



INNOVATION & CREATIVITY CAMP *PER* **UPSHIFT**

Guida per docenti, mentor, giudici

Anno scolastico 2021/2022

Sommario

Introduzione	3
Idee in azione per UPSHIFT	3
L’Innovation & Creativity Camp per UPSHIFT	3
I ruoli nel Camp.....	5
Il ruolo del docente a supporto dei team	5
Il ruolo dei mentor a supporto dei team.....	5
Il ruolo del giudice	6
Le challenge	8
Challenge 1: LO SPORT CHE UNISCE: fonte e motore dell’inclusione sociale.....	8
Challenge 2: TEENS 4 CULTURE - Innovazione nel mondo della cultura: parola alla Gen Z!.....	9
Challenge 3: I RAGAZZI PROTAGONISTI DELLA RIGENERAZIONE CREATIVA 2.0 - Una spinta innovativa per la valorizzazione delle nostre città a partire dalle comunità.....	11
Le fasi	13
0 – Ice breaking con Miro.....	14
1 – Empatia	14
2 – Definizione	16
3 – Ideazione.....	17
4 – Prototipazione	20
5 – Preparazione del pitch	21
6 – Presentazione del pitch.....	22

Introduzione

Idee in azione per UPSHIFT

Il programma formativo “Idee in azione per Upshift” nasce dalla sinergia tra “UPSHIFT”, il percorso di UNICEF per rispondere alla sfida di abilitare i giovani – migranti, rifugiati e italiani provenienti da situazioni di marginalizzazione – alla loro inclusione nel tessuto socio-economico, e “Idee in Azione”, il programma di Junior Achievement Italia (JA Italia) dedicato all’educazione all’imprenditorialità.

A partire dall’anno scolastico 2018-2019 il programma entra nelle scuole secondarie di secondo grado.

Nell’anno scolastico 2021-2022 almeno 1000 studenti del triennio delle scuole secondarie di secondo grado di Milano, Roma e Palermo saranno coinvolti nell’**“Innovation & Creativity Camp per UPSHIFT”**.

L’Innovation & Creativity Camp per UPSHIFT

L’**Innovation & Creativity Camp** è una competizione di una o due giornate che riunisce tra gli 80 e i 120 studenti. Di fronte a una problematica sociale concreta e reale, i partecipanti devono elaborare una soluzione innovativa e sostenibile.

Durata e contenuti: il camp ha una durata di circa 8 ore divise su un giornata full time o due mezza giornate.

Si può svolgere in tre modalità: presenziale, ibrida o online.

Divisi in gruppi, i ragazzi cominciano le attività stimolati dalla presentazione di una sfida nella quale, durante il corso del camp, devono trovare e presentare una soluzione reale fattibile.

I ragazzi sono guidati dai facilitatori di JA durante tutte le fasi e supportati da un mentor o un docente.

Al termine della sfida ogni team presenta le proprie soluzioni ad una giuria di alto profilo e gli studenti dovranno mettere in pratica le loro capacità comunicative, sintetizzare i punti di forza della propria idea in un tempo limitato e su strumenti predefiniti.

L’argomento della sfida varia per ogni edizione del Camp ma rappresenta sempre una problematica reale.

Terminato il tempo a disposizione, una giuria qualificata, composta da esperti autorevoli del settore di riferimento della sfida, valuta le soluzioni elaborate e decreta i vincitori sulla base dei seguenti criteri:

- Innovatività e originalità della proposta
- Aderenza al tema e sostenibilità
- Qualità della presentazione
- Spirito di gruppo

Destinatari:

Studenti delle classi III, IV e V della scuola secondaria di secondo grado.

Metodologia:

I facilitatori, durante il camp, utilizzano la metodologia del *design thinking* per guidare i ragazzi in un percorso creativo che, partendo dai problemi, li guidi nel trasformarli in soluzioni reali e fattibili. Il design thinking utilizza un approccio alla soluzione dei problemi ispirato al metodo scientifico utilizzato nella ricerca combinato con tecniche proprie del design e che permette ai ragazzi di trovare soluzioni innovative in poco tempo.

Obiettivi didattici:

- Approfondire temi economici e sociali attuali attraverso una modalità di apprendimento motivante e sfidante
- Confrontarsi con coetanei di altre scuole e creare in poco tempo un gruppo coeso per il raggiungimento di un obiettivo
- Sperimentare le proprie doti di creatività, innovazione, problem solving, iniziativa, negoziazione
- Presentare in pubblico un'idea e sostenere un colloquio con giurie

Competenze:

- Problem solving
- Analisi
- Decision making
- Pianificazione e gestione del tempo
- Presentazione in pubblico
- Teamworking e negoziazione
- Innovazione e creatività

I ruoli nel Camp

Il ruolo del docente a supporto dei team

Il docente è una figura fondamentale sia nella fasi organizzative del camp che durante il suo svolgimento.

