abilità e competenze, **utili non solo per un loro eventuale impegno in ambito imprenditoriale, ma in ogni contesto lavorativo e in ogni esperienza di cittadinanza attiva**. Si tratta pertanto di competenze trasversali e di competenze per la vita.

Il percorso, può essere costruito utilizzando l'allegato **Sillabo** contenente tematiche individuate a partire dalle competenze attese al termine del percorso. Il Sillabo potrà essere progressivamente aggiornato anche con esempi applicativi trasferibili alle scuole.

La presente nota promuove un approccio **sinergico** tra una modalità *cross-curricolare*, in cui gli obiettivi risultano essere trasversali ed orizzontali rispetto ai vari insegnamenti, ed una modalità che prevede l'educazione all'imprenditorialità quale oggetto di insegnamenti facoltativi, sfruttando le opportunità di potenziamento con il ricorso alla quota di autonomia a disposizione della scuola secondo la normativa vigente.

I risultati di apprendimento del percorso di educazione all'imprenditorialità possono essere classificati in tre ambiti:

1. **Attitudini** (*fiducia in se stessi e spirito di iniziativa*);
2. **Abilità** (*creatività, alfabetizzazione economica, gestione delle risorse, gestione dei rischi/incertezze, ecc..*)
3. **Competenze** (*capacità di valutare le opportunità, comprensione del ruolo degli imprenditori nella società e consapevolezza delle prospettive in ambito imprenditoriale, lavoro di squadra, ecc., con riferimento al modello concettuale *EntreComp*, il Quadro di Riferimento prodotto dalla Commissione Europea, adottato con questo sillabo¹*)

Le metodologie di insegnamento promuovono la dimensione pratica, una didattica incentrata sul protagonismo degli studenti e basata su casi reali, ed infine gli elementi interdisciplinari presenti

¹ Il modello concettuale **EntreComp**, **Entrepreneurship Competence Framework**, il Quadro di Riferimento per la Competenza Imprenditorialità, pubblicato nel **giugno del 2016**, ha inteso produrre una definizione comune di “imprenditorialità” che aiuti a stabilire un ponte tra i mondi dell'educazione e del lavoro e possa essere assunta come riferimento per qualsiasi iniziativa che miri a promuovere e sostenere l'apprendimento dell'imprenditorialità.



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

Dipartimento per il sistema educativo di istruzione e formazione

Direzione generale per gli ordinamenti scolastici e la valutazione del sistema nazionale di istruzione

nei vari insegnamenti, avvalendosi della cooperazione con organizzazioni che possiedono *know-how* nel settore imprenditoriale, come strumento efficace per raggiungere gli obiettivi.

Per la scuola secondaria di secondo grado, il percorso potrà essere costruito già a partire dal primo biennio, intervenendo sul potenziamento delle attitudini degli allievi e su alcune abilità, quali la creatività, la consapevolezza di sé, la motivazione.

Nel secondo biennio e nell'ultimo anno il percorso sviluppa abilità e competenze tipiche dell'educazione all'imprenditorialità (*vedi il modello concettuale EntreComp*) attraverso insegnamenti aggiuntivi e il potenziamento di quelli già presenti nel curriculum.

Il percorso può essere collegato alle attività di alternanza scuola lavoro, anche se tale collegamento non costituisce un vincolo per la realizzazione del percorso di educazione all'imprenditorialità.

Il percorso potrà anche essere sviluppato in sinergia con percorsi disciplinari dedicati, ad esempio per l'approfondimento di competenze digitali o di particolari discipline che si intendono trattare anche attraverso lo sviluppo di prototipi di impresa.

L'eventuale adozione degli insegnamenti opzionali rende necessaria, al termine di ciascun anno scolastico del percorso, la valutazione complessiva delle abilità e delle competenze raggiunte dallo studente nell'ambito di suddetti insegnamenti.

