



MANUALE

Esploriamo l'impresonditoria digitale
dedicata ad adulti con disabilit 





TITOLO:

Manuale "Esploriamo l'imprenditoria digitale dedicata ad adulti con disabilità"

PROGETTO:

"Educazione all'imprenditoria digitale per adulti con disabilità", finanziato dall'Agenzia Nazionale dell'Istruzione Europea presso l'Istituto Federale per la Formazione Professionale, Agenzia Nazionale Tedesca per i programmi Erasmus + (in ambito di educazione per adulti).

I partner del progetto sono:

- Outreach Hannover e.V., Germania
- Wizard, obrt za savjetovanje, Croazia
- Association for improvement of modern living skills "Realization", Croazia
- Company for professional rehabilitation and employment of persons with disabilities ITECCION, Serbia
- Centre for Non-formal education and Lifelong learning (CNELL), Serbia
 - Fondazione Don Giovanni Zanandrea Onlus, Italia
 - Ung Kraft / Youth Power Svezia

CASA EDITRICE:

Outreach Hannover e.V., Germania

EDITORI:

Maja Katinić Vidović
Danijela Matorčević

AUTORI:

Maja Katinić Vidović
Danijela Matorčević
Nedim Micijević
Čedo Velašević
Enrico Taddia
Pavle Jevđić
Stanče Matović
Miloš Matorčević

Traduzione dall'inglese:

Lisa Ramponi

GRAPHIC DESIGN:

Milica Milović Kinoli

Hannover, Germania
2021

INDICE

INTRODUZIONE.....	1
SUL PROGETTO	2
IL SETTORE IT COME PUNTO DI SVOLTA	4
IL GRUPPO TARGET DI ADULTI CON DISABILITÀ.....	6
SPIEGAZIONE DI DEFINIZIONI BASILARI E DELLE DIFFERENZE TRA IMPRENDITORIALITÀ CLASSICA ED IMPRENDITORIALITÀ DIGITALE	9
Le Grandi imprese.....	10
Start-up.....	12
Imprenditorialità digitale.....	12
Modelli di business digitale	13
Il marketing nell’imprenditoria digitale.....	18
Differenze tra imprenditoria classica e digitale.....	18
DESCRIZIONE DEGLI ELEMENTI DELL’IMPRENDITORIA DIGITALE E DEGLI STAKEHOLDER	21
COMPETENZE NECESSARIE PER CONDURRE UN’IMPRENDITORIA DIGITALE	23
DigiComp 2.1 – Il Quadro di Competenze Digitali per i Cittadini	24
Come testare le proprie competenze digitali?	28
Acceleratore di competenze digitali	28
LA RUOTA DELLE COMPETENZE DIGITALI	28
COME INIZIARE UN BUSINESS – BUSINESS PLAN, MARKETING, DESIGN E FINANZE.....	30
Business plan	30
Diversi tipi di business plan	31
Il Business Model Canvas (BMC)	31
Piano di marketing.....	34
Piano finanziario	35
STRATEGIA DIGITALE.....	37
Dieci passi per costruire una strategia digitale efficace	37
OPPORTUNITÀ DI FINANZIAMENTO PER IMPRENDITORI DIGITALI	40
Otto metodi chiave di finanziamento.....	41
IMPORTANZA DELLE RETI (COLLABORATIVE) ONLINE	46
STRUMENTI DIGITALI PER LAVORARE E STRUMENTI CHE POSSONO ESSERE USATI DA PERSONE CON DISABILITÀ	51
BIBLIOGRAFIA.....	53
SITOGRAFIA	54



INTRODUZIONE

Questo manuale è stato creato per istruire chiunque voglia avviare una propria attività o per chiunque voglia esplorare il tema dell'imprenditoria digitale, con un focus sulle persone con disabilità. Il manuale fornisce una panoramica approfondita dell'imprenditoria digitale, delle competenze necessarie per il mondo del business digitale, delle opportunità di finanziamento ed alcuni consigli sulle reti collaborative online.

Il settore "IT" ("Information Technology") e la tecnologia in generale hanno semplificato la nostra vita, ma hanno anche reso il business più rapido.

Le persone con disabilità, che da diverso tempo tendono ad essere marginalizzate e discriminate nel mondo del lavoro e delle attività commerciali, finalmente hanno le tecnologie e l'equipaggiamento necessario per poter lavorare e guadagnare da casa, nel rispetto delle loro condizioni fisiche.

Che sia in maniera classica o digitale, fare business non è semplice e richiede un'attenta preparazione e conoscenza per non cadere in errori da "principianti".

Sfogliando queste pagine, si possono trovare spiegazioni, suggerimenti ed analisi utili per tutti i lettori che vogliono condurre un business digitale.

L'ultima parte del manuale offre un elenco di diversi strumenti che possono usare persone con disabilità. La lista non è definitiva e può essere implementata.

Gli autori di questa pubblicazione confidano che il manuale possa servire come ispirazione, motivazione e guida per ciascuno, ma specialmente per persone con disabilità che vogliono diventare imprenditori e seguire la loro passione nel creativo, innovativo e rapido mondo del business digitale.

Gli Autori

SUL PROGETTO

Titolo del progetto: “Educazione all’imprenditoria digitale per adulti con disabilità”

Negli ultimi tempi, stiamo assistendo ad alti tassi di disoccupazione, soprattutto tra le persone con disabilità, che hanno difficoltà anche a trovare il loro primo lavoro e a sperimentare esperienze rilevanti per le loro (future) carriere.

Ci sono molti adulti con minori opportunità, che non hanno un impiego ed uno stipendio regolare. Con l’attuale situazione della pandemia del COVID-19 in Europa ed il fatto che a causa del lockdown, dell’isolamento e di altre misure adottate dai cittadini, molti datori di lavoro hanno licenziato i loro dipendenti.

Quindi, nonostante l’aiuto economico dei governi, ci troviamo ora di fronte ad un tasso ancora più alto di disoccupazione rispetto al periodo precedente la pandemia.

Il lavoro autonomo e l’imprenditorialità si sono rivelati un’opzione preziosa per costruirsi una carriera. In ogni modo, con lo sviluppo del settore “IT”, le classiche imprese “offline” non raggiungono abbastanza clienti e profitti e, quindi, non sopravvivono a lungo.

Riteniamo che il lavoro autonomo nell’imprenditoria digitale possa ridurre la disoccupazione anche tra persone adulte con disabilità.

Le persone con disabilità devono spesso far fronte a barriere sociali e al fatto che la disabilità evochi percezioni negative e discriminazione in varie società. Come risultato dello stigma associato alla disabilità, le persone portatrici di handicap sono generalmente escluse dall’educazione, dagli impieghi e dalla vita comunitaria e tutto ciò li priva di opportunità essenziali per il loro sviluppo sociale, per il loro benessere e per la loro salute. L’educazione degli adulti è un’opzione molto apprezzata per adulti con disabilità, poiché è più facile iscriversi a quei programmi educativi, durano meno dell’istruzione formale e sono spesso al passo con le esigenze moderne delle società.

Con questo progetto stiamo rispondendo ai bisogni definiti dalle istituzioni, così come ai bisogni dei nostri educatori e beneficiari. Stiamo promuovendo l’imprenditoria digitale per adulti con disabilità e l’empowerment di qualità dei nostri educatori per riuscire ad organizzare un’educazione di qualità all’imprenditoria (digitale) per i nostri beneficiari.

Stiamo producendo risultati intellettuali tangibili che possano servire come materiale di gestione di conoscenza qualitativa, per educare attuali e futuri educatori per un empowerment di qualità e per il tutoraggio dei beneficiari verso l’imprenditoria digitale, nonché un corso online (e-learning) per una formazione dedicata ad adulti rispetto alla creazione e gestione di start-up di imprenditoria digitale.

Pertanto gli obiettivi del progetto sono:

- Potenziare l’occupazione degli adulti con disabilità verso start-up di imprenditoria digitale, attraverso lo sviluppo di un manuale ispiratore, innovativo e aggiornato e anche un corso online.
- Potenziare i nostri educatori e migliorare la gestione della conoscenza della nostra organizzazione, sia sul lato teorico sia su quello pratico, per sviluppare le competenze degli educatori nell’imprenditoria digitale per gli adulti con disabilità, attraverso LTTA, gli innovativi curriculum per la formazione degli educatori e gli utili “toolkit” con seminari per i beneficiari.
- Scambio di buone pratiche e l’ulteriore sviluppo di partenariati strategici di qualità tra i partner di 5 diversi Paesi europei con diverse realtà rispetto all’occupazione e all’imprenditoria digitale.



Le attività del progetto sono:

- A1 Gestione del progetto
- M1 Primo incontro d'apertura
- O1 "Handbook" "Esploriamo l'imprenditoria digitale per adulti con disabilità"
- M2 Secondo incontro
- O2 Curriculum "Sviluppo di empowerment in educatori adulti per incoraggiare start-up di imprenditoria digitale tra adulti con disabilità"
- O3 Toolkit "Tutoraggio e supporto di adulti con disabilità rispetto a start-up di imprenditoria digitale"
- M3 Terzo incontro
- O4 Corso in e-learning "Corso su start-up di imprenditoria digitale per adulti con disabilità"
- C1 LTTA Formazione per formatori
- E1, E2, E3, E4, E5 – Conferenze aperte in Svezia, Croazia, Serbia, Italia, Germania
- M4 Incontro di valutazione

Alla fine di questo progetto, i vari partner, tanto quanto le altre organizzazioni e gli stakeholders, avranno a disposizione più strumenti effettivi ed uno staff più competente per affrontare l'educazione all'imprenditoria digitale di adulti con disabilità.

I partner del progetto sono:

- Outreach Hannover e.V., Germania
- Wizard, obrt za savjetovanje, Croazia
- Association for improvement of modern living skills "Realization", Croazia
- Company for professional rehabilitation and employment of persons with disabilities ITECCION, Serbia
- Centre for Non-formal education and Lifelong learning (CNELL), Serbia
- Fondazione Don Giovanni Zanandrea Onlus, Italia
- Ung Kraft / Youth Power Svezia



IL SETTORE IT COME PUNTO DI SVOLTA

Per decenni, le persone con disabilità, generalmente chiamate solamente disabili, hanno mostrato difficoltà ad entrare nel mondo del lavoro o comunque a trovare qualche attività lavorativa conforme con la propria (dis)abilità. La maggior parte delle aziende era riluttante a modificare l'abituale flusso di lavoro e le impostazioni di lavoro per accogliere persone con una disabilità mentale o fisica. L'opzione di lavorare da casa quasi non esisteva fino agli anni 2000.