Nel periodo precedente dovrebbe occuparsi degli aspetti organizzativi.

In particolare, nella modalità ibrida dovrebbe garantire:

- che la connessione internet sia stabile,
- la disponibilità degli spazi (un team per ciascuna aula, massimo 2 team)
- che ragazzi siano suddivisi in team già dalla prima fase del camp (plenaria)
- almeno un pc a team (per lo studente capogruppo) con webcam e microfono funzionanti, tutti i membri del team collegati con un proprio dispositivo (anche smartphone, tablet).

Durante il Camp il docente dovrebbe:

- motivare e supervisionare il team
- evitare che ci siano rumori di fondo
- far sì che i ragazzi partecipino alle attività. Il Docente è il collegamento tra lo staff di JA-i mentor e gli studenti. E' importante che il docente abbia chiare le fasi e i tempi del Camp.
- Aiutare gli studenti a lavorare in team per ottenere risultati positivi grazie al contributo di tutti
- Ascoltare, consigliare, supportare
- Favorire il lavoro dei ragazzi con i mentor e lo staff JA collegati a distanza

Il ruolo dei mentor a supporto dei team

Nelle modalità online e ibrida, i mentor saranno collegati a distanza.

I mentor hanno un ruolo fondamentale per supportare ciascuna squadra. E' importante che i mentor abbiano chiare le fasi ed i tempi e che supportino i ragazzi nel portare avanti il percorso proposto in ciascuna fase e che tutto il gruppo partecipi.

Gli strumenti interattivi messi a disposizione, quali la lavagna di Miro, rendono l'interazione più facile ed il mentor può, attraverso domande mirate, coinvolgere tutti i ragazzi e supportarli nei momenti di stallo o se stanno andando fuori strada.

Per aiutare gli studenti a sviluppare le loro idee e a definire al meglio i loro obiettivi, suggeriamo:

- di richiamare la loro attenzione sull'importanza di gestire bene il tempo a disposizione e suddividere tra i componenti del team le varie attività

- di scorrere con loro i punti per ogni fase del camp
- di ricordare ai ragazzi che avranno solo 3 minuti per presentare il proprio progetto alla giuria; sarà quindi importante razionalizzare i punti salienti e l'ordine dell'esposizione
- di far fare delle pause quando si percepisce che l'attenzione sta calando

Consigli per mentor e docenti.

Il mentor:

- Ascolta, consiglia, supporta
- Incoraggia il gruppo a reperire informazioni e a trovare nuove soluzioni nei momenti di difficoltà
- Propone nuovi punti di vista e metodi di ragionamento alternativi
- Attraverso la sua esperienza in azienda, il mentor aiuta a comprendere alcuni concetti importanti legati alla challenge e alle tematiche energetiche
- Suggerisce modalità di problem solving
- Aiuta gli studenti a lavorare in team per ottenere risultati positivi grazie al contributo di tutti
- Amplia gli orizzonti
- Guida e alimenta il dibattito, se c'è una decisione da prendere aiuta a individuare punti di forza e di debolezza
- Non giudica le risposte degli studenti ma restituisce sempre feedback rinforzando gli aspetti positivi e segnalando eventuali imprecisioni o inesattezze
- Utilizza sempre esempi o aneddoti reali per semplificare i concetti più astratti
- Verifica che gli studenti abbiano compreso i suoi suggerimenti ponendo domande o chiedendo al gruppo di proseguire nella riflessione

Il ruolo del giudice

Il giudice nei Camp non dovrà selezionare un team vincitore con la migliore idea ma dare feedback costruttivi ai ragazzi in merito alle loro idee, al lavoro di squadra e a come eventualmente sviluppare ulteriormente i loro progetti.

Ogni team ha **3 minuti** per la presentazione del pitch e **4-7 minuti per rispondere a domande di chiarimento della Giuria.**

La Giuria può individuare una domanda che può essere posta a più gruppi in modo da poter paragonare le risposte oppure una domanda specifica per ciascun gruppo.

La Giuria analizza il contributo di ciascun membro del gruppo, la capacità di applicare alcuni concetti appresi a scuola in situazioni reali, la capacità di sviluppare idee e soluzioni fattibili e sostenibili.

La Giuria può anche fare domande sul lavoro di gruppo: come hanno lavorato insieme, quali sono stati i momenti più difficili o come hanno trovato la soluzione.

Ai ragazzi sono state presentate tre sfide all'inizio della prima giornata ed hanno avuto 8 ore per analizzare i problemi e trovare idee che portassero delle soluzioni ad essi. Nelle pagine seguenti troverete informazioni sulle challenge sulle fasi del camp.