Il syllabo è stato costruito con molte organizzazioni tra rappresentanze di impresa, attori della società civile, associazioni professionali, istituzioni, mondo accademico e altre organizzazioni coinvolte, a vario titolo, nelle tematiche in questione. Questo metodo di costruzione nasce dalla consapevolezza che l'educazione all'imprenditorialità necessita di un legame forte con la prassi quotidiana e con chi è pienamente coinvolto nella creazione di impresa. Allo stesso tempo, questo approccio ha il fine di responsabilizzare la società tutta verso la costruzione di un curriculum scolastico vivo non solo perché "attuale", ma anche perché realizzato con l'ottica di proporre percorsi formativi basati su problemi reali.

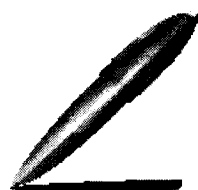
L'elenco delle organizzazioni aderenti al progetto è allegata alla presente nota.

Il quadro di riferimento Europeo EntreComp, su cui è stato costruito il syllabo, tradotto in Italiano², è allegato alla presente nota.

Confidando nella consueta collaborazione, si coglie l'occasione per porgere cordiali saluti.

IL DIRETTORE GENERALE

Maria Assunta Palermo



Firmato digitalmente da
PALERMO MARIA ASSUNTA
C = IT
O = MINISTERO ISTRUZIONE
UNIVERSITA' E
RICERCA/80185250588

² Si ringrazia l'ADI (<http://adiscuola.it/>) - Associazione Docenti e Dirigenti Scolastici Italiani, per la traduzione.

EDUCAZIONE ALL'IMPRENDITORIALITÀ

Sillabo per la scuola secondaria di secondo grado

Guida alla lettura

Il presente sillabo contiene le indicazioni sui temi propedeutici all'introduzione strutturale dell'educazione all'imprenditorialità nella scuola secondaria di secondo grado.

Si tratta di una rappresentazione ampia di tematiche individuate a partire dalle competenze che gli studenti devono aver sviluppato al termine del percorso.

Le scuole, anche a seconda della tipologia di percorso che intendono sviluppare (*ad es. maggiormente orientato all'innovazione digitale, all'innovazione sociale o particolari vocazioni territoriali*) possono costruire il proprio curriculum scegliendo tra le aree di contenuto suggerite e rappresentate in questo documento.

Per individuare il filo conduttore del sillabo, è necessario partire dalla definizione che in Europa viene data all'educazione all'imprenditorialità (*Entrepreneurship Education*) [progetto ICEE <http://innovation-clusters.icee-eu.eu/Media/Files/Download-the-Comparative-Analysis-of-National-Strategies-HERE>)]:

Ability to turn ideas into action. Creativity, innovation and risk-taking, planning and managing projects, seizing opportunities which can bring to establishing or contributing to social or commercial activity. Realization of entrepreneurial autonomous activity.

Capacità di trasformare le idee in azioni. Creatività, innovazione e assunzione di rischi, pianificazione e gestione di progetti, saper cogliere opportunità che possono portare a creare o contribuire ad attività sociali o commerciali. Realizzazione di attività autonoma imprenditoriale.

1. Forme e opportunità del fare impresa

Interessi, passioni e propensioni

Capire come una passione o un interesse può diventare professionalità e eventualmente lavoro. Comprendere il profondo legame tra imprenditorialità e spirito di iniziativa. Verificare e misurare la propensione imprenditoriale partendo dall'analisi di aspirazioni, motivazioni e competenze, anche partendo dai dati sul lavoro e sul cambiamento economico e sociale. Fare delle proprie attitudini e passioni lo strumento per realizzarsi nella vita.

Lo sviluppo personale: intraprendenza e consapevolezza

Comprendere l'importanza dello spirito di iniziativa e dell'assunzione di responsabilità come competenze per lo sviluppo personale e per la vita, e non solo per la carriera imprenditoriale. Interpretare le opportunità e le sfide incontrate durante il proprio percorso come mezzo per aumentare la possibilità di trovare una gratificazione in qualunque tipo di percorso. Avere consapevolezza dei propri punti di forza e di debolezza.

