



**Dalle idee di oggi
alle azioni di domani**



Istruzioni
per la realizzazione
del Project work



Durante la fase di E-LEARNING avete avuto modo di conoscere da vicino la figura di Ennio Doris, i suoi valori e la sua esperienza imprenditoriale: imprenditore e bancario visionario, che ha saputo mettere a frutto sia le sue capacità sia le sue passioni per offrire un servizio di valore alla propria comunità. In un contesto in cui il mondo del lavoro viene presentato sempre più spesso come incerto, vacillante e non adatto alle aspirazioni dei più giovani, promuovere la **cultura dell'imprenditorialità** e lo sviluppo delle soft skills è fondamentale per gettare solide basi per il proprio **futuro professionale**.

Pertanto, come Project Work vi chiediamo di realizzare la **presentazione e il video promozionale di un progetto imprenditoriale (startup)** che risponda a un bisogno reale, che vi porti a riflettere sulle vostre esigenze e su quelle del contesto in cui deciderete di mettervi in gioco, per trasformarle in **idee strutturate e concrete**, secondo un percorso ispirato dalla leadership e dall'imprenditorialità valoriale di Ennio Doris.

N.B. Sarà possibile per il docente, iscrivere la classe al PCTO solo ed esclusivamente nella sua interezza. Le classi possono però essere suddivise in più gruppi di lavoro, qualora vogliano presentare progetti differenti. Al momento del caricamento in piattaforma, ogni studente dovrà caricare l'output al quale ha lavorato insieme al suo gruppo.



Per ideare e sviluppare l'elaborato finale procedete seguendo queste fasi di lavoro.

OUTPUT 1 – PRESENTAZIONE PROFESSIONALE

FASE 1.1 – BRAINSTORMING E ANALISI DEL BISOGNO

Il Project Work **Dalle idee di oggi alle azioni di domani** è un **elaborato di classe**: ciò vuol dire che tutti, o comunque chi è stato iscritto al PCTO, devono lavorare allo stesso progetto, che deve essere collettivo. Lavorare in team è molto stimolante, ma è necessario organizzare bene tutte le fasi di produzione, dall'ideazione alla realizzazione. Per questo vi consigliamo di strutturare dei veri e propri gruppi di lavoro, che possano occuparsi di una cosa ben specifica. Ciò non vuol dire che ogni gruppo lavori in modo staccato dall'altro, anzi: è necessaria coordinazione e cooperazione.

Una volta stabiliti i team e le loro funzioni, potrete dedicarvi al cuore pulsante del progetto, ovvero l'**idea imprenditoriale**, che dovrà essere l'incastro perfetto tra una vostra passione e un bisogno reale. Vi consigliamo, quindi, di lavorare parallelamente su questi due binari, cercando un punto di incontro tra i due elementi.

Per quanto riguarda le vostre passioni, potete stendere una **mappa delle idee**: tracciate le passioni di ogni membro della classe e selezionate quella che "può funzionare", che può essere trasformata in un'opportunità "imprenditoriale" concreta.

Per quanto riguarda l'analisi dei bisogni, vi consigliamo di raccogliere le informazioni delle comunità che frequentate, la scuola, il centro sportivo, il quartiere, la città natale, attraverso sondaggi e survey da sottoporre alle persone.

Ponete loro domande del tipo:

- **Qual è un problema che riscontri nella quotidianità?**
- **Qual è una soluzione che potrebbe risolvere il tuo problema?**
- **Qual è il miglioramento più urgente che, secondo te, dovrebbe essere implementato?**

Dopo aver individuato il problema, potete preparare una descrizione approfondita che includa: le cause del problema e le sue conseguenze, i soggetti coinvolti o colpiti dal problema e come il problema impatta sulla comunità o sul target di riferimento.

Alla fine della fase di brainstorming, stilate una sintesi scritta di due o tre idee e condividetele tra voi.



FASE 1.2: DEFINIZIONE DELLA VISIONE

Ora che avete definito il problema o il bisogno e scelto la vostra idea, formulate una **visione chiara e motivante** che rappresenti lo scopo e il valore aggiunto dell'iniziativa, ispirandovi a figure come Ennio Doris, che ha saputo combinare valori personali e innovazione.

La vision potrebbe rispondere alle seguenti domande:

- **Qual è l'obiettivo a lungo termine della startup?**
- **Che tipo di cambiamento positivo porterà nella comunità o tra i clienti?**
- **La startup come si differenzia e offre valore rispetto ad altre soluzioni già esistenti?**

La vision dovrebbe essere ambiziosa e motivante, ma anche collegata al problema individuato.

