

Modulo 5 – Competenze imprenditoriali – nuovi sogni ed opportunità

Introduzione:

Il modulo 5 si basa sui moduli precedenti per aiutare i nuovi imprenditori a creare iniziative sostenibili e inclusive, come i tour della città, all'interno delle industrie creative e culturali. Le competenze sviluppate nei moduli precedenti, come le capacità di ricerca e la capacità di utilizzare approcci di storytelling e gamified, nonché l'implementazione di strumenti digitali, possono essere utilizzate per creare un nuovo modello di business inclusivo e sostenibile.

Obiettivi del modulo:

- Imparare a sviluppare un metodo di imprenditoria sociale sostenibile e inclusivo.
- Essere consapevoli della pianificazione strategica e metodi di marketing e come implementarli.
- Utilizzare le innovazioni tecnologiche per migliorare un modello di business.

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

■

LES APPRIMEURS

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CEPS Projectes Socials
<http://www.asceps.org>



MULAB

PARTE 1 - Imprenditorialità, Sostenibilità e Inclusione

Obiettivi:

- Conoscere la pianificazione aziendale.
- Conoscere la strategia di sostenibilità delle imprese.
- Acquisire conoscenze sulle imprese sociali.
- Imparare a sviluppare tour inclusivi della città.

Capitolo 1: Business Planning e Sostenibilità

I principali vantaggi di un business plan sostenibile, come identificato dalla Harvard Business School ([Chladek, 2019](#)), sono:

1. **Creare un'immagine positiva per il tuo brand:** Uno studio condotto da [EY](#) nel 2019 ha dimostrato che i leader aziendali ritengono che le aziende con valori condivisi avranno una maggiore soddisfazione dei dipendenti e, di conseguenza, saranno più produttive a lungo termine. Attrarre i dipendenti eco-minded, una società è più probabile per creare un'immagine positiva che attirerà consecutivamente più clienti e più parti interessate.
2. **Attrarre un mercato in crescita per beni e servizi sostenibili:** Uno studio condotto da [NielsenIQ](#) nel 2019 ha dimostrato che oltre il 70% dei consumatori globali sono

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

■

LES APPRIMEURS

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CEPS Projectes Socials
<http://www.asceps.org>



MULAB

disposti a cambiare le loro abitudini e i prodotti che utilizzano per ridurre al minimo il loro impatto negativo sul nostro pianeta. Ciò dimostra che oggi le persone sono più disposte a utilizzare i beni e i servizi delle imprese sostenibili rispetto a quelli delle imprese non sostenibili.

3. **Attrarre capitali e attenuare i rischi:** Le crescenti preoccupazioni per l'impatto ambientale delle imprese e il cambiamento climatico hanno spostato i finanziamenti governativi e privati verso nuove imprese sostenibili e rispettose dell'ambiente.

Principali passi per la creazione di un business plan orientato alla sostenibilità:

1. **Conoscere la sostenibilità:** Identificare i motivi principali per cui è importante sviluppare un business plan sostenibile.
2. **Valutare le aree di miglioramento:** Identificare le migliori tecniche e metodi che potrebbero rendere una nuova attività più amichevole verso l'ambiente.
3. **Trovare nuove opportunità:** Sviluppare un piano di sostenibilità da solo non è sufficiente. È altrettanto importante individuare quali sono le strategie ecocompatibili che si stanno delineando nel tempo, così come al momento dell'attuazione.
4. **Creare una visione:** Si tratta di una parte cruciale dello sviluppo di un piano di sostenibilità, in quanto comporta la definizione dei principali obiettivi a lungo termine per l'azienda.

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

■

LES APPRIMEURS

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CEPS Projectes Socials
<http://www.aceps.org>



MULAB

5. **Apportare modifiche:** È importante migliorare costantemente e individuare nuovi metodi per rendere un'azienda più sostenibile e amichevole, sia nei confronti dei propri dipendenti che dei propri clienti.