L'impresa e il suo ruolo nella società

Spiegare che cosa è un'impresa e identificarne le caratteristiche chiave, le motivazioni e le competenze di un imprenditore, ad esempio attraverso incontri con imprenditori locali. Comprendere opportunità e rischi del fare impresa e l'importanza delle competenze e dello spirito d'iniziativa come mezzo per aumentare l'occupabilità. Conoscere il contributo offerto dal settore imprenditoriale alla società, considerando diversi contesti (sociale, culturale, economico). Sfatare i falsi miti che accompagnano il concetto di autoimprenditorialità.

Le diverse forme del lavoro e dell'impresa

Conoscere la differenza tra le diverse forme del lavoro (*es. autonomo e dipendente*) e le opportunità che queste tipologie offrono. Riflettere sulle diverse attitudini al lavoro che spingono ciascuno di noi ad orientarsi verso una tipologia lavorativa o l'altra. Capire il cambiamento del lavoro in relazione alla tecnologia e alla globalizzazione.

Conoscere le diverse forme del fare impresa: l'impresa tradizionale, l'impresa cooperativa, le startup innovative, l'impresa sociale in tutte le sue forme, ecc. Competizione e cooperazione. Lo scopo di lucro e quello mutualistico e sociale.

Visione, *mission* ed etica

Comprendere l'importanza di avere una visione su possibili scenari futuri e loro concrete attuazioni. Comprendere cosa si intende con *mission* e *vision* d'impresa, e la ragione di rappresentarla in forma chiara e semplice. Comprendere i diversi aspetti che caratterizzano l'impresa, che è organizzazione economica, sistema sociale e struttura patrimoniale, e comprendere l'importanza della responsabilità sociale d'impresa. Riflettere sulle questioni etiche legate all'impresa: la protezione del consumatore, il rispetto della professionalità, la competizione sana e trasparente, gli obiettivi dell'impresa in relazione a democrazia, cultura, sostenibilità e globalizzazione.

1. Forme e opportunità del fare impresa

Esempi di attività

Strumenti per prendere coscienza dei propri obiettivi, delle propensioni personali e del proprio valore, come il *Personal model canvas*. Condividere le passioni personali con il resto della classe anche attraverso giochi di ruolo, quiz individuali e lavori di gruppo.

Riconoscere le competenze imprenditoriali. Riflettere con gli studenti sulle capacità e attitudini richieste ad un imprenditore, con particolare riferimento all'importanza, in ogni settore, di sviluppare competenze trasversali.

Coaching e sue declinazioni (es. *Silent Coaching*) per stimolare gli studenti in percorsi di autoconsapevolezza rispetto al proprio sviluppo personale e ai propri interessi.

Approfondimenti su figure chiave (forti personalità intraprendenti o imprenditoriali), non solo del mondo imprenditoriale, ma anche legate alle singole discipline e al mondo dell'arte, della cultura e delle professioni, anche attraverso riferimenti storici.

Incontri con imprenditori locali, anche con imprese di diversi settori e diverse dimensioni, sia a scuola attraverso testimonianze d'impresa che attraverso visite guidate in impresa. Promuovere un apprendimento flessibile dell'esperienza in azienda, approfondendo momenti di conoscenza sul "saper fare" in azienda (es. *i processi produttivi, di costruzione della qualità, di innovazione e multifunzionalità nel caso dell'impresa agricola*). Promuovere la documentazione da parte degli studenti di questi incontri, attraverso supporti digitali, interviste, raccolta di materiali tecnici e scientifici.

Incontri con esperti "di settore", anche del mondo della ricerca, per approfondire le problematiche e le sfide di un settore produttivo.

Confronto tra diverse forme di lavoro, tra cui lavoro subordinato e lavoro autonomo.

2. La generazione dell'idea, il contesto e i bisogni sociali

L'idea

I pilastri di un'idea: rispondere ad un'esigenza e creare una soluzione originale. Lavorare in modo creativo sulla analisi di nuovi bisogni e sulle possibili risposte a questi. Sviluppare un atteggiamento propositivo nella risoluzione dei problemi, diventando protagonisti nel processo decisionale. Conoscere le diverse tecniche creative adatte al lavoro individuale o in squadra. Riconoscere quando un'idea può realmente concretizzarsi in un progetto.