Con la crescita del settore IT¹ all'inizio del XXI secolo, l'ambiente lavorativo è cambiato significativamente. Il grande pubblico ha esplorato l'idea di orari di lavoro flessibili, del lavoro da casa o del lavoro a distanza. Ciò voleva dire che un lavoratore/impiegato sarebbe stato responsabile del raggiungimento di un compito o di un risultato atteso fino alla sua scadenza, senza dare importanza a dove fosse fisicamente situato o alle ore di lavoro impiegate. Con l'incremento nell'uso dei telefoni cellulari e delle applicazioni mobili, il settore IT si è espanso verso il settore digitale, portando così all'emergere di nuovi lavori. I nuovi strumenti digitali hanno consentito a persone con disabilità di lavorare e partecipare in maniera attiva al mercato del lavoro senza bisogno di sedersi presso una postazione per 8 ore di fila o di lottare con quegli strumenti di lavoro che normalmente le altre persone usano.

Con la pandemia del COVID-19, la maggior parte delle persone è passata al lavoro da casa ed agli orari flessibili, quindi gli adulti con disabilità hanno iniziato a sentirsi più a proprio agio, esplorando le opportunità del business. Ci sono numerosi benefici – “il maggior uso di strumenti digitali, come Zoom, Cisco, Webex e Microsoft Teams, che consentono la comunicazione oltre le barriere imposte dai blocchi del COVID-19 e che hanno reso il lavoro a casa accettabile – oltre a creare più facilmente spazi di comunicazione – per le persone con disabilità.

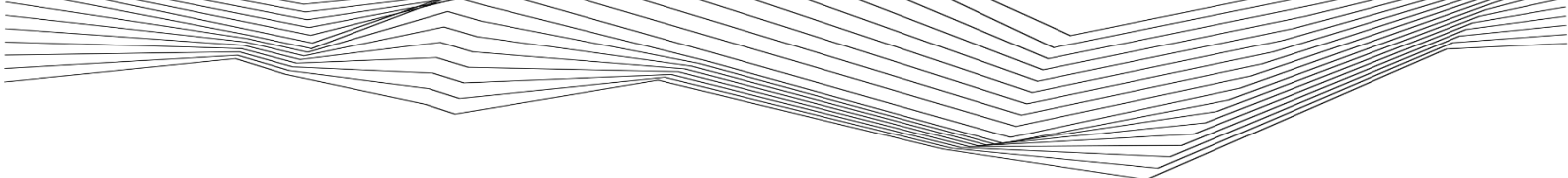
Coloro che usano la sedia a rotelle non devono faticare con trasporti verso e dal lavoro o non devono chiedere aiuto per spostarsi all'interno di un ufficio. Le persone con disabilità intellettiva hanno più controllo sul loro ambiente e sui potenziali indicatori di stress. Il software di sintesi vocale aiuta le persone non udenti o con difficoltà di udito a comprendere meglio i colleghi rispetto alle situazioni faccia-a-faccia in cui si trovano in ufficio. L'intelligenza artificiale può aiutare una persona non vedente ad identificare i volti²

Gli adulti con disabilità hanno riconosciuto questo momento come un'eccellente opportunità per pensare ad un impiego di lavoro autonomo o alla creazione di un'impresa, e qualcuno è addirittura diventato promotore sui social media. “Tik tok” si è dimostrato come la piattaforma ideale per persone con disabilità. Non solo esso fornisce uno spazio di dialogo sull'inclusione/esclusione e sulle difficoltà quotidiane delle persone con disabilità, ma si è dimostrato anche una fonte di reddito nel caso in cui i video caricati riescano a raggiungere un certo numero di visualizzazioni.

Esempi popolari sono quelli di una ragazza con sindrome di Tourette, un uomo con una disabilità fisica ed una ragazza non vedente che mostra ed esplica la sua routine quotidiana.

¹ Il settore IT include, tra vari, i servizi Internet e servizi software, consulenza informatica, software applicativi e sviluppo di software di sistema.

² <https://eu.boell.org/en/2020/08/11/people-disabilities-working-home-using-tech-relief-and-struggle>, ultimo accesso: 27.2.2021.



Grazie al settore digitale, o, per essere precisi, grazie alla sua tecnologia, le persone con disabilità possono offrire servizi da casa ad un'utenza globale, adattando la postazione di lavoro alle loro esigenze. Ciò significa che persone con disabilità possono lavorare come social media managers, copywriters, programmatori, visual designers, doppiatori, produttori di video e molto altro. Le possibilità sono vaste e dipendono dalle competenze del singolo individuo.

IL GRUPPO TARGET DI ADULTI CON DISABILITÀ

Secondo l'Organizzazione Mondiale della Salute (WHO), "circa il 15% della popolazione mondiale – sopra il miliardo di persone – vive una qualche forma di disabilità, tra i quali il 2-4% vive esperienze estremamente difficoltose a livello funzionale. Molte di queste persone richiedono tecnologie di assistenza, come dispositivi per ipovedenti, sedie a rotelle oppure apparecchi acustici. Ci si aspetta che questo numero raddoppierà a due miliardi entro il 2050."³

Quando si parla di disabilità, il primo ostacolo a cui gli esperti devono far fronte è quello legato alla scelta della terminologia più appropriata per definire una persona con disabilità. Negli ultimi anni, vari esperti hanno preferito usare l'espressione "situazione di handicap". Il privilegio di questa terminologia è la riflessione di una condizione più complessa dell'individuo; ciò coinvolge il contesto in cui una persona sta vivendo (aspetti materiali e relazionali), ma anche il suo contesto storico e culturale⁴. D. Mautuit⁵ (1995) elencò i tre elementi considerati nella "situazione di handicap": il primo riguarda l'individuo e l'identificazione del suo deficit; il secondo riguarda il contesto e l'individuazione dei possibili ostacoli; il terzo riguarda le necessarie relazioni di aiuto, che sono essenziali per ogni essere umano, in particolare per le persone con disabilità. A questo ultimo aspetto possiamo aggiungere anche la necessità di accettare la sfida di ridurre gli handicap unendo le forze.

Al giorno d'oggi è difficile avere le idee chiare sul nome da utilizzare. Tuttavia, le ragioni per non avere le idee chiare risultano interessanti, positive e legittime. Ogni nome può nascondere distanza o, viceversa, aumentare l'appartenenza comune e la prossimità⁶.

In accordo con la Convenzione dei Diritti per le Persone con Disabilità, "le persone con disabilità includono coloro che hanno un'invalidità a lungo termine sulla sfera fisica, mentale, intellettuale o sensoriale che, in interazione con varie barriere, possono ostacolare la loro piena ed effettiva partecipazione alla società su base paritaria" (articolo 1 della Convenzione⁷).

In generale, il termine disabilità si riferisce a qualche condizione o caratteristica collegata ad un particolare individuo e, perciò, è rappresentata. Le disabilità sono presenti quando le attività routinarie (ad esempio parlare, camminare, leggere) sono in qualche modo limitate o non possono essere svolte in modo abituale.⁸

³ WHO Global Disability Action Plan 2014 - 2021 <https://www.who.int/disabilities/actionplan/en/>, ultimo accesso: 20.03.2021

⁴ Taddia et al., Using NFE and sport methodology for inclusion of youngsters with disabilities, https://eng.youth-power.org/wp-content/uploads/2021/02/EN_O1.pdf

⁵ Matuit D. - L'intégration sociale et professionnelle des personnes en situation de handicap: des concepts à l'évaluation des actions; Revue Européenne du Handicap Mental, 1995

⁶ Taddia et al., Using NFE and sport methodology for inclusion of youngsters with disabilities, https://eng.youth-power.org/wp-content/uploads/2021/02/EN_O1.pdf

⁷ Convention of the Rights of Persons with Disability <https://www.globalhealthrights.org/wp-content/uploads/2013/10/Convention-on-the-Rights-of-Persons-with-Disabilities-CRPD.pdf>

⁸ Taddia et al., Using NFE and sport methodology for inclusion of youngsters with disabilities, https://eng.youth-power.org/wp-content/uploads/2021/02/EN_O1.pdf

Secondo la Classificazione Internazionale delle Menomazioni, Disabilità ed Handicap (ICIDH⁹), pubblicata dall'Organizzazione Mondiale della Salute, i seguenti termini sono definiti nei seguenti modi:

- Menomazione come “perdita o anomalia di una struttura, o di una funzione psicologica, fisiologica o anatomica”;
- Disabilità come “qualsiasi limitazione o perdita (risultante da una menomazione) della capacità di attuare un’attività in modo o maniera da essere considerato normale per un essere umano”;
- Handicap come la “condizione di svantaggio risultata da una menomazione o da una disabilità, che in determinati ambiti limita o impedisce l’adempimento del normale ruolo di quel soggetto, in relazione a età, sesso e fattori socio-culturali”.

In tutti i tipi di lavoro e start-up imprenditoriali, ci imatteremo in adulti con vari tipi di disabilità, da quelli non vedenti a quelli con difficoltà d’udito, a quelli con disturbo dello spettro autistico fino a quelli che hanno una qualche disabilità fisica. Di seguito si presenta una lista di **diversi tipi di disabilità ed una loro spiegazione**, basata sugli 'Australian National University's Staff services¹⁰:

- **Menomazione della vista**

Ciò si riferisce a soggetti che hanno una ridotta capacità di vedere, in modo tale da causare problemi al soggetto stesso che non sono risolvibili con mezzi usuali (es. con occhiali)

- **Non udenti o persone con difficoltà di udito**

Si riferisce ad una grave perdita dell’udito, a tal punto che c’è solo una piccola, o addirittura nulla, abilità di sentire;

- **Condizioni di malattia mentale**

“Malattia mentale” è un termine generico per definire un gruppo di malattie che colpiscono mente o cervello. Queste malattie, che includono i disturbi bipolari, depressione, schizofrenia, disturbi d’ansia e di personalità, incidono sui pensieri degli individui, sui loro sentimenti e sulle loro azioni. Incidono su come una persona pensa, prova emozioni e si comporta.

Una persona con una condizione di malattia mentale può sperimentare una difficoltà di concentrazione, che può, in realtà, essere dovuta ai medicinali. Con questi soggetti è importante cercare di evitare situazioni troppo stressanti, per quanto possibile, per far sì che la loro condizione non si aggravi.¹¹

- **Disabilità intellettiva**

Disabilità intellettiva è un termine usato per definire quegli individui che hanno alcune limitazioni sul proprio funzionamento cognitivo e su alcune abilità (comunicazione, socialità, cura di sé).