.....

FASE 1.3: ANALISI DEL MERCATO E DEFINIZIONE DEL TARGET

In questa fase, imparerete a conoscere meglio il contesto di mercato in cui opererebbe la vostra idea, identificando il **target di clientela** ideale e studiando la **concorrenza**. Questo aiuta a delineare il profilo del cliente e a comprendere come posizionarsi nel mercato. L'analisi di mercato può essere effettuata tramite una ricerca mirata, il cui obiettivo è saper rispondere alle seguenti domande:

- **Esistono soluzioni simili già presenti nel mercato?**
- **Qual è la richiesta di questo tipo di prodotto o servizio nella comunità?**
- **Esistono delle tendenze attuali (tecnologiche, sociali, economiche) che potrebbero influenzare la domanda?**

Questo tipo di lavoro è utile per identificare i possibili competitor, ovvero realtà o aziende che offrono prodotti o servizi simili. Studiate i vostri competitor e capite i punti di forza e debolezza.



Parallelamente, dovrete individuare il profilo del **cliente ideale o customer persona**. Questa fase aiuta a capire chi è esattamente il cliente a cui volete rivolgervi.

Le caratteristiche del customer persona possono includere:

- **Età, genere e livello socioeconomico**
- **Interessi e bisogni rilevanti in relazione al problema identificato**
- **Abitudini e comportamenti d'acquisto o di consumo**

FASE 1.4 – SVILUPPO DEL BUSINESS MODEL CANVAS

La Fase 4 è dedicata alla strutturazione del **modello di business**, ovvero alla progettazione di come la vostra impresa funzionerà, creerà valore e genererà entrate. Questo è il momento in cui l'idea si trasforma in un progetto concreto e strutturato, attraverso la compilazione del **Business Model Canvas** e della **Value Proposition**. (ossia il motivo principale per cui i clienti dovrebbero scegliere il loro prodotto o servizio rispetto a quello dei concorrenti).

Il Business Model Canvas è uno strumento visivo che aiuta a organizzare tutti gli elementi fondamentali di un'impresa. Immaginate una sorta di mappa concettuale di riferimento in cui andare a inserire tutti gli elementi che compongono un progetto di business. Nel Business Model Canvas devono essere indicati:

1. Segmenti di clientela

Chi sono i vostri clienti? Qual è il mercato di riferimento? Quali sono i gruppi che, secondo voi, utilizzeranno i vostri prodotti o servizi?

2. Proposta di valore

Cosa rende unico il vostro progetto? Quale problema risolve o bisogno soddisfa?

3. Canali

Come raggiungerete i potenziali clienti (es. online, negozi fisici, social media)?

4. Relazioni con i clienti

Come interagirete con i clienti? (es. supporto personalizzato, community online)

5. Flussi di ricavi

Da dove arriveranno i ricavi? (vendita di prodotti, abbonamenti, pubblicità, ecc.)

6. Risorse chiave

Quali risorse sono essenziali per il funzionamento del vostro progetto? (es. tecnologie, persone qualificate, capitale)

7. Attività chiave

Quali sono le attività principali del vostro progetto imprenditoriale? (es. sviluppo prodotti, marketing)

8. Partner chiave

Chi saranno i fornitori, i partner commerciali e i distributori?

9. Struttura dei costi

Quali sono i costi fissi e variabili da sostenere?

Vi consigliamo di compilare ogni "blocco" in modo sintetico ma efficace, utilizzando le informazioni raccolte nelle fasi precedenti (problema, cliente ideale, mercato competitor). La **Value Proposition (Proposta di Valore)** è il cuore del modello di business e descrive il motivo per cui i clienti dovrebbero scegliere il prodotto o servizio. Potete sintetizzare la vostra Value Proposition formulando una frase chiave, ad esempio: "Offriamo [soluzione/ prodotto] che [risolve problema] per [target] in modo [unico o migliore rispetto ai concorrenti]."

N.B. Potete scaricare un template vuoto, per realizzare il vostro Business Model Canvas, anche dal web!



FASE 1.5 – STRUTTURA DELLA PRESENTAZIONE

È giunto il momento di dedicarsi allo sviluppo vero e proprio della presentazione professionale. Una presentazione efficace deve essere tanto chiara quanto curata dal punto di vista grafico ed estetico. Vi consigliamo di non eccedere nel numero di slide – massimo 15 – e di non inserire eccessivo testo in ciascuna slide.