Le challenge

Challenge 1: LO SPORT CHE UNISCE: fonte e motore dell'inclusione sociale

Componente essenziale per lo sviluppo psicofisico dell'essere umano, lo sport da sempre ricopre un ruolo determinante nella nostra cultura, sociale e familiare, grazie alla sua funzione educativa. Lo sport è lo specchio della nostra società, in grado di trasmettere modelli di vita e pratiche di comportamento più o meno virtuose. Rappresenta, dunque, un importante momento di formazione, sia da un punto di vista motorio che psicologico-emozionale, capace di contribuire attivamente alla formazione delle personalità dei soggetti coinvolti.

Ma perché lo sport ha anche una funzione sociale?

Alcune declinazioni:

- Nelson Mandela affermava che **“Lo sport ha il potere di cambiare il mondo”**. Ha il potere di suscitare emozioni. Ha il potere di ricongiungere le persone come poche altre cose. Ha il potere di risvegliare la speranza dove prima c'era solo disperazione”.
- Uno dei fondamenti dello sport è quello di stimolare i ragazzi a vivere in un gruppo, per poi **sentirsi parte di un determinato contesto sociale**. Questo viene considerato da molti sociologi uno dei bisogni primari di ciascun individuo, senza il quale non riuscirebbe a vivere in una condizione di normalità e di armonia con se stesso.
- Il senso comune di appartenenza e partecipazione sono armi potenti, che possono favorire una maggiore coesione economica e sociale, ma anche una maggiore integrazione tra le comunità locali. Gruppi meno rappresentati, persone con disabilità o che provengono da contesti sfavoriti: lo sport, a prescindere dall'età, dalla religione o dall'origine sociale, ha una grande **valenza aggregativa e promuove il benessere fisico e sociale**.
- Un diritto di tutti e che non dovrebbe essere negato a nessuno, lo sport, come più volte ha sottolineato il Consiglio dell'Unione Europea, è **fonte e motore di inclusione sociale**, oltre che strumento per l'integrazione di minoranze e gruppi a rischio di emarginazione sociale. Le naturali distinzioni di lingua, colore e origine sono fondamentali per accrescere i ragazzi che praticano attività sportiva. Nel gioco, infatti, esistono diversità di ruoli e di caratteristiche che, insieme, formano il team vincente.

Immaginate di ripensare lo sport come strumento di inclusione sociale e integrazione di minoranze e gruppi a rischio di emarginazione sociale.

SFIDA

Come potete promuovere, in modo concreto, processi di partecipazione allo sport che prescindono completamente dalle condizioni economiche, sociali e individuali delle persone, attraverso un prodotto o un servizio fattibile e realistico?

SPUNTI E DATI DI CONTESTO

<https://www.lentepubblica.it/buone-pratiche/sport-come-inclusione-sociale/>

<https://www.unicatt.it/sport-impatto-sociale-quando-lo-sport-e-veicolo-di-inclusione-sociale>

<http://www.sporteinclusione.it>

<https://eticanellosport.com/sport-strumento-educativo-sociale/>

<https://eticanellosport.com/sport-strumento-educativo-sociale/>

Challenge 2: TEENS 4 CULTURE - Innovazione nel mondo della cultura: parola alla Gen Z!

Per i professionisti del patrimonio culturale parlare di accessibilità, interpretazione e mediazione significa confrontarsi con il ruolo sociale che i luoghi del mondo culturale devono avere nelle nostre società. Ciò significa relazionarsi con il territorio di riferimento, ragionare e operare in un’ottica interdisciplinare, interculturale, intergenerazionale.

Ma perché occorre far diventare i luoghi della cultura spazi aperti al dialogo e all’incontro? Quali sono gli obiettivi da porsi?

Se è vero che i luoghi della cultura (es. musei, gallerie d’arte, ecc.) sono sempre stati uno specchio dei cambiamenti sociali e che questo nostro secolo è contrassegnato da nuove e diverse realtà, nate dall’interazione tra le eredità del passato, nuovi eventi, trasformazioni globali e locali, cosa è oggi un luogo d’arte? Qual è la sua utilità? A chi parla? Con chi si relaziona?

I luoghi d’arte stanno cercando di riconquistarsi uno spazio importante nelle società, di grande responsabilità e di non facile realizzazione. Il museo o la galleria d’arte come spazio “politico” (nel suo significato etimologico di designare ciò che appartiene alla dimensione della vita comune), di incontro, dialogo, analisi dei grandi temi del nostro tempo – quali la globalizzazione, i flussi migratori, l’invecchiamento, l’insicurezza, il disincanto civile.

I luoghi d’arte mirano a diventare un centro di interpretazione, in grado di attivare le comunità di paesaggio e che nel dibattito e nell’azione si confrontano con tematiche quali la sostenibilità (sociale, culturale e anche economica), l’intercultura, il “glocale”, la marginalità.