(getsmarter.com, 2022)

Capitolo 2: Formare l'imprenditoria sociale nelle industrie creative e culturali (ICC)

La Commissione europea ha individuato i principali settori in cui le imprese sociali operano attualmente:

1. **Integrazione lavorativa:** Concentrarsi sulla formazione e l'integrazione delle persone vulnerabili e disoccupati.
2. **Servizi sociali personali:** esempi di imprese sociali in questo campo potrebbero includere aiuti a persone vulnerabili, servizi di assistenza all'infanzia, servizi sanitari, ecc.
3. **Sviluppo locale delle aree svantaggiate:** le imprese sociali nelle aree remote possono aiutare lo sviluppo del vicinato, aprire opportunità di lavoro per la popolazione locale e aumentare gli aiuti allo sviluppo.
4. **Protezione dell'ambiente:** ciò potrebbe includere la promozione del riciclaggio, la consapevolezza del cambiamento climatico e il volontariato.

([European Commission, n. d.](#))

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

Suggerimenti per lo sviluppo di un'impresa sociale:

1. **Stai gestendo un'impresa sociale?** C'è una differenza principale tra gestire un'impresa sociale e gestire un programma sociale, un ente di beneficenza o un'organizzazione volontaria. Un'impresa sociale è un'impresa; richiede la vendita di un bene o di un servizio sul mercato.
2. **Impresa sociale vs. Business tradizionale:** La domanda principale qui è: in che misura gli obiettivi sociali e ambientali guidano la vostra agenda aziendale? Un'impresa sociale si concentra sui suoi obiettivi sociali e ambientali piuttosto che sui profitti individuali. Al contrario, nella maggior parte delle imprese tradizionali, il profitto è di fondamentale importanza.
3. **Chi sono i tuoi dipendenti?** Le imprese sociali impiegano persone la cui etica è simile agli obiettivi dell'organizzazione. Ad esempio, se la minimizzazione dell'impatto ambientale è una parte cruciale della pianificazione aziendale di un'impresa sociale, è molto probabile che i suoi dipendenti siano individui eco-orientati. Inoltre, le imprese sociali stanno attivamente cercando di formare e assumere persone che sono tipicamente escluse dall'economia tradizionale.

([BC Centre for Social Enterprise, n. d.](#))

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](#)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).



Imprese sociali nelle ICC:

Oggi la cultura è uno strumento sempre più importante per la crescita economica e il benessere dei residenti nelle agende politiche di molte città e regioni europee ([OECD, 2021](#)). Le ICC sono una fonte importante di occupazione e di fatturato delle imprese, ma possono anche trasformare le economie locali; ne aumentano l'attrattività o una città o una regione, aumentare l'innovazione e la produttività regionali e portare alla produzione di nuovi modelli di business che raggiungono una più ampia rete di pubblico e consumatori (ibid.).