- **Lesione cerebrale acquisita**

La lesione cerebrale acquisita si riferisce ad un tipo di danno cerebrale che avviene dopo la nascita. La lesione può accadere a causa di infezioni, malattie, mancanza di ossigeno o traumi cerebrali.¹²

- **Disturbo dello spettro autistico**

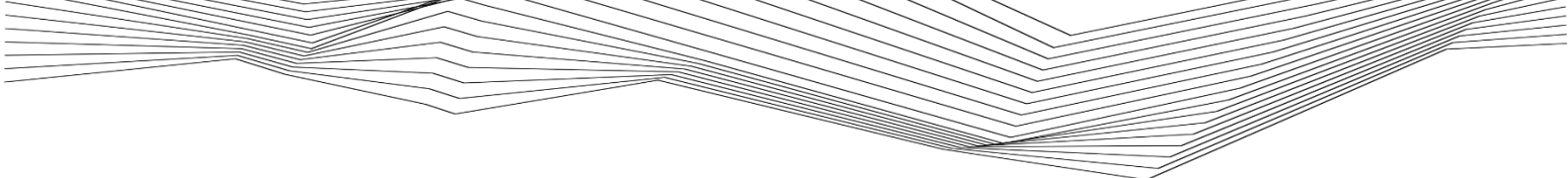
Il Disturbo dello spettro autistico (ASD) è un tipo di disabilità dello sviluppo che può causare importanti sfide a livello sociale, di comunicazione e di comportamento. Spesso non c’è nulla nell’aspetto delle persone con ASD che le possa contraddistinguere dalle altre, ma essi comunicano, interagiscono, si comportano ed imparano in maniera differente. Le capacità di apprendimento, pensiero e risoluzione

⁹ International Classification of Impairments, Disabilities and Handicaps, <https://apps.who.int/iris/handle/10665/41003>

¹⁰ Different types of disabilities - Staff Services – ANU, <https://services.anu.edu.au/human-resources/respect-inclusion/different-types-of-disabilities> ultimo accesso: 22.03.2021.

¹¹ Ibid.

¹² Ibid.



dei problemi delle persone con ASD possono variare da chi è estremamente dotato a chi ha una grave compromissione. Alcuni di essi hanno bisogno di molto aiuto quotidiano, altri meno.¹³

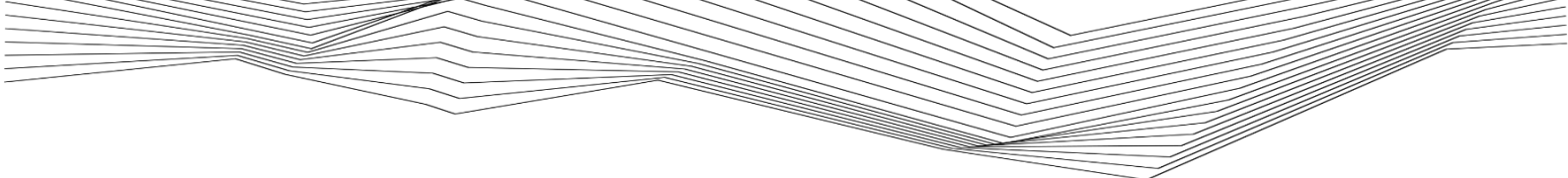
- **Disabilità fisica**

La caratteristica comune della disabilità fisica è la compromissione di un qualche funzionamento fisico della persona, generalmente rispetto alla sua mobilità, destrezza o resistenza. Le persone con disabilità fisica spesso riescono a comprendere quali sono le loro necessità e possono capire l’impatto della loro disabilità.

Ci sono vari tipi di disabilità ed un’ampia varietà di persone che le sperimentano. La disabilità può essere permanente o temporanea. Può accompagnare l’individuo dalla nascita oppure essere acquisita lungo il corso della vita. Le persone con la stessa disabilità hanno la stessa probabilità di altri di avere qualche diversa abilità.¹⁴

¹³ Centers for Disease Control and Prevention, <https://www.cdc.gov/ncbddd/autism/facts.html> ultimo accesso 22.03.2021.

¹⁴ Different types of disabilities - Staff Services – ANU, <https://services.anu.edu.au/human-resources/respect-inclusion/different-types-of-disabilities> ultimo accesso: 22.03.2021.



SPIEGAZIONE DI DEFINIZIONI BASILARI E DELLE DIFFERENZE TRA IMPRENDITORIALITÀ CLASSICA ED IMPRENDITORIALITÀ DIGITALE

Prima di addentrarci nell'argomento, è importante fornire una terminologia di base e mostrare le differenze delle varie definizioni utilizzate in questo manuale. Un'**impresa** è un business che fornisce vari beni o servizi. Il termine **imprenditore** indica una persona che avvia un'impresa, mentre l'**imprenditorialità** rappresenta il processo di creazione e di gestione di un'impresa. Le varie imprese, che siano grandi o piccole, costituiscono una parte essenziale dell'economia, perché hanno un impatto diretto su un'economia sostenibile. Come? Ogni business vende qualche bene o fornisce qualche servizio, crea nuovi posti di lavoro, paga le tasse, lavora nel campo dell'importazione e dell'esportazione... per questo aiuta a creare un'economia sostenibile.

L'**imprenditorialità** può essere definita in vari modi, ma tutte le definizioni mostrano qualcosa in comune – l'imprenditorialità fornisce soluzioni con una combinazione di risorse, sviluppate da un individuo o da un gruppo di persone per il loro profitto. Nel XIX e per lo più nel XX secolo, i termini "imprenditorialità" ed "imprenditore" erano riservati a persone di business ed al mondo delle imprese.¹⁵

Secondo l'OECD – il Programma di Eurostat sugli Indicatori dell'Imprenditoria (EIP) definisce l'imprenditoria come *"quel fenomeno associato all'attività imprenditoriale, che è l'intraprendente azione umana di perseguimento della creazione di valore, attraverso la creazione od espansione dell'attività economica, identificando e sfruttando nuovi prodotti, processi o mercati"*¹⁶ (OECD, 2017).

Secondo quanto riportato da Steve Blank (2010), esistono 4 diversi tipi di organizzazioni imprenditoriali¹⁷:

- La piccola attività
- Le start-up
- Le grandi Imprese
- Gli imprenditori sociali

L'Unione Europea attua una distinzione in categorie dell'imprenditorialità, basandosi sulla dimensione dell'impresa. Ci sono le **SMEs** o **MSMEs**, acronimi di **"Small and medium-sized enterprises"** (**Piccole e**

¹⁵ Dollinger, Marc J. Entrepreneurship: strategies and resources / Marc J. Dollinger. — 4th ed., <https://campus.globalnxt.edu.my/FileRepository/Community/3079/148440/doc/Textbook.pdf>,

¹⁶ OECD (2017), Entrepreneurship at a Glance 2017, OECD Publishing, Paris, https://dx.doi.org/10.1787/entrepreneur_aag-2017-en.

¹⁷ <https://steveblank.com/2010/06/10/you%E2%80%99re-not-a-real-entrepreneur/>

Medie imprese) e **“Micro, Small and Medium Enterprises” (Micro, Piccole e Medie imprese)**, poi ci sono le **“Large Enterprises” (ossia le grandi imprese)**. Le SMEs rappresentano le fondamenta dell’economia dell’Unione Europea. Danno un impiego a più di 100 milioni di persone; rappresentano il 99% del business totale in Europa.¹⁸

Ci sono tre principali criteri per definire le nostre dimensioni di attività:

- Il numero di impiegati
- Il fatturato
- Il bilancio totale

Per essere definite tali, le SME, devono mantenere due condizioni – un certo numero di impiegati e un certo fatturato o un certo bilancio totale. Nella seguente tabella, possiamo capire a quale tipo di business apparteniamo, in riferimento alla dimensione.¹⁹

Categoria della Compagnia	Impiegati	Fatturato	O	Bilancio totale
Media	< 250	≤ € 50 m		≤ € 43 m
Piccola	< 50	≤ € 10 m		≤ € 10 m
Micro	< 10	≤ € 2 m		≤ € 2 m

Tabella 1²⁰

Dalla tabella 1 si evince come l’elemento critico per definire in quale gruppo appartiene una certa dimensione di impresa, sia il numero di impiegati. Si può notare come le imprese di media dimensione abbiano meno di 250 impiegati ed un fatturato inferiore a 50 milioni di euro oppure un bilancio totale inferiore ai 43 milioni di euro. Il gruppo intermedio è, invece, riservato alle piccole imprese, le quali contano meno di 50 impiegati; il fatturato o il bilancio totale non vanno oltre ai 10 milioni di euro. Infine, le più piccole sono le Micro imprese, con meno di 10 impiegati, ed un fatturato o bilancio totale inferiore ai 2 milioni di euro.

Come detto prima, il numero delle imprese Micro, Piccole e Medie copre il 99% dell’imprenditoria europea.

Le Grandi imprese

Le grandi imprese sono compagnie con più di 250 impiegati.

Secondo quanto riportato dalla tabella Eurostat, qui in basso, in Europa un posto di lavoro su tre è coperto grazie ad una grande impresa. Questo tipo di Compagnie coprono meno dell’1% di tutte le imprese in Europa, ma non bisogna lasciare che questa percentuale ci distraiga dal loro impatto sull’economia.

¹⁸ Entrepreneurship and Small and medium-sized enterprises (SMEs), [https://ec.europa.eu/growth/smes_en#:~:text=Small%20and%20medium%2Dsized%20enterprises%20\(SMEs\)%20are%20the%20backbone,every%20sector%20of%20the%20economy.](https://ec.europa.eu/growth/smes_en#:~:text=Small%20and%20medium%2Dsized%20enterprises%20(SMEs)%20are%20the%20backbone,every%20sector%20of%20the%20economy.)

¹⁹ [What is an SME? - Small and medium-sized enterprises \(SME\) - Enterprise and Industry". ec.europa.eu.](#)

Archiviato dall’originale l’8 Febbraio, 2015.

²⁰ Ibid.

SIZE_EMP	Total	From 0 to 9 persons	From 10 to 19 persons	From 20 to 49 persons	From 50 to 249 persons	250 persons employed
European Union - 27 countries	125,293,500	37,519,121	11,464,387	13,710,219	21,227,455	41,372,323
European Union - 28 countries	145,229,381	41,412,183	13,107,313	15,814,528	24,265,417	50,629,946
Belgium	2,871,948	990,906	233,444	311,994	430,723	904,881
Bulgaria	1,997,640	599,212	194,118	274,924	423,046	506,340
Czechia	3,722,789	1,135,839	266,065	380,342	706,303	1,234,241
Denmark	1,749,593	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)
Germany (until 1990 former territories)	29,768,330	5,684,119	3,305,631	3,804,467	6,018,276	10,955,838
Estonia	432,815	138,956	46,090	59,668	96,689	91,412
Ireland	1,456,391	404,280	145,150	188,647	293,737	424,577
Greece	2,343,485 ^(p)	1,137,741 ^(p)	246,214 ^(p)	:(c)	:(c)	:(c)
Spain	12,104,938	4,569,295	1,116,023	1,374,281	1,632,668	3,412,672
France	15,722,250 ^(be)	4,010,604 ^(be)	1,072,775 ^(be)	1,300,079 ^(be)	2,007,219 ^(be)	7,331,573 ^(be)
Croatia	1,024,484	304,326	98,396	115,861	189,033	316,868
Italy	14,894,596 ^(b)	6,496,451 ^(b)	1,621,256 ^(b)	:(bc)	1,912,220 ^(b)	:(bc)
Cyprus	248,711	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)	42,891
Latvia	641,301	211,818	66,894	88,646	140,846	133,097
Lithuania	970,682	280,194	95,029	132,855	221,909	240,695
Luxembourg	275,173	48,456	28,820	38,392	68,608	90,897
Hungary	2,714,859	896,754	243,746	279,667	449,486	845,206
Malta	148,277	44,635	:(c)	20,407	:(c)	33,179
Netherlands	5,792,516	1,642,367	453,788	616,521	1,058,514	2,021,325
Austria	2,850,280	714,956	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)
Poland	9,233,948	3,481,387	424,868	709,641	1,623,217	2,994,835
Portugal	3,278,903	1,321,714	297,356	370,691	:(c)	:(c)
Romania	4,020,121	921,117	362,117	501,092	824,977	1,410,818
Slovenia	628,176	219,106	54,232	61,993	120,289	172,556
Slovakia	1,607,921	675,515	95,999	128,282	257,264	450,861
Finland	1,487,837	354,924	148,062	188,763	284,094	511,995
Sweden	3,305,536	792,516	318,644	414,795	624,050	1,155,531
Iceland	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)
Norway	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)
Switzerland	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)
United Kingdom	19,935,881	3,893,062	1,642,926	2,104,309	3,037,962	9,257,623