Viene così messo in discussione un secolo di azioni conservative incentrate sul restauro, la catalogazione e lo studio dell'oggetto d'arte visto come l'inizio e la fine di ogni pratica. Un atteggiamento che spesso ha reso i luoghi d'arte dei luoghi destinati a ragionare solo attraverso le logiche del mercato turistico, luoghi rivolti alle élites istruite, che non riflettono i valori di un mondo multi-culturale e che tendono quindi ad escludere le categorie più svantaggiate.

Ripensate quindi il mondo culturale come un luogo capace di coinvolgere le nuove generazioni, sia dal punto di vista emotivo che esperienziale, rendendolo parte della loro vita quotidiana.

E non solo un'esperienza per turisti o per élites istruite.

Un luogo in cui si intreccino tutte le generazioni, come leva di sviluppo culturale in contesti o territori svantaggiati e di inclusione sociale per giovani di diverse culture e background socio-economici.

SFIDA

Come potete creare un prodotto o servizio che porti innovazione nel mondo della cultura, perché sia in grado di attrarre e coinvolgere le nuove generazioni? Come potete rendere i luoghi della cultura (come musei, gallerie d'arte, ecc.) adolescent-friendly e avviare nuovi processi di educazione, partecipazione e inclusione sociale?

SPUNTI E DATI DI CONTESTO

<https://artlab.fitzcarraldo.it/it/blog/innovazione-e-musei-digitali-del-21esimo-secolo>

<https://www.insidemarketing.it/innovazione-nei-musei-esempi/>

<https://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/faro-convention>

<https://www.collezionedatiffany.com/apertura-dialogo-e-condivisione-per-una-nuova-idea-di-eredita-culturale/>

<https://www.collezionedatiffany.com/comunitadieredita-i-musei-sono-per-tutti-ma-solo-unelite-lo-sa/>

<https://www.ilgiornale.it/news/spettacoli/i-musei-non-attirano-i-giovani-perch-sono-pensati-vecchi-1632396.html>

https://www.wired.it/economia/start-up/2020/09/26/musei-startup/?refresh_ce=

<https://www.youthmagazine.it/2020/05/larte-si-fa-piu-vicina-ai-giovani-con-le-nuove-tecnologie/>

<https://www.cronacacomune.it/notizie/41028/i-giovani-e-larte-cosa-desideriamo-quando-decidiamo-di-far-visita-un-museo-o-una-mostra.html#null>

<https://blog.mettiche.it/selfie-nei-musei-la-cultura-segue-il-passo-delle-generazioni/>

<https://www.farmculturalpark.com/la-nostra-storia/>

<http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2018/06/Il-patrimonio-culturale-per-tutti.-Fruibilità-riconoscibilità-accessibilità.-Quaderni-della-valorizzazione-NS-4.pdf> (PAG 47)

<https://www.forumpa.it/citta-territori/la-salvaguardia-del-patrimonio-culturale-e-ambientale-un-volano-per-lo-sviluppo-urbano-sostenibile/>

Challenge 3: I RAGAZZI PROTAGONISTI DELLA RIGENERAZIONE CREATIVA 2.0 - Una spinta innovativa per la valorizzazione delle nostre città a partire dalle comunità

L'urbanizzazione è uno degli sviluppi più significativi del 21° secolo. Più della metà della popolazione mondiale vive nelle città, con stime fino al 70 per cento per il 2050. Le città sono il motore delle economie locali e nazionali e rappresentano il fulcro del benessere. Più dell'80 per cento delle attività economiche globali è concentrato nei centri urbani.

Oltre alle opportunità, **l'urbanizzazione comporta anche notevoli sfide:**

- L'obiettivo 11 dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile mira a ridurre l'inquinamento pro capite prodotto dalle città, in particolare per quanto concerne la qualità dell'aria e la gestione dei rifiuti. Le città hanno **un'impronta ecologica enorme**: occupano solamente circa il tre per cento della superficie terrestre, ma consumano tre quarti delle risorse globali e sono responsabili del 75 per cento delle emissioni di gas.
- Lo sviluppo urbano dovrà quindi essere **più inclusivo e sostenibile**, tra l'altro grazie a una pianificazione degli insediamenti partecipativa, integrata e sostenibile.
- Dovrà altresì essere garantito **l'accesso** di tutti a superfici verdi e spazi pubblici sicuri e inclusivi, soprattutto per donne e bambini, anziani e persone con disabilità.
- Dovrà infine essere assicurato anche l'accesso a spazi abitativi e sistemi di trasporti **sicuri ed economici**.

La parola chiave diventa pertanto "Rigenerazione".