Creazione di valore, sostenibilità e innovazione

Saper identificare attività che creano valore per se stessi e/o per gli altri. Saper trasformare un'idea in una iniziativa che crea valore, in termini di scalabilità e replicabilità. Comprendere la relazione tra sviluppo economico e obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs), con particolare riferimento all'economia circolare. Saper cogliere la relazione tra innovazione digitale e sostenibilità economica, sociale e ambientale. Comprendere l'importanza di rispondere a bisogni e sfide sociali, a cominciare da un'occupazione il più possibile inclusiva. Riconoscere e mettere in pratica diversi approcci all'innovazione.

Il ruolo delle tecnologie digitali

Prendere consapevolezza riguardo al ruolo e alle evoluzioni delle tecnologie di informazione e comunicazione (TIC). Comprendere le implicazioni delle TIC sia per individui, gruppi e organizzazioni, con particolare riferimento ai processi di comunicazione e organizzazione, creazione e distribuzione di valore. Comprendere i principali *trend* tecnologici e l'impatto delle tecnologie digitali sul lavoro.

Contesto, coinvolgimento, inclusione, ecosistemi

L'importanza del coinvolgimento e della comprensione del territorio (o ecosistema) e dei comportamenti e bisogni sociali nel percorso di generazione di un'idea imprenditoriale. Riflettere sulle condizioni sociali, economiche e culturali, sugli usi e sulle abitudini di individui e gruppi. Comprendere che fare impresa è anche restituzione al territorio.

Analizzare il contesto, a partire dai dati e dalle informazioni a disposizione. Coinvolgere gli *stakeholder* di riferimento attorno ad un'idea imprenditoriale, comprendendo l'importanza di pensare in termini di ecosistema, di apprendere anche da soggetti con posizioni non favorevoli e di utilizzare processi di co-creazione con il territorio per rafforzare e legittimare il proprio lavoro.

2. La generazione dell'idea, il contesto e i bisogni sociali

Esempi di attività

Valutazione di case histories, fornendo alla classe una serie di esempi di come possono nascere idee imprenditoriali.

Esercizi per la valutazione di un'idea Imprenditoriale. Fare una prima valutazione della fattibilità di un'idea, utilizzando schede di valutazione come ad esempio la scheda SWOT, come lavoro di gruppo.

Innovation & Creativity Camp o Startup bootcamps per studenti, presso scuole o sedi di imprese o luoghi dell'innovazione, per coinvolgere gli studenti su sfide creative (*challenge*) in piccoli gruppi finalizzate alla presentazione dell'idea progettuale al termine del percorso.

Hackathon e incontri di co-creazione per creare tavoli di confronto su sfide sociali specifiche e individuare nuovi modelli di impresa e loro ambiti applicativi, promuovendo l'incontro tra alunni e *stakeholder* (anche attraverso format di *matchmaking*) rilevanti allo sviluppo di prototipi semplici di soluzioni innovative e allo scambio di esigenze e competenze.

Simulazione di un progetto di impresa; Percorsi di media durata (*es. 18-30 ore, in presenza o blended*) per lo sviluppo di un progetto di impresa, evidenziando creazione dell'idea, sostenibilità economica, ruolo delle tecnologie digitali, analisi di mercato. L'approccio è esperienziale con didattica pratica e utilizzo tecnologie digitali. Può essere svolto dal docente in autonomia o affiancato da un coach-volontario.

Design Sistemico, approfondimento metodologico e utilizzo di strumenti per l'indagine contestuale (*es. stakeholder map, rilievo olistico, ecc*).

Interviste contestuali: imparare a progettare un'intervista contestuale e tecniche di somministrazione.

Personas: costruire gli archetipi degli *stakeholder* correlati ad una sfida/idea specifica (beneficiari, clienti, ecc) a supporto dell'implementazione di un'idea.

Economia del territorio e sviluppo d'impresa. Percorsi selezionati e finalizzati alla conoscenza dell'economia del territorio e sul come intraprendere attività in un settore economico specifico, anche attraverso l'interazione con percorsi specifici (*es. sostenibilità ambientale di un'impresa o settore*).