EUROSTAT – Statistiche annuali sulle imprese per classe di dimensione per aggregati speciali di attività (NACE Rev. 2)²¹

Contrassegni utilizzati: **B** – interruzione delle serie storiche; **c** riservato; **d** definizione diversa, vedere i meta-dati; **e** previsione stimata; **n** non rilevante; **p** provvisorio; **r** aggiornato; **s** stime Eurostat ; **:** non disponibile; **u** bassa realizzabilità; **z** non applicabile

La tabella delle **statistiche annuali per classe di dimensione** per speciali aggregati di attività mostra le statistiche dei lavoratori dipendenti in UE. Possiamo notare che oltre il 60% del totale di impiegati lavorano presso una SME. Osservando le grandi imprese, invece, i dati ci mostrano che un dipendente su tre lavora in questo gruppo.

Secondo quanto affermato dalla Commissione Europea, l'imprenditorialità agisce sulle opportunità e sulle idee ed aiuta a tramutarle in valore per gli altri, che sia esso finanziario, culturale o sociale. La politica della Commissione Europea "punta a supportare le compagnie, in particolare quelle piccole e medie, lungo tutto il loro ciclo di vita, promuovendo educazione all'imprenditorialità in tutti i livelli, oltre a raggiungere ed incoraggiare specifici gruppi con un potenziale imprenditoriale."²² (Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs)

Ci sono tre metodi di supporto previsti dalla Commissione Europea²³:

1. Supporto dei cittadini europei
EntreComp: [Struttura delle Competenze dell'Imprenditorialità Europea](#)
2. Supporto all'imprenditoria in generale
[Supporto alle start-ups](#)
[Trasferimento del business](#)

²¹ EUROSTAT – Statistiche annuali sulle imprese per classe di dimensione per aggregati speciali di attività; (NACE Rev. 2)

, <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do>

²² Supporto all'imprenditorialità, https://ec.europa.eu/growth/smes/supporting-entrepreneurship_en

²³ Ibid.

Fallimenti e seconde opportunità

3. Supporto a specifici gruppi

Donne imprenditrici

Educazione all'imprenditoria

Erasmus per Giovani imprenditori

Start-up

Una start-up è un tipo di business sviluppato da uno o da pochi imprenditori. Essi sviluppano un'unica idea e la portano nel mondo del mercato. Questa idea può essere un prodotto oppure un servizio. Naturalmente, le start-up si occupano di ricevere fondi iniziali dai fondatori o dai loro contatti. Molte persone si chiedono se le start-up siano la stessa cosa delle SME/MSME, ma la risposta è no. Entrambi i business vengono creati dall'imprenditore che individua un gap e mostra l'opportunità di offrire una soluzione, ma hanno una differenza sostanziale che consiste nella loro visione e nella loro strategia: le SME agiscono più a livello locale con una crescita più lenta ed utilizzano una forma collaudata nella loro attività, mentre le start-up provano di cogliere un'opportunità per "esplodere" nel mercato.²⁴

Imprenditorialità digitale

Poiché il mondo si sta velocemente dirigendo verso un'era digitale, la digitalizzazione ha cambiato anche il modo di fare imprenditorialità; oggi è emerso un nuovo termine – **imprenditorialità digitale**. Di conseguenza, esistono diverse definizioni per l'imprenditorialità digitale. La Commissione Europea suggerisce una prima definizione: "l'imprenditorialità digitale comprende tutte le nuove iniziative e la trasformazione delle imprese esistenti che guidano il valore economico e/o sociale, creando ed utilizzando nuove tecnologie digitali. Le imprese digitali si caratterizzano da un'alta intensità dell'uso di tecnologie digitali innovative (in particolare dei "social", dei "big data", degli smartphone e dei servizi "cloud") per incrementare le operazioni aziendali, inventare nuovi modelli di business, affinare la "business intelligence" ed impegnarsi coi clienti e coi vari stakeholders coinvolti. Esse creano i lavori e le opportunità crescenti del futuro."²⁵ (European Commission, 2015)

Un ecosistema digitale comprende tutte le piattaforme accessibili, tutte insieme connesse al web (www).

Definire una posizione imprenditoriale in questo ecosistema risulta essenziale per avviare un business online (detto "e-business") stabile e di successo. Il primo passo da fare è quello di restringere con successo l'analisi dell'ecosistema al Paese, regione o città in cui questo "e-business" sarà piazzato. È importante tenere a mente che ciò non si riferisce al posto da cui il business sarà gestito, ma il luogo in cui si troveranno i clienti.

L'imprenditoria digitale ci permette di non visitare mai il mercato geografico dove la persona conduce la sua attività. Pertanto, le piccole imprese gestiscono le loro operazioni in località che consentono un

²⁴ The difference between startups and SMEs, Kitty Harris, 2016, [https://brighterbox.com/blog/article/difference-between-startups-and-smes#:~:text=Startups%20and%20SMEs%20\(small%20and,on%20growth%2C%20profitability%20and%20survival.&text=In%20contrast%20to%20the%20startup,SME%20is%20far%20more%20structured.](https://brighterbox.com/blog/article/difference-between-startups-and-smes#:~:text=Startups%20and%20SMEs%20(small%20and,on%20growth%2C%20profitability%20and%20survival.&text=In%20contrast%20to%20the%20startup,SME%20is%20far%20more%20structured.)

²⁵ European Commission (2015), Digital Transformation of European Industry and Enterprises: A report of the Strategic Policy Forum on Digital Entrepreneurship, <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/9462/attachments/1/translations/en/renditions/native.>

basso costo ed una bassa tassazione. Qualche volta questo porta ad uno dei più grandi errori commessi da molte aziende – replicare od imitare tendenze o strategie globali sul mercato locale.

Per quanto tutte le piattaforme di social media, come Facebook, Instagram, Spotify, Pinterest, Twitter etc., hanno raggiunto ogni angolo del pianeta, il loro potenziale ROI²⁶ è diverso da nazione a nazione e molto spesso anche da città a città. Perciò, un’attività locale rispettabile dovrebbe attuare un’analisi riguardo ai propri clienti, alla cultura ed ai dati comportamentali.

Secondo il Piano d’Azione per l’Imprenditorialità 2020 della Commissione Europea, viene evidenziato il potenziale dell’uso intelligente delle TIC (Tecnologie dell’Informazione e della Comunicazione) come fattore abilitante per l’imprenditorialità, la crescita e l’occupazione.²⁷ Nel dialogo con le parti interessate e nell’analisi delle politiche, è stato deciso di sviluppare un quadro politico per descrivere un nuovo percorso e le aree prioritarie di intervento. Questa struttura viene sostenuta da 5 principali pilastri, ciascuno dei quali rappresenta ogni area prioritaria e la sua influenza sull’imprenditoria digitale.

ENABLING DIGITAL ENTREPRENEURSHIP				
Digital knowledge base and ICT market	Digital business environment	Access to finance	Digital skills and e-leadership	Entrepreneurial culture
<i>Enhancing digital innovation, commercialization and the ICT sector</i>	<i>Strengthening digital infrastructure, the regulatory framework and improving ease of doing business</i>	<i>Facilitating access to finance and enhancing digital investments</i>	<i>Fostering e-leadership skills through education and training</i>	<i>Creating a supportive entrepreneurial culture</i>
<ul style="list-style-type: none"> Public and/or private sector support the creation of new companies and foster the development of existing ones that embrace digital Knowledge diffusion to enhance digital innovation is encouraged. ICT sector acts as an engine for diffusion and commercialization of new services/ideas. 	<ul style="list-style-type: none"> A clear and supportive regulatory environment makes doing digital business simple, market entry is facilitated and there is an active and dynamic supply and demand of digital technologies Access to and trust in digital markets is heightened, as a result of an improved ICT infrastructure 	<ul style="list-style-type: none"> Enhanced access to finance is available, targeted at the creation, survival and growth of digital entrepreneurs Traditional forms of lending are complemented by innovative mechanisms targeted at enhancing digital investments Fiscal and tax frameworks are supportive and help to enable all business to embrace digital technologies 	<ul style="list-style-type: none"> A supportive education system exploits the new opportunities arising from ICT development, so individuals have the skills and the knowledge to improve business efficiency and develop new business models powered by digital Entrepreneurs and business leaders are more e-competent and able to enhance growth and internationalization 	<ul style="list-style-type: none"> The entrepreneurial culture is more supportive and embraces digital entrepreneurs. They are fully integrated in this context and their image and role in society are both improved and emphasized.

Forum politico strategico sull’imprenditorialità digitale²⁸

Modelli di business digitale

I partecipanti del business digitale interagiscono tra loro in modi differenti, che sono i seguenti sotto elencati²⁹;

- o B2B (relazione business-business);
- o B2C (relazione business-cliente);

²⁶ ROI – ritorno sull’investimento

²⁷ European Commission, 2013, *STRATEGIC POLICY FORUM ON DIGITAL ENTREPRENEURSHIP, Fuelling Digital Entrepreneurship in Europe, Background paper*, <https://docplayer.net/18546997-Strategic-policy-forum-on-digital-entrepreneurship-fuelling-digital-entrepreneurship-in-europe-background-paper.html>

²⁸ Ibid.

²⁹ Rojko K., (2020), ‘E-poslovanje’ [presentazione PowerPoint], https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2476/mod_resource/content/3/ePoslovanje_23.10.2020.pdf

Non dobbiamo preoccuparci se non abbiamo mai sentito parlare della maggior parte di queste aziende perché, in generale, come cittadini noi consumiamo per la maggior parte del tempo solo prodotti del modello B2C. Se dovessimo decidere di iniziare un'attività imprenditoriale nel modello B2B, la lista (qui sopra) ci diventerà presto familiare.

- **Relazione business-cliente (B2C)**

La sigla B2C³² indica una compagnia che lavora con un modello di business rivolto alla vendita diretta ai clienti, che sono i consumatori finali dei loro servizi e prodotti. La maggior parte di queste compagnie basa le proprie vendite sul commercio online (e-commerce) con i clienti come utenti finali dei loro servizi o prodotti.