La "rigenerazione" parte da un'ispirazione, un'emozione. Spesso proviene da luoghi dimenticati della nostra città. Luoghi storici ad alto impatto culturale e sociale. Ma rigenerare non significa solo riqualificare qualcosa che già esiste, significa anche costruire ex novo opportunità laddove non ce n'erano.

SFIDA

Ripensate a luoghi e siti urbani da valorizzare per creare impatto sociale nella comunità e favorire l'integrazione di persone provenienti da contesti socio culturali differenti. Immaginate di poter valorizzare luoghi della nostra città dimenticati, perduti, a cui siamo legati da

condividere con la comunità. Come potete raggiungere questi obiettivi attraverso un prodotto o servizio, fattibile e realistico?

SPUNTI E DATI DI CONTESTO

<https://www.pedago.it/blog/riqualificazione-urbana-cos-e-definizione-obiettivi-normativa.htm>

<https://it.lita.co/it/blogs/123-rigenerazione-urbana>

<https://www.movimenta.info/campagne/rigenerazione-urbana>

<https://www.abitaregea.it/rigenerazione-riqualificazione-urbana>

Le fasi

Il camp si articola in varie fasi che partono dall'analisi e dalla scelta della sfida da affrontare, consentono poi ai ragazzi di approfondire il problema, trasformarlo in un'idea concreta e presentare la propria soluzione attraverso un pitch della durata di 3 minuti.

È importante che i mentor e i docenti durante le varie fasi guidino i ragazzi durante il percorso, fornendo i giusti input e moderando le conversazioni.

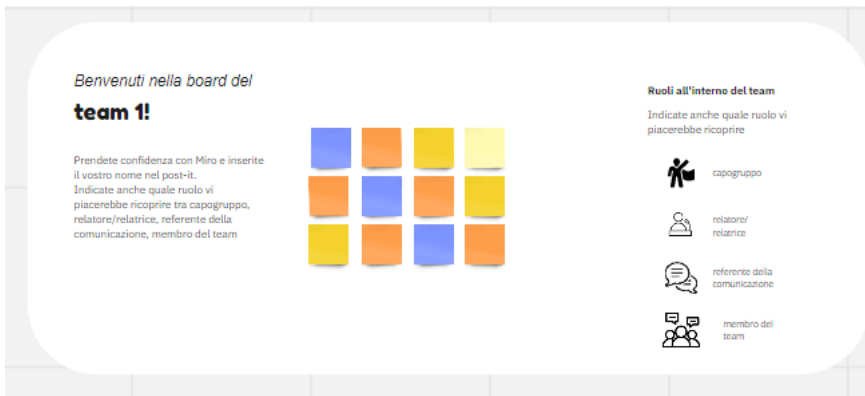
Per questo camp le fasi saranno:

1. Empatia: 60 minuti
2. Definizione – 60 minuti
3. Ideazione – 60 minuti
4. Prototipazione – 60 minuti
5. Preparazione del pitch – 60 minuti
6. Pitch finale con la giuria – 90 minuti (7-10 minuti a team)

0 – Ice breaking con Miro

Prima di partire suggeriamo agli studenti di prendere confidenza con lo strumento Miro.

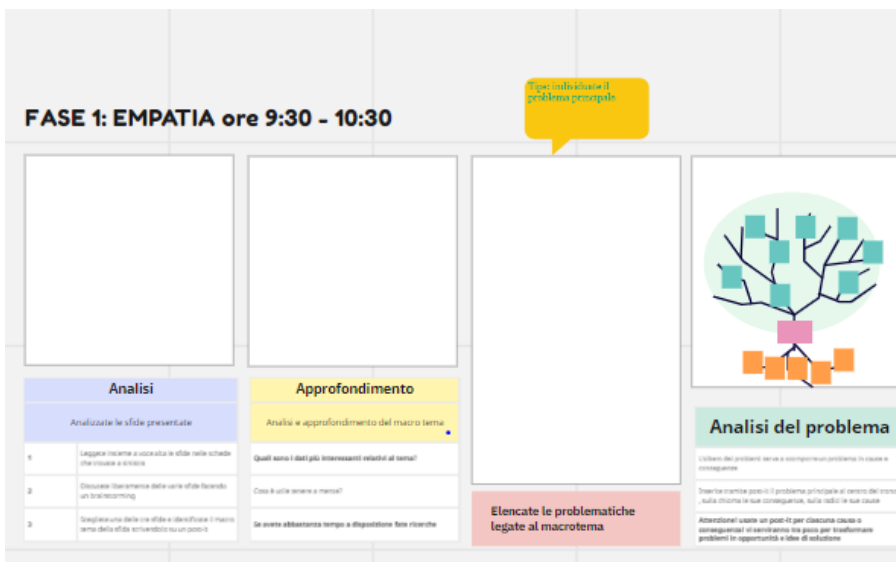
Possono inserire il proprio nome in un post-it e decidere quale ruolo ricoprire (tra capogruppo, relatore/relatrice, referente della comunicazione, membro del team).