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

■

LES APPRIMEURS



CEPS Projectes Socials
<http://www.asceps.org>



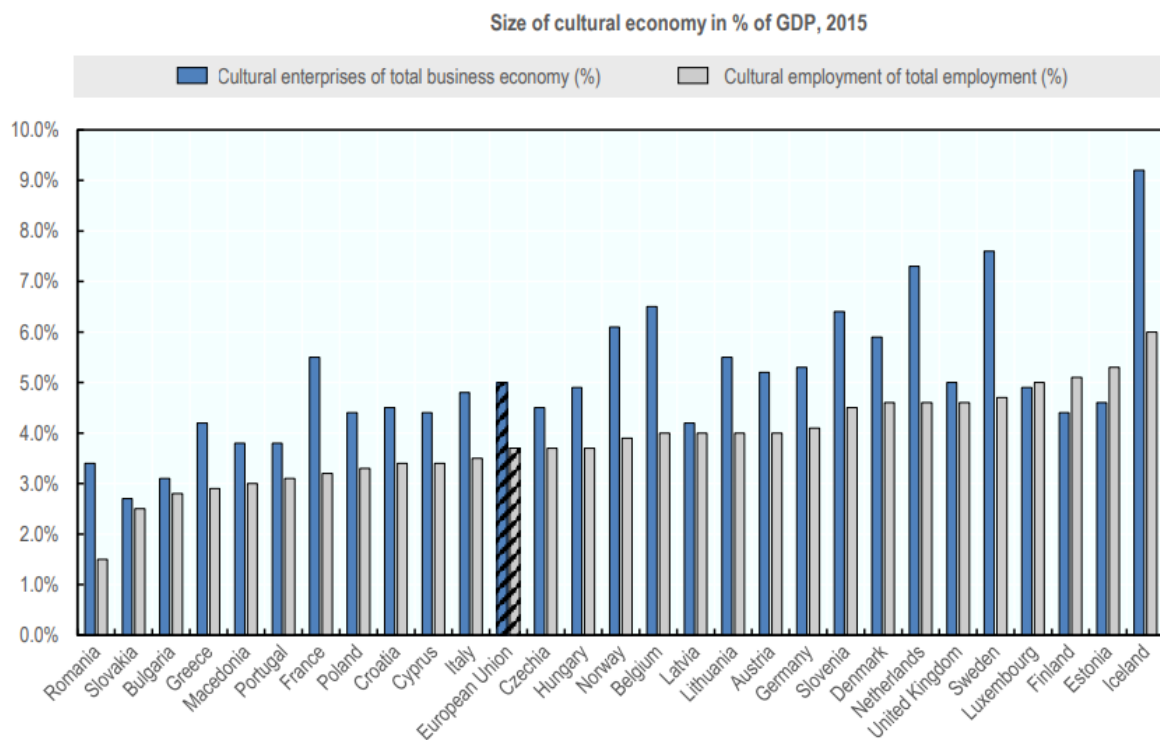
MULAB

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



L'economia culturale nell'Unione europea:

Figure 1.1. Size of the cultural economy in the European Union



(Fonte: <https://www.oecd.org/cfe/leed/venice-2018-conference-culture/documents/Culture-and-Local-Development-Venice.pdf>)

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

Negli ultimi anni, le imprese culturali e creative dell'Unione europea hanno preso l'iniziativa da settori più tradizionali, con l'economia culturale che contribuisce al 3% del PIL e al 5% del tasso di occupazione nell'Unione europea a partire dal 2015 ([OECD, 2018](#)).

Tra il 2011 e il 2019, l'occupazione culturale è aumentata di oltre l'11% mentre il consumo di cultura è aumentato del 20 ([OECD, 2021](#)).

I vantaggi di investire nelle ICC:

Un rapporto di [Rand Corporation \(2002\)](#) ha identificato cinque settori principali che possono beneficiare di attività sociali:

1. **Cognitivo:** le capacità di apprendimento e i risultati accademici nei giovani possono essere migliorati attraverso esperienze culturali.
2. **Atteggiamenti e comportamenti:** Le esperienze culturali possono anche sviluppare capacità generali e di vita quotidiana e atteggiamenti pro-sociali.
3. **Salute:** Gli effetti delle arti, come la musica, la pittura o la danza, sono stati ampiamente studiati negli ultimi anni e i risultati hanno dimostrato che le arti possono essere uno strumento molto efficace per mitigare lo stress e l'ansia.
4. **Sociale:** le esperienze culturali possono contribuire a migliorare l'interazione sociale, l'identità della comunità e la costruzione del capitale sociale.

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

5. **Economico:** Investire nella cultura offre vantaggi diretti, come opportunità di lavoro, entrate fiscali e spese per beni pubblici.