La lista dei loro servizi è varia. Tramite Internet è disponibile di tutto, da servizi elettronici/mobile bancari e per l'acquisto di prodotti a servizi online di istruzione o per trovare un lavoro.³³

Come precedentemente citato, il modello B2B è più focalizzato su una cooperazione a lungo termine e non sulla prima impressione, mentre il modello B2C è l'opposto. Quest'ultimo dovrebbe essere presentato con una cooperazione a breve termine e, rispetto alla pagina web, dovrebbe essere presentato con un bel design e con facilità d'uso, con offerte speciali messe in evidenza e che possano interessare i clienti. Per il modello B2C è veramente importante, se vogliamo raggiungere il successo, coprire le proprie vendite con un ottimo servizio al cliente, che prevede brevi tempi di consegna ed un buon servizio post-vendita.

Tipi di attività che usano il modello B2C³⁴:

- "E-commerce shops" (prodotti) - [Amazon](#)
- "E-commerce shops" (servizi) - [Google](#)
- "Social networks" - [Facebook](#)
- "Content providers" - [CNN](#)
- Portali - [European Data Portal](#)
- Mediazione - [Booking](#)

- **C2C – Relazione cliente-cliente**

Il modello C2C³⁵ consiste in una comunicazione elettronica tra vari clienti. Qui abbiamo due diverse classificazioni: aste ed annunci economici. In questo modello si parla di scambi commerciali tra i vari clienti all'interno di piattaforme digitali (tra cui elenchiamo le più note: eBay, Etsy, Craigslist, Airbnb.). Qui sotto, presenteremo il modello di business di Airbnb.

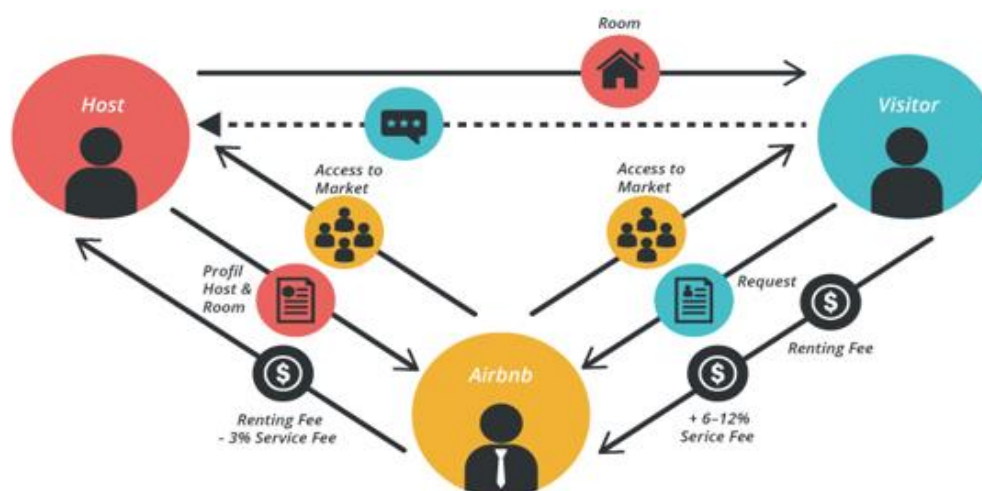
³² Kenton W., *Business-to-Consumer(B2C)*, 2020, <https://www.investopedia.com/terms/b/btoc.asp#:~:text=The%20term%20business%2Dto%2Dconsumer,refe%20to%20as%20B2C%20companies>.

³³ Rojko K., "ePoslovanje 2020/21" [PowerPoint presentation], 2020, https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2476/mod_resource/content/3/ePoslovanje_23.10.2020.pdf, p26

³⁴ Ibid., p27-42

³⁵ Tarver E., 'Customer to Customer (C2C)', 2020, <https://www.investopedia.com/terms/c/ctoc.asp>

Airbnb



Airbnb business model³⁶

○ **Relazione business-governo (B2G)**

Questo modello di business si occupa della vendita e del marketing di beni e servizi alle istituzioni pubbliche. Servizi di questo tipo rendono più facile per le aziende fare affari con la pubblica amministrazione e coi servizi pubblici. Il modello B2G è quello seguito dalle organizzazioni del settore pubblico e coopera con le istituzioni pubbliche oppure è fornitore del governo. Il marketing del settore pubblico fa parte di questo modello di business e deriva originariamente dal modello B2B. Infatti, questo marketing può lavorare a livello locale o nazionale e riguarda le relazioni pubbliche strategiche, il branding, le comunicazioni di marketing, la pubblicità e comunicazioni web-based.³⁷

Un grande esempio di modello B2G è quello dato dall'accordo tra lo Stato del Rwanda e l'Arsenal (una squadra di calcio inglese). Entrambi hanno concordato che l'Arsenal avrebbe promosso "Visit Rwanda"³⁸ sulle loro divise per 3 anni. Il contratto vale intorno ai 34 milioni di euro e, secondo quanto riportato dal "The African Report" (Monnet, 2018), il numero di visite a questo Paese, contando solo gli arrivi dall'Inghilterra, sono aumentate del 5%.

³⁶ SPM PDP, 'Emerging Business Model: C2', 2017, <https://smpdpdpu.wordpress.com/2017/11/26/emerging-business-model-c2c/>

³⁷ 'Business-to-government', 2015, Wikipedia, <https://en.wikipedia.org/wiki/Business-to-government>

³⁸ Monnet T., 'Rwandan tourism scores big after Arsenal deal, despite criticism', 2018, <https://www.theafricareport.com/16937/rwandan-tourism-scores-big-after-arsenal-deal-despite-criticism/>



Rwanda's sponsorship of FC Arsenal³⁹

○ Relazione cittadino-governo (C2G)

Il modello C2G copre un'area in cui i cittadini usano gli "e-services" (servizi online) delle pubbliche istituzioni. Principalmente consiste nell'insieme di applicazioni che consentono ai propri cittadini di fare domanda per nuovi documenti, vedere la contabilità delle tasse ed avere un accesso più semplice a tutti i dati delle pubbliche amministrazioni senza recarsi personalmente presso le istituzioni. C'è però anche un lato negativo: non coprono tutte le informazioni generali e le ricevute delle applicazioni, pertanto bisognerà, per alcune di queste, recarsi di persona e chiederle.⁴⁰

Come esempi abbiamo la Slovenia che utilizza un sistema online C2G, chiamato [eUprava](https://e-uprava.gov.si/en)⁴¹, oppure la Croazia che possiede l'[e-Gradjani](https://pretinac.gov.hr/KorisnickiPretinac/eGradani.html)⁴². Entrambi i sistemi sono stati sviluppati per semplificare ed accelerare la comunicazione tra cittadini ed il settore pubblico.

○ Relazione governo-governo (G2G)

Il modello G2G è utilizzato dentro le istituzioni e tra le istituzioni del settore pubblico. Consiste nelle applicazioni o nel software che abilita lo scambio di dati importanti tra le varie istituzioni. Illustriamo un esempio: una corte statale ha bisogno di alcune informazioni su un caso; a quel punto l'amministrazione può richiedere queste informazioni all'amministrazione della polizia che potrà fornire queste informazioni tramite un canale internet sicuro⁴³.

³⁹ Monnet T., 'Rwandan tourism scores big after Arsenal deal, despite criticism', 2018, <https://www.theafricareport.com/16937/rwandan-tourism-scores-big-after-arsenal-deal-despite-criticism/>

⁴⁰ Rojko K., "ePoslovanje 2020/21" [PowerPoint presentation], 2020, https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2476/mod_resource/content/3/ePoslovanje_23.10.2020.pdf, p40

⁴¹ eUprava Republika Slovenija, <https://e-uprava.gov.si/en>

⁴² eGradjani, <https://pretinac.gov.hr/KorisnickiPretinac/eGradani.html>

⁴³ Rojko K., "ePoslovanje 2020/21" [PowerPoint presentation], 2020, https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2476/mod_resource/content/3/ePoslovanje_23.10.2020.pdf, p41

Il marketing nell'imprenditoria digitale

Il marketing ha iniziato ad evolversi già dall'inizio del moderno ambiente di business, ma con limiti ai costi di produzione. Era accessibile quasi esclusivamente ai marchi più noti, con un buon potenziale di investimento.

Prima dell'era digitale, tutti i tipi di marketing erano incentrati su specifici marchi e si mostravano decisi ed aggressivi nei confronti dei clienti a livello di tattiche persuasive tramite messaggi frequenti, affermazioni chiare, slogan accattivanti e riconoscimento del marchio.

Il marketing digitale ha cambiato il mondo e ha capovolto la posizione di potere dei marchi rivolti ai consumatori.

Da quando è iniziata l'era degli smartphone, il consumatore è diventato parte essenziale per ogni industria. La posizione di potere dei grandi marchi è cambiata, aprendosi a nuove marche ed ai rivenditori online, mentre l'ecosistema si è evoluto in un processo simile a quello della teoria del "Big Bang". Ciò ha fatto sì che il marketing si dividesse tra marchi e strategie orientate al cliente, come possiamo vedere tra mercato e prodotti orientati alla filosofia del business.

Differenze tra imprenditoria classica e digitale

Prima di comparare i due tipi di imprenditoria, dobbiamo dire che l'imprenditoria digitale è una sottocategoria di imprenditoria. Stando alla definizione di questi due termini, possiamo affermare che con imprenditoria digitale ci riferiamo a compagnie o individui che si basano sulla tecnologia digitale; d'altra parte, l'imprenditoria classica è interconnessa alle strategie ed ai processi tradizionali del business.

"Alcuni vantaggi del business digitale includono lo sviluppo delle attività di commercio, estensione del business grazie a nuove iniziative, aumento della "business intelligence" e del raggiungimento di un grande numero di clienti in poco tempo. La crescita dell'imprenditoria digitale può anche permettere lo sviluppo di nuovi metodi e tecnologie."⁴⁴

Sono dunque ben visibili i benefici dell'imprenditoria digitale comparati a quella classica, specialmente se si parla, ad esempio, di produzione o creazione e deposito. In molti casi, costruire un prodotto digitale è più economico e facile da usare. Non c'è infatti bisogno di un posto fisico in cui immagazzinarlo o di una strumentazione fisica per produrre beni o servizi. Da questo punto di vista è maggiore il rapporto costo-efficienza. Comparandolo con la dimensione del mercato libero, si può dire che non ci sono limiti per il mercato digitale, considerando l'accesso internet. Abbiamo sentito varie volte che il potenziale raggiungimento ed i gruppi target sono tanto grandi quanto noi decidiamo di limitarli con varie aperture.