1 – Empatia

Durata: 60 minuti

Strumenti: riquadro 1 della board di Miro



OBIETTIVI:

1. Analizzare le challenge facendo un brainstorming per analizzare i dati più interessanti sul tema
2. Scegliere il tema e la sfida da affrontare
3. Cominciare ad analizzare il problema principale

Questa prima fase permette ai ragazzi di scegliere la sfida che più sentono vicina a loro.

In questa fase è importante concentrarsi sulla sfida e non sulle soluzioni da proporre facendo un'analisi dei temi principali proposti dalle varie sfide.

Istruzioni per gli studenti

- A. Leggere in gruppo, a voce alta, le schede dedicate alle challenge e, attraverso un brainstorming, scegliere di comune accordo quella su cui desiderano sfidarsi inserendo il macrotema in un post it.
- B. Approfondire il macrotema identificando i dati più interessanti e facendo delle ricerche
- C. Elencare le problematiche legate al macrotema
- D. Analizzare il tema principale della sfida attraverso **l'Albero del problema**: In questo esercizio, i ragazzi identificheranno **le cause e le conseguenze** del problema rispetto al macro-tema della sfida che hanno scelto di affrontare. Definendo il problema e alcune **delle cause alla radice**, i team saranno in grado di concentrare il proprio lavoro su una delle cause alla radice del problema.

Introdurre l'esercizio dell'Albero del Problema: spiegare al team che a volte le sfide e i problemi che abbiamo possono sembrare molto grandi e può essere difficile sapere da dove cominciare! Proprio per questo è utile pensare al problema come un tipo speciale di albero chiamato "Albero del problema".

E' certamente possibile utilizzare lo schema di base di Miro e dire ai ragazzi che possono liberamente inserire sopra e sotto dei post-it.

Esempio: Il problema individuato è che arrivo sempre in ritardo. In questo caso scriverò o disegnerò il problema in corrispondenza del tronco dell'albero. Penserò quindi all'impatto o alle conseguenze del problema, che devono essere scritte o disegnate sui rami dell'albero.

In questo caso si potrebbe dire che le conseguenze sono che mi sento dispiaciuto, che faccio arrabbiare chi mi sta aspettando e faccio perdere tempo agli altri oppure ad esempio che perdo il treno. Infine, occorre riflettere sulle cause o ragioni del problema e scriverle o

disegnarle sulle radici dell'albero: sono poco organizzate, non ho una buona sveglia, c'è sempre molto traffico...

2 – Definizione

Durata: 50 minuti

Strumenti: riquadro 2 della board di Miro



OBIETTIVI:

- Dal macro al micro: scomporre il problema in problematiche più ristrette e vicine alla vita quotidiana dei ragazzi
- Definire la sfida e cominciare a trasformare i problemi in soluzioni

Attività:

1. Una giornata tipo: i ragazzi possono prendersi del tempo, singolarmente, per riflettere su come il macro-tema individuato si presenta nella loro vita di tutti i giorni. Possono pensare a una **giornata tipo**, ma anche a quella della comunità più in generale. Individualmente e senza parlare, i ragazzi scrivono quanti più post-it con le situazioni problematiche che si presentano loro ogni giorno sul tema scelto.
2. Successivamente si confrontano e raggruppano gli spunti emersi facendo ordine. Tra tutti i problemi che hanno analizzato e scomposto e tutti gli appunti che hanno preso durante la

discussione avranno sicuramente individuato alcune situazioni ricorrenti nel loro quotidiano e che li riguardano da vicino.

3. **La descrizione del problema:** a questo punto i ragazzi dovranno scegliere tra i vari problemi quotidiani emersi, quale vogliono risolvere. Si chiede loro di dettagliare il problema scelto.

Suggerimenti

1. È importante che il problema scelto sia “elementare”, cioè di facile definizione
2. In questa fase i ragazzi tenderanno a passare subito alle soluzioni, cercate di farli ragionare sui problemi e di non saltare a fasi successive.
3. Provate a lasciarli liberi di definire come meglio credono il problema, possono usare post-it, caselle di testo, immagini su internet, schemi predefiniti di Miro, ecc

3 – Ideazione

Durata: 60 minuti

Strumenti: riquadro 3 del board di Miro

FASE 3: IDEAZIONE ore 11:30 - 12:30

Tipo di problemi che l'idea che sceglierete tra poco dovrà essere facilmente riproducibile ed economicamente

La stanza dei sogni



"Siamo nel 2025, il problema che tu o il tuo gruppo avete individuato durante il camp è risolto grazie a..." È il momento di sognare...