3. Dall'idea all'impresa: risorse e competenze

Lavorare in gruppo e *team-building*

Conoscere i fattori che intervengono nel processo di *team building*. Comprendere il tipo di competenze che servono e formare una squadra. Sperimentare i diversi stili di lavoro e modelli di interazione per lavorare efficacemente in gruppo. Riflettere sulla complementarità delle competenze necessarie nell'ambito lavorativo e/o professionale, valorizzando le differenze all'interno di un gruppo. Promuovere valori e comportamenti cooperativi che contribuiscono al consolidamento del gruppo.

Leadership e Struttura organizzativa

Dimostrare di comprendere il significato di *leadership*. Descrivere e spiegare le caratteristiche di un *leader* efficace e in grado di ispirare.

Conoscere le diverse modalità per strutturare un'organizzazione in base ad obiettivi fissati, identificando le modalità più adeguate per la trasmissione dei flussi informativi. Interpretare un organigramma, identificare e riconoscere ruoli e conseguenti responsabilità.

Co-progettazione e prototipazione rapida

Comprendere le caratteristiche e le potenzialità della co-progettazione, anche attraverso approcci di *design thinking* e sfruttando tecniche di prototipazione rapida. Comprendere il proprio *target*. Saper fare ricerche sui propri utenti.

La *lean startup*

Modello di sviluppo agile: ipotizzare, costruire, misurare e imparare. La costruzione di un MVP (*Minimum Viable Product*). Elementi di programmazione. Sviluppo *web* e mobile. *User Interaction* e *User Experience design* (UXD).

Ciclo di vita di un'impresa

Conoscere gli strumenti per una prima valutazione della fattibilità di un'idea di impresa. Capire i requisiti necessari per trasformare un'idea in un'opportunità di impresa. Comprendere il ciclo di vita di un'impresa, Saper gestire il processo di trasformazione dalla fase di creazione a quella di sviluppo di un'impresa.

Conoscere le diverse tipologie di impresa, in termini di caratteristiche, profili giuridici e di responsabilità connesse, per poter scegliere la forma giuridica più adatta alle esigenze specifiche della propria idea imprenditoriale.

Business modelling

Descrivere, spiegare e interpretare lo scopo e il contenuto di un *business plan*, dimostrando di conoscere e comprendere i passi necessari per il relativo sviluppo. Differenza tra la fase di pianificazione e quella di programmazione. Il *business model canvas*.

Proprietà intellettuale

Comprendere lo scopo delle regole previste in materia di diritti di proprietà intellettuale e spiegarne le diverse tipologie (ad esempio: diritti d'autore, marchi, brevetti). Comprendere cosa significa proteggere un'idea in campo nazionale e internazionale. Le opportunità della *open innovation* e di modelli imprenditoriali basati sull'apertura invece che sulla protezione.

3. Dall'idea all'impresa: risorse e competenze

Esempi di attività

Brainstorming di idee, per individuazione e selezione idee da sviluppare concretamente con definizione di punti di forza e punti di debolezza per ogni idea, come lavoro di gruppo, per favorire l'emersione di ruoli e personalità. Ogni gruppo di lavoro deve essere strutturato con un *project-manager* chiamato a coordinare le altre figure alle quali saranno assegnate mansioni specifiche.

Giochi di ruolo basati sull'organizzazione di un'impresa o un gruppo di lavoro, per far emergere i fattori che intervengono sull'efficienza e l'efficacia di un gruppo di lavoro come ambiente, comunicazione interna, chiarezza dei ruoli, ecc. Esercizi per confrontare diverse modalità di lavoro (es. lavoro individuale, competitivo o cooperativo) o per rafforzare l'idea di gruppo e di interdipendenza (es. *camminata di gruppo*) o per confrontare le modalità di *project-management* di diversi gruppi.

Simulazione di selezione di personale, anche in collaborazione con agenzie di lavoro locale.

Esercizi di interdipendenza positiva, organizzando il lavoro in gruppi con compiti diversi, per promuovere l'apprendimento positivo tra diversi contributi che concorrono alla stessa idea.