Nella vostra presentazione dovranno essere presenti:

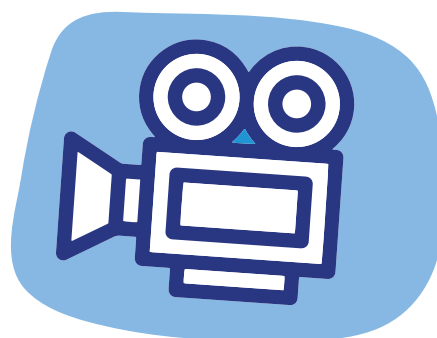
- **Titolo e Logo della tua startup personale.**
- **Abstract di introduzione.**
- **Descrizione del Problema e Vision della startup.**
- **Analisi del Mercato e Profilo del Cliente Ideale.**
- **Business Model Canvas.**
- **Value Proposition dettagliata.**

OUTPUT 2 – VIDEO PROMOZIONALE

Il **concept pitch**, come avete avuto modo di conoscere è una presentazione convincente e accattivante di un'idea o di un prodotto originale. Il concept pitch ha l'obiettivo di incuriosire chi vi ascolta, di catturare la sua attenzione a tal punto da non passare inosservati.

Il video avrà invece il compito di **raccontare una storia**: utilizzando le tecniche di storytelling e di scrittura creativa apprese nel PCTO, immaginate di dover presentare la vostra idea a un pubblico istituzionale, come la giunta comunale o un comitato di potenziali investitori che devono decidere di realizzare la vostra impresa.

Anche il video, come la presentazione, deve seguire delle fasi di lavoro ben precise. Iniziate quindi a strutturare l'idea del video, decidendo gli elementi principali quali **personaggio/i, ambientazione, tono, tema, punto di vista narrativo e obiettivo**.



FASE 2.1 – SCRITTURA

Una volta inquadrata, a grandi linee, la storia che volete raccontare è necessario cercare di capire *come raccontarla*. Per questa fase, vi sarà utile stendere un piccolo soggetto cinematografico, cioè un testo che mostri, in maniera non dettagliata, ciò che succederà nel video.

Il soggetto non è un semplice testo narrativo, ma un prodotto chiaro e sintetico che serve a immaginare la storia, presentando brevemente i personaggi e il tema centrale esattamente come li vedreste sullo schermo.

FASE 2.2 – RIPRESE

Il testo, o i testi, che avete steso vi serviranno da guida per il momento più divertente del progetto: le riprese delle scene del vostro video.

Arrivare preparati a questa fase è fondamentale: assicuratevi che l'attrezzatura scelta (smartphone, videocamera, ring-light, droni, microfoni) sia funzionante e carica. Munitevi, per sicurezza, di caricabatterie, di batterie di riserva o di powerbank. Se il vostro video prevede dei dialoghi o dei monologhi, fate sì che gli attori conoscano le battute e siano il più spontanei possibili.

Infine, non abbiate paura di girare e rigirare una scena fin quando non vi soddisfa: prendetevi il tempo necessario per fare un buon lavoro.

FASE 2.3 – MONTAGGIO

La parte di montaggio, o editing, rappresenta una delle parti più corpose del progetto, che vi permette di dare forma e senso alle varie scene che avete girato. Per completare ed arricchire il tutto potete aggiungere: effetti sonori e musiche; transizioni tra una scena e l'altra; sottotitoli o testi in sovraimpressione.

FASE 2.4 – REVISIONE FINALIZZAZIONE E CARICAMENTO

La revisione, cioè il controllo, è una parte fondamentale di qualsiasi processo di creazione. Oltre al costante auto controllo sul proprio lavoro fino a quel momento (check errori e/o refusi o verifica delle informazioni inserite), sarebbe bene sottoporre le vostre produzioni a occhi esterni, spesso capaci di dare un punto di vista diverso sulle cose.

Una volta sicuri e soddisfatti dell'elaborato, caricatelo nell'apposita sezione di upload seguendo le istruzioni riportate in piattaforma.

N.B. Gli output dovranno rispettare le seguenti caratteristiche:

- Pitch presentazione – Max 15 slide (formato PDF)
- Video promozionale – Max 2 minuti (dimensioni: max 500 megabyte).



Buon lavoro!