1. Individualmente datovi del tempo per immaginare quante più soluzioni possibili al problema. Fantasticate e date libero sfogo alla fantasia!
2. Inserite qui sotto un post-it per ciascuna idea
3. Provate a raggruppare le idee

Il podio delle idee

Inserite sul podio qui sotto le tre migliori idee. Potete discutere tutti insieme o votare individualmente usando i pallini qui sotto.



La stanza della realtà



Le cose si fanno sempre più difficili. Trasformare un sogno, un'idea, in qualcosa di concreto richiede impegno ed energia...

È ora di scegliere l'idea candidata ad essere la migliore soluzione al vostro problema.

Per fare questo è importante valutare bene la fattibilità dell'idea. Ecco alcuni spunti per pensare, potete rispondere con un testo continuo o utilizzare qualche strumento o template a vostra disposizione su Miro:

1. L'idea somiglia a qualcosa che già esiste e conosciuta? se sì, descrivete!
2. Di cosa avete bisogno per realizzare l'idea?
3. L'idea può essere riprodotta su ampia scala o ripetuta più volte durante i giorni?
4. Quanto potrebbe costare realizzare l'idea?
5. L'idea è in linea con la challenge a cui state partecipando?
6. La realizzazione dell'idea incide favorevolmente sulla qualità della vita delle persone, sulla comunità, sull'ambiente?

Inserite qui l'idea vincitrice



OBIETTIVI:

1. Trasformare i problemi in idee
2. Identificare l'idea migliore
3. Comprendere se l'idea contribuisce a risolvere la sfida prescelta
4. Analizzare l'idea per capire la sua originalità e fattibilità

In questa seconda fase i ragazzi imparano a trasformare i problemi in soluzioni innovative ed idee creative. Partendo da una situazione ipotetica nel futuro in cui il problema è completamente risolto il team arriva a scegliere l'idea migliore da presentare con il pitch.

In questa fase è importante che i ragazzi utilizzino la prima mezz'ora per ideare quante più soluzioni possibili, per dedicarsi poi alla selezione della migliore idea.

Istruzioni per gli studenti

- A. Leggere insieme il testo con le istruzioni della **stanza dei sogni**: "Siamo nel 2025. Il problema che tu e il tuo gruppo avevate individuato durante il camp è risolto grazie a..." è il momento di sognare. Individualmente possono prendere del tempo per scrivere quante più idee vengono loro in mente su possibili soluzioni al problema. Possono fantasticare e dare libero sfogo alla fantasia! una volta finito il tempo di sognare possono raggruppare le idee
- B. A questo punto possono scegliere (attraverso una discussione o una votazione) il podio della idee, individuando le 3 migliori. E' importante ricordare che l'idea che sceglieranno più avanti dovrà essere realistica e fattibile tecnicamente e economicamente.
- C. **La stanza della realtà** consente ai ragazzi di validare le idee dal punto di vista della fattibilità e quindi si scegliere la migliore, cioè la candidata a diventare il loro progetto imprenditoriale.

Le domande proposte nella stanza della realtà sono:

1. L'idea somiglia a qualcosa che già esiste e conoscete? se sì, descrivetelo
 2. Di cosa avete bisogno per realizzare l'idea?
 3. L'idea può essere riprodotta su ampia scala o ripetuta più volte durante l'anno?
 4. Quanto potrebbe costare realizzare l'idea?
 5. l'idea è in linea con la challenge a cui state partecipando?
 6. La realizzazione dell'idea incide favorevolmente sulla qualità della vita delle persone, sulla comunità, sull'ambiente?
- D. E' arrivato il momento di scegliere la definitiva idea di soluzione

Suggerimento:

1. questa fase è densa di attività, tenete bene i tempi di ciascuna attività e passate alla successiva solo quando avrete terminato.

2. non è necessario rispondere con testi lunghi alle domande poste, ma è importante che le domande stimolino l'analisi e il confronto

4 – Prototipazione

Durata: 60 minuti

Strumenti: riquadro 4 del board di Miro

FASE 4: PROTOTIPAZIONE ore 9:30 - 10:30

Approccio

In questa fase lavorerete da soli per definire al meglio la vostra soluzione

La vostra soluzione

Quale prodotto o servizio realizzerete?
Descrivete la vostra idea.
Cosa farà?
Quali sono i suoi elementi?

Nome

Che nome daresti alla vostra soluzione?

Clienti

A chi si rivolge la soluzione?
Qual è il vostro mercato di riferimento?

Risorsa

Come farete a realizzarlo?
Di quali risorse avete bisogno?
Potete fare tutto internamente nel team o dovete trovare dei fornitori o dei partner?
Chi può aiutarvi?

Logo

Quale logo scegliereste per la vostra soluzione?