Redigere un *business plan* specificando tipologia di azienda, su cosa si basa il *business*, *mission*, descrizione attività, concorrenti, mercato di riferimento, strategia commerciale, piano costi e ricavi.

Esercizi di accelerazione, come la compilazione di *Business Model Canvas*, *Social Business Model Canvas*, *product marketing fit*, modelli metrici, sviluppo di prodotto.

4. L'impresa in azione: confrontarsi con il mercato

Opportunità di finanziamento e Budget

La necessità delle imprese di reperire risorse. Fare *fundraising* e comprendere la relazione tra le diverse fonti di finanziamento delle imprese e relativi costi e forme di rischio, comprese le forme emergenti di finanza d'impatto. Il bilancio come strumento di gestione e di controllo di un'impresa.

Comprendere le dinamiche del fabbisogno finanziario di impresa e delle adeguate modalità di copertura. Comprendere le caratteristiche delle diverse fonti di finanziamento a disposizione delle imprese e i relativi costi e rischi: capitale proprio e di credito. Il *fundraising* e le forme emergenti di finanza d'impatto. Il *budget* come strumento di gestione e di controllo dell'attività di un'impresa. Saper stimare il costo di trasformare un'idea in un'attività che crea valore.

Analisi strategica e marketing

Analisi del mercato e segmentazione della clientela. Analisi settoriale. Essere in grado di identificare i canali di distribuzione e vendita adeguati. I fattori che determinano il costo e il prezzo di vendita di un prodotto o servizio. Conoscere gli elementi chiave di una strategia di *marketing*, anche in sinergia con tecnologie digitali e sperimentando diversi canali di comunicazione. Il *growth hacking*.

Comunicazione

Comprendere caratteristiche e differenze tra comunicazione *offline* e *online*. Organizzare una campagna di comunicazione attraverso diversi canali. Utilizzare strumenti analitici per misurare campagne di comunicazione.

Saper comunicare la propria idea di impresa in modo chiaro ed efficace in pubblico. Il *pitch* di un'idea. *Pitch deck* e *pitch day*. Saper gestire presentazioni davanti a potenziali finanziatori o investitori.

Gestire l'incertezza e la possibilità di errore e accettare il fallimento

Saper affrontare situazioni di incertezza valutando e gestendo diversi tipi di rischi anche nel confronto con gli altri. Riflettere sulle diverse tipologie di rischi e difficoltà che le diverse attività del fare impresa possono generare. Riconoscere che l'errore è un elemento di crescita e saper accettare il fallimento proprio e degli altri e apprendere dalla propria e dall'altrui esperienza.

Internazionalizzazione

Le opportunità dell'internazionalizzazione. Il commercio internazionale e la globalizzazione: opportunità e rischi. Il contributo della tecnologia. La gestione delle problematiche logistiche dovute all'internazionalizzazione. Conoscere le opportunità e le sfide affrontate dalle imprese che operano a livello nazionale e internazionale. Studio dei comportamenti e dei mercati dei diversi Paesi.

Valutazione di impatto sociale

Valutare l'impatto sociale e ambientale di un'impresa attraverso diversi strumenti. Fondamenti di rendicontazione sociale.

4. L'impresa in azione: confrontarsi con il mercato

Esempi di attività

Simulazione di creazione di una campagna di *crowdfunding*, attribuendo ruoli e responsabilità specifiche (redazione, video, ricerca *partnership*, *community engagement*, etc.)

Discussione con imprenditori su aspetti pratici e meno visibili del fare impresa, come l'accesso al credito, la contabilità e il bilancio aziendale, la ricerca di opportunità di finanziamento, ecc.

Esercizi per il *digital marketing*. Progettare piani editoriali per i *Social Media*, accrescere e monitorare *audience* e pianificare campagne di *marketing* efficaci sui *Social Network*.

Comunicare l'impresa attraverso il *web*. Studiare esempi di campagne di comunicazione innovative attraverso la Rete, anche in relazione alla capacità di generare valore aggiunto per l'impresa, in sinergia con strategie di vendita e il cambiamento di aspetti chiave dell'impresa attraverso le tecnologie.