Al contrario l'imprenditoria classica è più limitata ai fornitori locali, fornendo loro i beni o servizi richiesti. Con l'imprenditoria digitale l'intero mondo è a pochi clic di distanza. Comparandola con il business classico ci vorrebbero secoli a raggiungere tutti quei potenziali clienti, risulterebbe come una missione impossibile. Gli imprenditori digitali possono velocemente iniziare il loro business a livello domestico senza problemi con potenzialità commerciali internazionali. Gli imprenditori digitali entrano in uno **spazio di mercato, in un'attività 24h su 24, 7 giorni su 7, 365 giorni all'anno o, come qualcuno preferisce dire, non-stop.**⁴⁵

⁴⁴ Siva Vineela G., DIGITAL ENTREPRENEURSHIP, 2016, <https://www.ijirmps.org/papers/2018/4/160.pdf>, pagina 2

⁴⁵ Siva Vineela G., DIGITAL ENTREPRENEURSHIP, 2016, <https://www.ijirmps.org/papers/2018/4/160.pdf>,

In conclusione, elenchiamo qualche area in cui l'imprenditoria digitale mostra vantaggi rispetto a quella classica⁴⁶:

- Più adattabilità alle innovazioni ed alle nuove tecnologie
- Più facilità di avvio
- Accessibilità globale
- Riduzione dei costi
- Miglioramento nelle operazioni di approvvigionamento
- Aumento del tempo e dell'area geografica di riferimento
- Prodotti e servizi su misura del cliente
- Nuovi modelli di business
- Meno tempo di produzione o di erogazione di servizi al mercato
- Fornitori specializzati
- Costi di comunicazione ridotti
- Attenzioni più efficienti
- Aumento delle relazioni col cliente
- Aggiornamento dei materiali dell'organizzazione

Oltre agli imprenditori digitali, anche gli utenti e la comunità apprezzano i **vantaggi dell'imprenditoria digitale e della digitalizzazione**:

Benefici per gli utenti⁴⁷:

- Più prodotti e servizi
- Prodotti e servizi su misura
- Prodotti e servizi più economici
- Consegna a casa su richiesta
- Disponibilità di dati ed informazioni
- Cooperazione online

Benefici per la comunità⁴⁸:

- Opportunità significative maggiori per poveri, disabili ed anziani
- Accessibilità ai servizi della Pubblica Amministrazione
- Business sostenibile per l'ambiente
- Più lavoro ed opportunità per ciascuno

Come lato negativo dell'era digitale, ci sono alcune **gravi carenze e minacce** che possono essere divise in due categorie⁴⁹ - quelle tecnologiche e quelle non tecnologiche.

Minacce tecnologiche⁵⁰:

- Mancanza di standard globali di qualità, sicurezza ed affidabilità
- Canali insufficienti per il volume di produzione
- Complessità nel far convivere le soluzioni elettroniche di internet con quelle esistenti
- Uso costoso e necessità di avere un collegamento internet

⁴⁶ Rojko K., (2020), 'E-poslovanje' [PowerPoint presentation], https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2472/mod_resource/content/3/ePoslovanje_16.10.2020.pdf

⁴⁷ Ibid.

⁴⁸ Ibid

⁴⁹ Ibid.

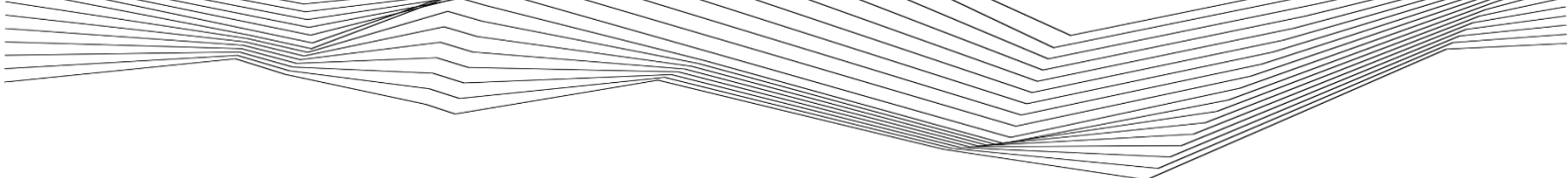
⁵⁰ Ibid



Minacce non tecnologiche⁵¹:

- Pochi dati sicuri, minacce di privacy e possibili truffe
- Restrizioni legali irrisolte (tasse)
- Restrizioni nazionali ed internazionali sull'e-commerce
- Difficoltà a misurare i benefici
- La visualizzazione ed il tatto sono ancora essenziali al momento dell'acquisto
- Sfiducia nel commercio elettronico senza carta

⁵¹ Rojko K., (2020), 'E-poslovanje' [PowerPoint presentation], https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2472/mod_resource/content/3/ePoslovanje_16.10.2020.pdf



DESCRIZIONE DEGLI ELEMENTI DELL'IMPRENDITORIA DIGITALE E DEGLI STAKEHOLDER

L'imprenditoria digitale presenta una simbiosi tra la conoscenza dell'imprenditoria tradizionale e dell'informazione tecnologica. Per diventare un imprenditore digitale, oltre al rischio che si è disposti a correre, bisogna avere formazione o esperienza in entrambi i campi – imprenditoria ed IT.

L'indagine globale di McKinsey (2012) ci mostra quanto sia potente Internet ed il suo impatto sulla creazione di nuove opportunità lavorative. Ogni singolo lavoro “distrutto” da Internet, alla fine, ha prodotto 2,6 nuovi lavori.⁵²

Gli stakeholder sono i partecipanti del progetto; sono sia individui sia organizzazioni che partecipano al progetto in maniera pro-attiva, sia individui che hanno un qualsiasi interesse per gli impatti del progetto. In breve, gli stakeholder sono tutti coloro che influenzano e che vengono influenzati in qualche modo dal progetto.

Dobbiamo essere molto cauti quando scegliamo i nostri stakeholder, perché essi influiscono sul nostro progetto e non dobbiamo sbagliare, scegliendo quelli scorretti.

Prendiamo un esempio e proviamo a capire perché è così.

Esempio: Intendiamo costruire una casa. Inizialmente bisogna creare un piano progettuale, comprare la terra, compilare le varie carte, avere permessi per attuare il progetto. Una volta individuato un terreno adatto in un quartiere tranquillo valutiamo di procedere all'acquisto. Compiliamo tutti i documenti necessari; assumiamo un architetto per creare il piano progettuale e il piano di costruzione della futura casa. A questo punto, non dovrebbe esserci alcun problema, ogni cosa è stata organizzata. L'architetto ha fatto il piano progettuale, siamo pronti ad avviare i procedimenti per richiedere la costruzione della casa. Ma nel frattempo, alcuni vicini hanno presentato un reclamo al consiglio cittadino sul nostro progetto ed hanno deciso di non darci il permesso di costruzione, lottando contro il nostro progetto perché danneggerebbe i loro interessi. Qui si nota il piccolo errore: non avere chiesto ai vicini se fossero d'accordo col nostro progetto. Il consiglio cittadino ci ha informati che il nostro progetto non sarà approvato finché tutti i vicini non avranno dato il loro consenso e che sarà subito fermato fino alla risoluzione di questi conflitti di vicinato.

⁵² [McKinsey Global Institute](https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/Essays%20in%20digital%20transformation/MGI_Internet_matters_essays_in_digital_transformation.pdf) - Internet matters: Essays in digital transformation, March 1, 2012, | Report https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/Essays%20in%20digital%20transformation/MGI_Internet_matters_essays_in_digital_transformation.pdf

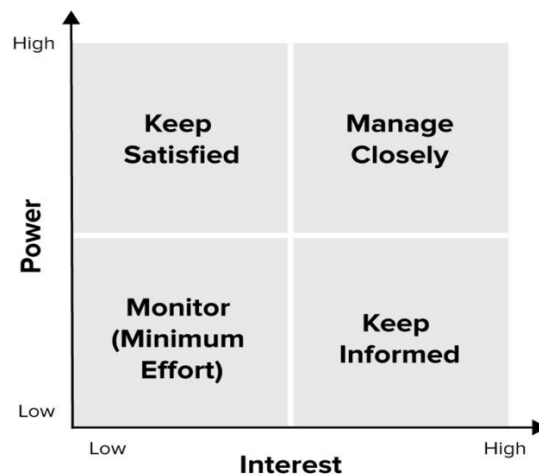


Figura 1⁵³

Questa griglia può aiutarci a capire come interagire e quali azioni intraprendere coi nostri stakeholder⁵⁴:

- **Gestione Ravvicinata (Manage Closely):** Diamo il meglio di noi, manteniamo la soddisfazione, coinvolgiamoli quotidianamente
- **Essere Soddisfatti (Keep Satisfied):** Coinvolgiamoli e continuiamo a dare loro abbastanza per mantenerli soddisfatti
- **Mantenere informati (Keep Informed):** Informiamoli a sufficienza ed assicuriamoci che non succedano problemi significativi.
- **Monitoraggio – Sforzo Minimo (Monitor - Minimum effort):** Mantienili informati, ma non in modo noioso con un eccesso di informazioni.

Esempio: Il nostro capo si sta impegnando molto sul nostro progetto ed ha molta influenza su di esso, mentre il nostro partner ha qualche interesse ma, in fin dei conti, lui/lei non ha un vero impatto sul progetto.

Il nostro principale obiettivo dovrebbe essere quello di avere da un lato degli stakeholder utili e dall'altro abbiamo bisogno di guadagnarci il loro supporto. Se il nostro interesse principale è quello di ottenere il supporto degli stakeholder, specialmente se qualcuno di essi influenza in maniera negativa il nostro progetto, e riteniamo che questo stakeholder sia per noi essenziale, dobbiamo usare la giusta strategia per fargli cambiare idea.

La strategia dipende dai bisogni del tuo progetto; potrebbe essere solo informativa oppure molto dettagliata e documentata. Una strategia informativa può essere usata se trattiamo piccoli progetti, mentre la seconda per progetti più grandi.

⁵³ Mendelow, A.L. (1981). ['Environmental Scanning - The Impact of the Stakeholder Concept,'](#) ICIS 1981 Proceedings, 20.

⁵⁴ Mendelow, A.L. (1981). ['Environmental Scanning - The Impact of the Stakeholder Concept,'](#) ICIS 1981 Proceedings, 20.

COMPETENZE NECESSARIE PER CONDURRE UN'IMPRENDITORIA DIGITALE

Un imprenditore digitale è una persona che offre i propri prodotti o servizi attraverso Internet e questi suoi prodotti/servizi si sviluppano, si vendono e si consegnano esclusivamente tramite Internet. Questa persona è focalizzata sul commercio digitale. Diventare un imprenditore digitale significa spendere molto tempo in studio, essere preparati ad apprendere nuove cose e a far fronte ai cambiamenti. Diventare un imprenditore digitale con l'idea dei "soldi facili" non garantisce alcun successo.