Innovazione

Cosa la differenzia dalle altre?
Quali sono gli elementi innovativi?
È completamente nuova o porta innovazione in prodotti/servizi esistenti?

Disegno

Se volete, potete anche disegnare la vostra soluzione

OBIETTIVI:

1. Descrivere l'idea attraverso il concetto di "prototipo" per renderla più concreta
2. Immaginare l'idea e rappresentarla

Attività:

- A. Ora che l'idea ha superato tutto il percorso, è giunto il momento di renderla il più concreta possibile. I ragazzi dovranno riempire la tabella con le caratteristiche della loro idea, cercando di immaginarla come se fosse già realizzata:
 - a. A chi si rivolge l'idea?
 - b. Cosa la differenzia dalle altre?

- c. Quale prodotto o servizio realizzerete?
- d. Come farete a realizzarlo?

B. I ragazzi possono scegliere anche il nome, il logo e rappresentare l'idea (per esempio: attraverso un disegno se si tratta di un prodotto, un mockup se si tratta di una app, uno schema di flusso se si tratta di un servizio)

5 – Preparazione del pitch

Durata: 50 minuti

Strumenti: riquadro 5 del board di Miro

FASE 5: Preparazione del pitch ore 10:30 - 11:30

Preparatevi per il pitch

I trucchi per creare un pitch efficace



Si sta avvicinando il momento della presentazione al pubblico della vostra idea!

Come essere accattivanti e coinvolgenti?

- scegliete chi di voi presenterà l'idea
- costruite un discorso di massimo 3 minuti
- create una presentazione: uno strumento a scelta (p. video, board di Miro...)
- fate delle prove

Cosa non dovrebbe mai mancare in un pitch

IL PROBLEMA




Quale problema volete risolvere?
Perché?
Quale dato di impatto volete evidenziare?

LA SOLUZIONE

Perché la vostra soluzione è fantastica?
Cosa vi rende unici?



IL TEAM

Come avete lavorato al problema?
Qual è stato il vostro percorso?
Le vostre competenze sono state utili nel trovare l'idea?
Vi aiuteranno a realizzarla?



LA CALL TO ACTION

qual è il vostro obiettivo nel pitch? dimostrare che siete pronti a realizzare l'idea? chiedere suggerimenti su qualche aspetto? invitare già da subito ad agire più responsabilmente?



OBIETTIVI:

1. Preparare una presentazione della propria idea (grafica e testo)
2. Provare la presentazione e suddividersi i ruoli
3. Comunicare la propria idea

In questa ultima fase i ragazzi imparano comunicare la propria idea in soli 3 minuti. Un pitch è un breve discorso utilizzato per catturare l'attenzione di vari interlocutori riguardo l'idea.

In questa fase è importante che i ragazzi si dividano il lavoro in sottogruppi. Chi preparerà il testo e farà le prove e chi invece realizzerà la parte grafica sulla board o su altri strumenti scelti dai ragazzi. Non ci sono limiti alla fantasia: i ragazzi possono scegliere di presentare la board sulla quale hanno lavorato oppure crearne di nuove, inserire video, immagini o modelli...

È importante però che il pitch abbia una sua struttura definita, qui sotto ci sono alcuni suggerimenti per strutturarlo.

Istruzioni per gli studenti

- A. Guardare insieme agli studenti il video esplicativo sul pitch
- B. Si sta avvicinando il momento della presentazione al pubblico dell'idea, come possono essere accattivanti e coinvolgenti?
- C. Definire: chi presenterà l'idea, chi costruirà il discorso e chi la presentazione; può essere utile fare delle prove
- D. Vengono lasciati alcuni suggerimenti sugli elementi che non dovrebbero mai mancare in un pitch:
 1. **PROBLEMA:** Quale problema volete risolvere e perché? quale dato di impatto volete evidenziare?
 2. **SOLUZIONE:** Perché la vostra soluzione è fantastica? Che cosa vi rende unici?
 3. **TEAM:** Come avete lavorato al problema come team? qual è stato il vostro percorso? le vostre competenze sono state utili nel trovare l'idea? vi aiuteranno a realizzarla?
 4. **CALL TO ACTION:** qual è il vostro obiettivo nel pitch? dimostrare che siete pronti a realizzare l'idea? chiedere suggerimenti su qualche aspetto? invitare già da subito ad agire più responsabilmente?

6 – Presentazione del pitch

Le Attività in team possono essere considerate quindi concluse. I team tornano in plenaria per la presentazione del pitch.

L'esposizione è a cura di un relatore/relatrice o una coppia di relatori e dovrebbe avere una durata massima di 3 minuti. I giudici possono poi porre domande di curiosità o su aspetti specifici dell'idea e fornire feedback di qualità oltre che spunti per migliorare il progetto.