Promozione e valorizzazione del *Made in Italy*, attraverso l'incontro e la discussione con produttori di eccellenze locali del *Made in Italy*, anche in relazione alla difesa da contraffazioni (es. Indagine e ricerca di un prodotto tipico del *Made in Italy* agro-alimentare e esempi di contraffazione).

Theory of Change: applicazione metodologica per la valutazione dell'impatto sociale di un'impresa.

5. Cittadinanza economica

Economia e benessere

Le relazioni tra crescita economica, benessere e sviluppo economico; le dimensioni che compongono il valore; la contabilità economica, sociale, ambientale del sistema economico; lo sviluppo sostenibile e i nuovi indicatori per misurare il benessere; sfide e opportunità della globalizzazione; disuguaglianze e riflessi sulla società.

Educazione al consumo

Acquisire consapevolezza delle implicazioni delle scelte individuali di consumo e dei diritti dei consumatori, in particolare in tema di tutela della legalità, della qualità delle produzioni, della salute, dei diritti dei lavoratori e dell'ambiente in ottica locale e globale.

Moneta e Strumenti di Pagamento

Comprendere la dinamicità dei prezzi (*inflazione e deflazione*), il potere di acquisto e i vari strumenti di pagamento. I mezzi di pagamento elettronici. Monete tradizionali, Valute estere, Criptovalute.

Sistema economico, finanziario e fiscale

Conoscere gli strumenti di informazione e di supporto alle decisioni economico finanziarie. Le istituzioni finanziarie. Natura, funzionamento e regolamentazione dei mercati finanziari. Comprendere gli strumenti di tutela del cittadino (consumatore, contribuente, imprenditore), ruolo delle PP.AA. e delle Autorità la tassazione e la spesa pubblica. Le operazioni speculative. Gli strumenti di prevenzione dei rischi. Etica degli affari ed etica negli affari. L'impatto sociale delle scelte finanziarie; la finanza etica e nuovi strumenti finanziari a impatto sociale. L'impatto della normativa fiscale sugli strumenti di natura finanziaria.

Innovazioni in ambito economico

Le innovazioni in ambito economico: economia circolare, economia collaborativa e della condivisione, economia civile, commercio equo e solidale, valore condiviso, innovazione sociale, impatto sociale e mercato del lavoro come istituzione sociale; impatto della Rete su processi economici e sociali; la moneta digitale, le nuove tecnologie per la gestione del denaro, il *fintech*.

Gestione del *budget* e risparmio, rischio e rendimento

Nozioni di reddito, consumo, risparmio, previdenza e investimento. Saper pianificare un investimento finanziario di breve, medio e lungo periodo, secondo le esigenze personali e familiari, gestendo il *budget* secondo un proprio profilo di rischio.

5. Cittadinanza economica

Esempi di attività

Attività di progettazione in aula nelle quali gli studenti saranno chiamati a utilizzare *budget* virtuali da allocare per la realizzazione della propria idea di impresa.

Giochi di ruolo e attività mirate per la gestione di un bilancio semplice (es. bilancio familiare, gestione della paghetta) o complesso, anche attraverso un'analisi di bisogni e priorità.

Indagine/Ricerca di gruppo su un prodotto (es. un prodotto tipico in campo agro-alimentare), per comprendere la catena del valore e l'evoluzione della filiera.

Interviste contestuali a imprenditori, *project manager* e agli altri ruoli che caratterizzano un'azienda per comprendere le sfide nella realizzazione di un progetto imprenditoriale in termini di *budget*, gestione di rischi economici e finanziari e gestione fiscale.

Approfondimenti con esperti di moneta digitale, *cryptocurrencies* e in generale il rapporto tra tecnologie digitali, fiducia, scambio e transazioni.

Giochi di ruolo e edugames sui temi della moneta e sul ruolo e l'impatto delle transazioni, con particolare attenzione al commercio internazionale.

Project-work legati alla realizzazione di progetti scolastici di acquisto solidale.

Esperimenti di bilancio partecipato in classe o a scuola.