In prima istanza, prima di introdurre le competenze imprenditoriali, dobbiamo definire di quali **competenze si necessitano per entrare nel mondo digitale.**

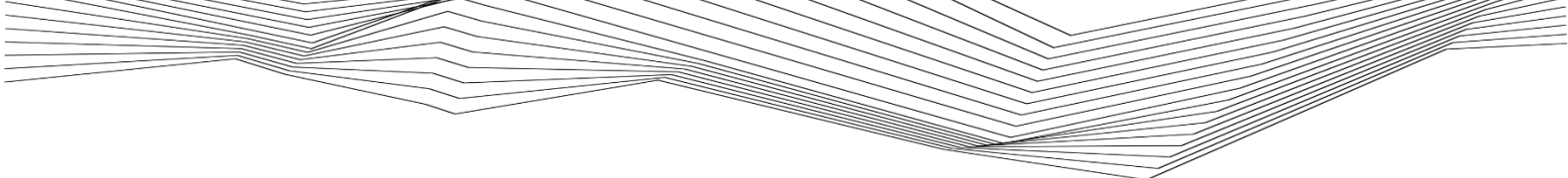
- In cima alla lista abbiamo la **curiosità**. "La curiosità è fortemente connessa a tutti gli aspetti dello sviluppo umano, dai quali derivano i processi di apprendimento ed il desiderio di acquisire conoscenza ed abilità."⁵⁵ (Zuss, 2012)
Definire la curiosità come l'abilità di alzarsi e fare una domanda non mostra altro che la volontà di ottenere delle nuove informazioni. In questa era digitale, Internet ci permette di essere curiosi tutte le volte che vogliamo e ci permette di cambiare la nostra prospettiva. Cercare e fare domande non è mai stato così accessibile. Al momento sono disponibili molte diverse informazioni; come qualcuno preferisce dire...sono a un click di distanza!
- Oltre alla curiosità, una buona base per diventare imprenditore è la **volontà di studiare**; per specializzarsi in una determinata area. Imparare è un processo che dura tutta la vita, nuove opportunità arrivano rapidamente e bisogna essere al passo con le tendenze più recenti. Nello sviluppo di nuove competenze digitali, si investe nel proprio futuro, a conferma di ciò il periodo di pandemia che stiamo trascorrendo.

Secondo quanto riferito dall'UNESCO (2018),⁵⁶ riscontriamo una carenza di competenze digitali nei Paesi in via di sviluppo rispetto ai Paesi sviluppati. Nel 2018, il 95% della popolazione vive in aree con reti mobili 2G. Il problema che essi fronteggiano è l'accesso limitato ad Internet o la scarsissima connessione. Queste tipologie di problemi rendono la situazione peggiore per l'economia di quei Paesi perché non consente di stare al passo con le tendenze digitali, inoltre la popolazione ha un livello basso od addirittura nullo di competenze digitali.

"Le competenze digitali "entry-level", ossia le competenze necessarie per fare un uso basilare dei dispositivi digitali e delle applicazioni online, sono largamente considerate come una componente critica di una nuova serie di competenze di alfabetizzazione nell'era digitale, insieme alla tradizionale capacità di leggere, scrivere ed alle abilità numeriche.

⁵⁵ Zuss, M. (2012) *The Practice of Theoretical Curiosity*. New York, N.Y.: Springer Publishing, p 2

⁵⁶ Digital skills critical for jobs and social inclusion, 2018, <https://en.unesco.org/news/digital-skills-critical-jobs-and-social-inclusion>



Nella vasta gamma di abilità digitali, ci sono le abilità di livello superiore che consentono agli utenti di utilizzare le tecnologie digitali in modi che potenziano e trasformano, come nei lavori che usano le TIC. Le principali trasformazioni digitali come l'Intelligenza Digitale (AI), l'apprendimento automatico ed i "Big Data" modificano i requisiti delle competenze. A loro volta, queste trasformazioni incidono sul rafforzamento delle capacità e sullo sviluppo delle competenze per l'economia digitale del XXI secolo. Per prosperare nell'associazione tra economia e società, le abilità digitali devono, anche, funzionare insieme ad altre abilità, come ad esempio la forte alfabetizzazione e le abilità numeriche, il pensiero critico ed innovativo, le buone capacità di problem solving, l'abilità di collaborazione e le abilità socio-emotive."⁵⁷ (UNESCO, 2018)

Competenza rappresenta una combinazione di conoscenza, capacità ed abilità. E' anche nota come modello KSA⁵⁸. Dove KSA sta per Knowledge (conoscenza), Skills (capacità), Abilities (abilità).

Conoscenza è basata sulla comprensione della teoria e significa che siamo in grado di capire il processo teorico, ma non saremo in grado di completarlo a livello pratico. Diciamo che stiamo iniziando con un corso sul marketing digitale. In maniera teorica conosciamo i termini basilari, il processo di creazione di una campagna e come si apre una campagna.

Capacità può essere definita come un secondo passo in questo modello, presente da quando ci viene offerta l'opportunità di presentare in maniera pratica le conoscenze precedentemente acquisite. Abbiamo fatto un corso di marketing digitale con un tutor ed abbiamo passato alcuni esami teorici, ora abbiamo l'opportunità di creare la nostra prima campagna e pubblicarla su Facebook.

Abilità rappresentano un terzo ed ultimo passo in questo modello. Se guardiamo un attimo le capacità, in un primo momento non abbiamo differenze significative tra i due termini, ma in realtà c'è una differenza. Abbiamo ottenuto la conoscenza necessaria su come creare la campagna oltre a nuove capacità creando e postando questa campagna online. L'abilità, in questo caso, è più concentrata sul nostro "talento naturale" per vedere come la nostra campagna sta funzionando ed analizzare i risultati. Essere capaci di ottimizzare la nostra campagna e migliorare i nostri risultati è qualcosa chiamato **abilità**.

I primi due elementi del metodo KSA potrebbero e devono essere allenati per migliorare ed aggiornare le nostre competenze.

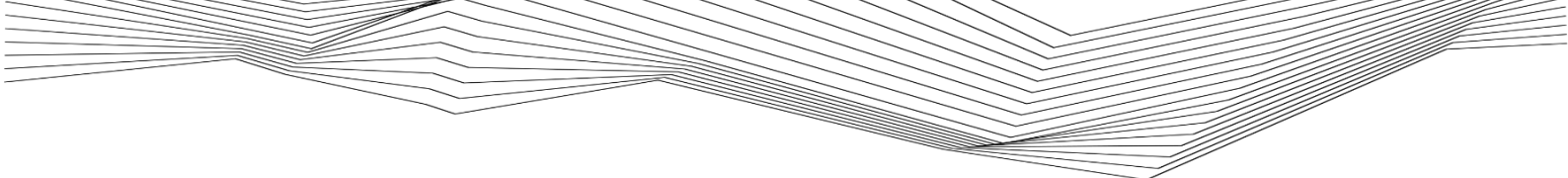
Le abilità possono essere allenate in modi diversi. Dato che l'abilità è presentata come un "fenomeno" naturale, possiamo definirla come una sfida formativa e la possiamo allenare tramite l'osservazione, ricevendo dei feedback e migliorando.

DigiComp 2.1 – Il Quadro di Competenze Digitali per i Cittadini

Il Quadro Europeo di Competenze Digitali per i Cittadini, anche noto come "DigComp", offre uno strumento per migliorare le competenze digitali dei cittadini. "DigComp" è stato sviluppato dalla JRC come un progetto scientifico e con un'intensa consultazione degli stakeholder, inizialmente per conto della DG EAC e, più recentemente, per conto della DG EMPL. "DigComp" è stato pubblicato per la

⁵⁷ Ibid.

⁵⁸ Reh, KSA: Using the Knowledge, Skills and Abilities Model, 2019, <https://www.thebalancecareers.com/understanding-knowledge-skills-and-abilities-ksa-2275329>



prima volta nel 2013 ed è divenuto un riferimento per lo sviluppo e per la pianificazione strategica di iniziative di competenze digitali a livello europeo e di Stati Membri.⁵⁹

Secondo quanto riferito dal Joint Research Centre in **DigiComp 2.1 – Il Quadro di Competenze Digitali per i Cittadini**⁶⁰, ci sono 5 aree di competenza digitale:

Area di competenza 1: Informazioni ed alfabetizzazione dei dati

- 1.1 Navigazione, ricerca, filtrazione dei dati, informazioni e contenuti digitali
- 1.2 Valutazione dei dati, informazioni e contenuti digitali
- 1.3 Gestione dei dati, informazioni e contenuti digitali

Area di competenza 2: Comunicazione e collaborazione

- 2.1 Interazione con le tecnologie digitali
- 2.2 Condivisione attraverso le tecnologie digitali
- 2.3 Coinvolgimento civico attraverso le tecnologie digitali
- 2.4 Collaborazione attraverso le tecnologie digitali
- 2.5 Galateo informatico
- 2.6 Gestione dell'identità digitale

Area di competenza 3: Creazione di contenuti digitali

- 3.1 Sviluppo di contenuti digitali
- 3.2 Integrazione e rielaborazione di contenuti digitali
- 3.3 Copyright e licenze
- 3.4 Programmazione

Area di competenza 4: Sicurezza

- 4.1 Protezione del dispositivo
- 4.2 Protezione dei dati personali e privacy
- 4.3 Protezione della salute e del benessere
- 4.4 Protezione dell'ambiente

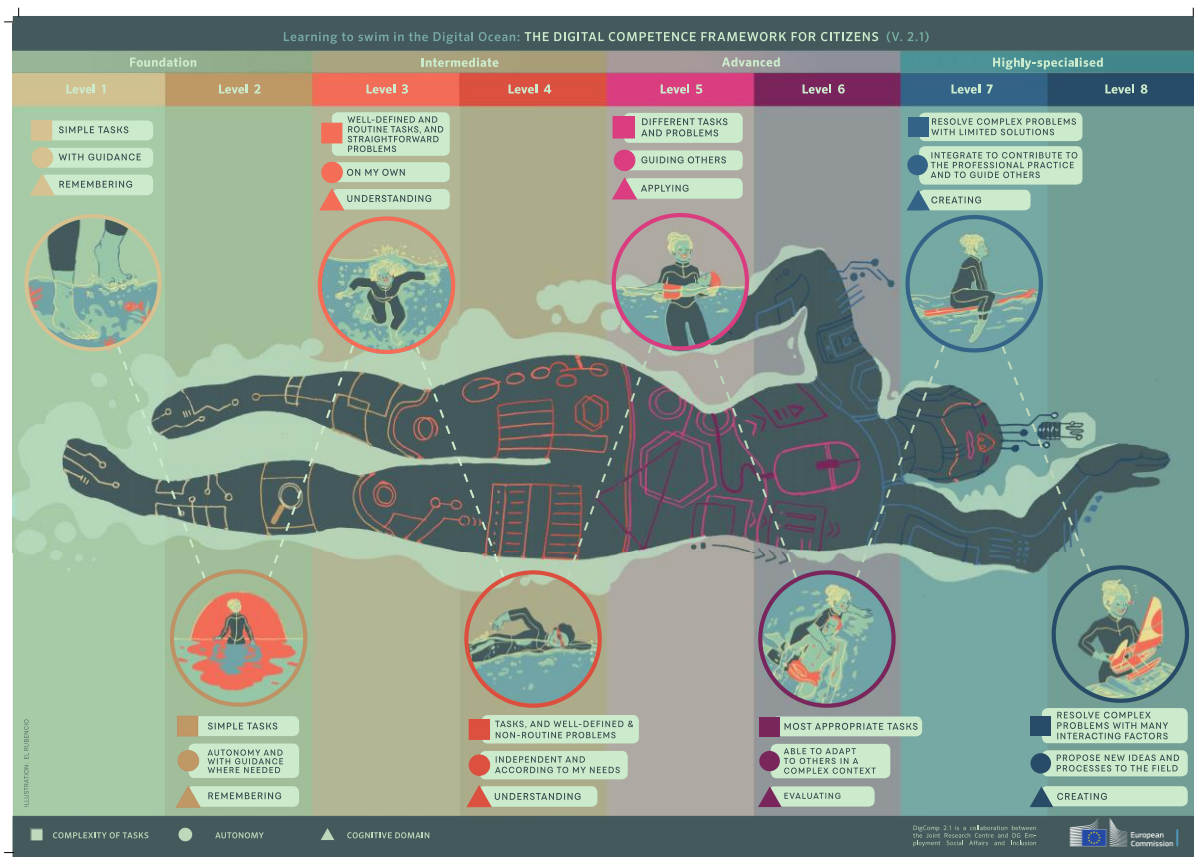
Area di competenza 5: Problem-solving

- 5.1 Risoluzione di problemi tecnici
- 5.2 Identificazione dei bisogni e risposte tecnologiche
- 5.3 Uso di tecnologie digitali in modo innovativo
- 5.4 Identificazione di gap nelle competenze digitali (Carretero & Vuorikari, 2017)