([OECD, 2018](#))

Suggerimenti sulla creazione di un'impresa sociale nelle ICC:

Con le principali industrie tradizionali in declino, le ICC sono state identificate come un livello per lo sviluppo futuro e hanno ricevuto un crescente interesse da parte dei governi e degli investitori privati nell'ultimo decennio. Due recenti studi condotti dall'OCSE ([2018](#)) e ([2021](#)), hanno individuato le principali tendenze che le imprese di successo nelle ICC dovrebbero seguire:

1. **Digitalizzazione:** La digitalizzazione delle esperienze culturali e creative ha aiutato la cultura a superare i vincoli tradizionali del tempo e dello spazio e consente a tutti, ovunque, di accedere alla cultura. Covid-19 ha ulteriormente accelerato il processo di digitalizzazione, con organizzazioni in tutti i settori che si adattano a nuovi modi di interagire con il loro pubblico tra blocchi e linee guida di allontanamento sociale.
2. **Transizione verde:** il patrimonio culturale può contribuire alla promozione di comportamenti più responsabili, pro-sociali e pro-ambientali. Uno dei principali esempi di questa tendenza è la trasformazione dei rifiuti in opere d'arte.
3. **Globalizzazione:** in passato gli eventi culturali erano legati a zone o regioni specifiche. Negli ultimi decenni, tuttavia, abbiamo assistito a un rapido cambiamento verso una

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

dimensione più globale con movimenti che si diffondono su scala globale, portando a un'industria culturale globale.

Capitolo 3: Tour urbani e inclusione

Uno studio dell'OCSE [OECD \(2009\)](#) ha dimostrato che la cultura e il turismo possono rafforzare l'attrattività e la competitività dei luoghi, delle regioni e dei paesi. Questo perché la cultura crea carattere distintivo nel mercato globale, e permette esperienze culturali uniche (ibid.).

Negli ultimi anni, il turismo culturale sta diventando una delle industrie più grandi e in più rapida crescita e le CCI stanno diventando il principale meccanismo utilizzato per promuovere una destinazione (ibid.). Una ricerca di [Crespi-Vallbona \(2019\)](#) dimostra che esiste la necessità all'interno dell'industria del turismo di creare visite guidate della città con forti dosi di partecipazione attiva ed esperienze culturali locali.

Una delle idee principali alla base dello sviluppo di city tour interattivi e inclusivi è utilizzare il turismo come strumento per generare inclusione sociale con persone che sono spesso ad alto rischio di esclusione ([Salvador, 2020](#)). Inoltre, i tour urbani non dovrebbero essere indirizzati solo ai turisti stranieri; i tour urbani possono anche servire come strumento per integrare

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

■

LES APPRIMEURS

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CEPS Projectes Socials
<http://www.asceps.org>



MULAB

membri vulnerabili delle popolazioni locali, come migranti e rifugiati, e per promuovere la consapevolezza culturale per i giovani (ibid.).

Suggerimenti per la creazione di tour urbani inclusivi:

1. **Autenticità:** [Eugenia Wickens \(2017\)](#) sostiene che il successo dei tour urbani si trova nella loro autenticità; turisti culturali vogliono sperimentare la cultura dell' "altro", e per farlo, spesso vogliono sperimentare diversi periodi storici delle regioni che stanno visitando. Ciò significa che i tour urbani non dovrebbero concentrarsi solo sulle principali attrazioni turistiche, ma anche esaminare le tradizioni delle regioni periferiche e lo stile di vita della popolazione locale.
2. **Conveniente:** I tour urbani per essere inclusivi e accessibili a una vasta gamma di pubblico, devono anche essere accessibili.
3. **Accessibile:** L'accessibilità è un altro fattore molto importante nella creazione di tour inclusivi della città. Tenendo conto di possibili disabilità e limitazioni fisiche, i tour operator della città dovrebbero considerare l'installazione di rampe, descrizioni audio e contenuti visivi nei loro tour ([Whitley, 2020](#)). **ELEVATOR** – un programma Erasmus+, ha prodotto un'ampia guida su come rendere i tour della città inclusivi per le persone con esigenze di accesso speciali. La guida può essere trovata [qui](#).
4. **Digitalizzazione:** I tour virtuali delle città sono la nuova tendenza e sono accessibili a persone provenienti da tutto il mondo. Sono un tipo molto moderno di visite turistiche,

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).



e possono fornire un'esperienza culturale con pochi clic. Ci sono molte piattaforme accessibili online che offrono tour virtuali della città. Un esempio è la piattaforma **Virtual City Tours**, a cui si può accedere [qui](#).

Strumenti digitali del Modulo 5 – Parte 1:

Strumento 1: Business Strategy

Strumento 2: Psychometric Series Game for team development

Strumento 6: Inclusive Tourism

Riferimenti:

BC Centre for Social Enterprise. (n.d.). Social enterprise – Do definitions matter? *BC Centre for Social Enterprise*. Available at: <https://www.centreforsocialenterprise.com/what-is-social-enterprise/>.

Chladek, Natalie. (2019). Why you need sustainability in your business strategy. *Harvard Business School Online- Business Insights*. Available at: <https://online.hbs.edu/blog/post/business-sustainability-strategies>.

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

■

LES APPRIMEURS

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CEPS Projectes Socials
<http://www.asceps.org>



MULAB



Crespi-Vallbona, Montserrat. (2020). Satisfying experiences: guided tours at cultural heritage sites. *Journal of Heritage Tourism*, Vol. 16 (2): 201-217. Available at:

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1743873X.2020.1771345?needAccess=true>.

Elevator. (2018). Inclusive Tourist Guiding: Handbook for Guiding People with Special Access Requirements. *Elevator Project*. Available at:

https://www.accessibletourism.org/resources/io2_english-final.pdf.

European Commission. (n.d.). Social enterprises. *European Commission: Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs*. Available at:

https://ec.europa.eu/growth/sectors/proximity-and-social-economy/social-economy-eu/social-enterprises_en.

EY. (2019). Ten ways leading companies turn purpose into strategy. *EY*. Available at:

https://www.ey.com/en_bh/purpose/ten-ways-leading-companies-turn-purpose-into-strategy

Get Smarter. (2022). How to Improve Sustainability in Your Business. *Get Smarter*. Available at:

<https://www.getsmarter.com/blog/career-advice/9-tips-for-growing-a-sustainable-business/>.

www.diothercity.eu | #DiOtherCity

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).





McCarthy, Kevin F. et al. (2004). *Gifts of the Muse: Reframing the Debate about the Benefit of the Arts*. Santa Monica, CA: Rand Corporation. Available at: <https://www.rand.org/pubs/monographs/MG218.html>.

Nielsen, IQ. (2019). A 'natural' rise in sustainability around the world. *Nielsen, IQ*. Available at: <https://nielseniq.com/global/en/insights/analysis/2019/a-natural-rise-in-sustainability-around-the-world/>.

OECD. (n.d.). Culture and Local Development. *OECD Home*. Available at: <https://www.oecd.org/cfe/leed/culture.htm>.

OECD. (2009). *The Impact of Culture on Tourism*. OECD. https://read.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/the-impact-of-culture-on-tourism_9789264040731-en#page4.

OECD. (2018). *Culture and Local Development*. OECD. Available at: <https://www.oecd.org/cfe/leed/venice-2018-conference-culture/documents/Culture-and-Local-Development-Venice.pdf>.

OECD. (2021). *Economic and social impact of cultural and creative sectors: Notes for Italy G20 Presidency Culture Working Group*. OECD. Available at: <https://www.oecd.org/cfe/leed/OECD-G20-Culture-July-2021.pdf>.

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).





Salvador, Marta. (2020). Beyond a sightseeing tour: social inclusion as the objective. *Alba Sud*. Available at: <https://www.albasud.org/blog/en/1242/beyond-a-sightseeing-tour-social-inclusion-as-the-objective>.

Virtual City Tours. (n.d.). Virtual City Tours home. *Virtual City Tours Project*. Available at: <https://www.virtualcitytours.org/en/>.

Whitley, David. (2019). Accessible adventure: how travel is becoming more inclusive. *National Geographic*. Available at: <https://www.nationalgeographic.co.uk/travel/2019/09/accessible-adventure-how-travel-becoming-more-inclusive>.

Wickens, Eugenia. (2017). The consumption of cultural experiences in city tours. *Tourism / Hospitality Research*, Vol. 17 (3): 264-271. Available at: https://www.jstor.org/stable/26366531?seq=1#metadata_info_tab_contents.

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