⁵⁹ Carretero, S.; Vuorikari, R. and Punie, Y. (2017). DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens with eight proficiency levels and examples of use, EUR 28558 EN, doi:10.2760/38842, <http://www.skaitmeninekoalicija.lt/wp-content/uploads/2018/03/web-digcomp2.1.pdf>, p6

⁶⁰ Carretero, S.; Vuorikari, R. and Punie, Y. (2017). DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens with eight proficiency levels and examples of use, EUR 28558 EN, doi:10.2760/38842, <http://www.skaitmeninekoalicija.lt/wp-content/uploads/2018/03/web-digcomp2.1.pdf>, p10

In questo quadro, tutte le informazioni necessarie sono presentate su come ottenere competenze ed esigenze del digitale. Dietro queste 5 aree di competenza ci sono ulteriori 8 livelli di competenza e degli esempi su come usarli in questo riquadro.



Imparare a nuotare nell'oceano digitale⁶¹

Nel nostro esempio, la competenza digitale è divisa in 4 livelli. Questi livelli sono stati creati in DigiComp 1.0⁶² ed aggiornati più avanti nel DigiComp 2.1⁶³:

1. Base (Livello 1 e Livello 2)
2. Intermedio (Livello 3 e Livello 4)
3. Avanzato (Livello 5 e Livello 6)
4. Altamente specializzato (Livello 7 e Livello 8)

⁶¹ Carretero, S.; Vuorikari, R. and Punie, Y. (2017). DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens with eight proficiency levels and examples of use, EUR 28558 EN, doi:10.2760/38842, <http://www.skaitmeninekoalicia.lt/wp-content/uploads/2018/03/web-digcomp2.1.pdf>, p14-15

⁶² Ferrari A.; Punie Y.; Brecko B., DIGCOMP: A Framework for Developing and Understanding Digital Competence in Europe, 2013, <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/digcomp-framework-developing-and-understanding-digital-competence-europe>

⁶³ Carretero, S.; Vuorikari, R. and Punie, Y. (2017). DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens with eight proficiency levels and examples of use, EUR 28558 EN, doi:10.2760/38842, <http://www.skaitmeninekoalicia.lt/wp-content/uploads/2018/03/web-digcomp2.1.pdf>

Table 1: Main keywords that feature the proficiency levels

Levels in DigComp 1.0	Levels in DigComp 2.1	Complexity of tasks	Autonomy	Cognitive domain
Foundation	1	Simple tasks	With guidance	Remembering
	2	Simple tasks	Autonomy and with guidance where needed	Remembering
Intermediate	3	Well-defined and routine tasks, and straightforward problems	On my own	Understanding
	4	Tasks, and well-defined and non-routine problems	Independent and according to my needs	Understanding
Advanced	5	Different tasks and problems	Guiding others	Applying
	6	Most appropriate tasks	Able to adapt to others in a complex context	Evaluating
Highly specialised	7	Resolve complex problems with limited solutions	Integrate to contribute to the professional practice and to guide others	Creating
	8	Resolve complex problems with many interacting factors	Propose new ideas and processes to the field	Creating

Usando questa tabella, una persona può valutare le proprie capacità digitali secondo 5 aree di competenza, definite dal DigiComp 2.1, precedentemente citato. Di seguito troviamo le spiegazioni ed i questionari di valutazione che ci aiuteranno ad auto-valutarci e capire quale livello di competenze digitali possediamo.

Come testare le proprie competenze digitali?

Di seguito presentiamo due strumenti online che possono essere usati per testare le proprie competenze digitali.

Acceleratore di competenze digitali

L'Acceleratore di Competenze Digitali⁶⁴ è un progetto co-finanziato dalla Commissione Europea, con l'obiettivo di rafforzare l'analisi delle competenze digitali. Creando un quiz di autovalutazione basato sulle aree di competenza del DigiComp 2.1, hanno voluto puntare ad elencare le competenze digitali che possono essere definite come prioritarie, per facilitare gli studenti a stabilire in quali direzioni andare e quali abilità devono migliorare.

LA RUOTA DELLE COMPETENZE DIGITALI

La ruota delle competenze digitali è stata sviluppata dal risultato del maggior progetto di ricerca Ue, DigiCom.

Rispondendo a 60 domande riferite a 16 diverse competenze digitali, è possibile valutare e analizzare quali sono le competenze che dobbiamo migliorare ed in quali stiamo facendo dei buoni progressi.

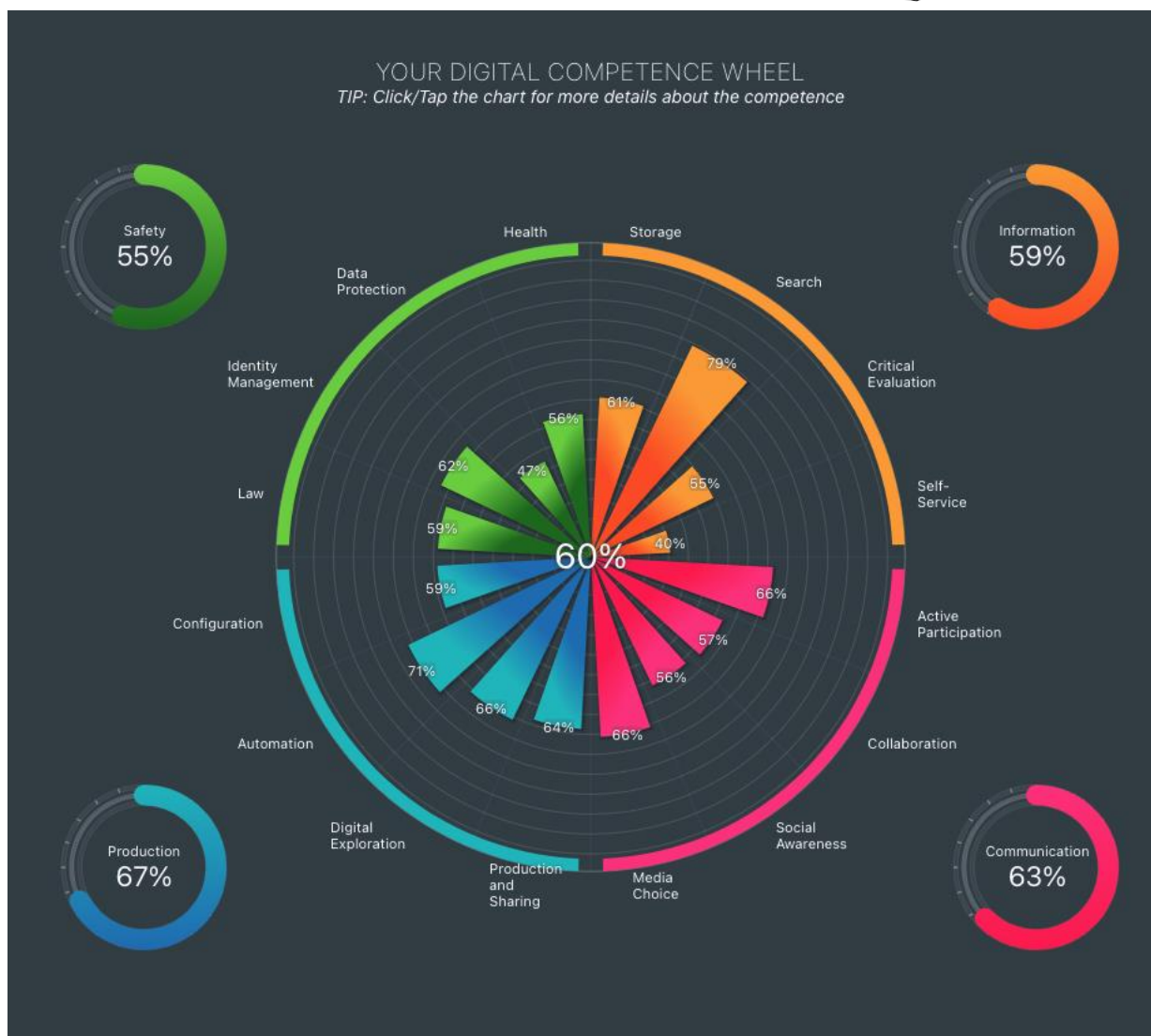
Le 16 aree di competenze digitali sono state raggruppate in 4 diverse aree di competenza:

- Sicurezza
- Informazione
- Produzione
- Comunicazione

Ogni area di competenza è composta da 4 diverse competenze:

- **Sicurezza:**
 - Salute,
 - Gestione dell'Identità,
 - Protezione dei dati,
 - Legge.
- **Informazione:**
 - Deposito,
 - Ricerca,
 - Valutazione Critica,
 - Fai-da-te.
- **Produzione:**
 - Partecipazione Attiva,
 - Collaborazione,
 - Consapevolezza sociale,
 - Scelta dei Media.
- **Comunicazione:**
 - Produzione e Condivisione,
 - Esplorazione Digitale,
 - Automazione,
 - Configurazione.

⁶⁴ <https://www.digitalskillsaccelerator.eu/about/>



Esempio di Ruota delle competenze digitali 1⁶⁵

⁶⁵ Digital Competence Wheel, <https://digital-competence.eu/dc/result/?uri=f8eee1cb4bdd09addeea06877a5a3632>



COME INIZIARE UN BUSINESS – BUSINESS PLAN, MARKETING, DESIGN E FINANZE

Business plan

Sia che si intenda iniziare un nuovo business sia che si abbia bisogno di un finanziamento aggiuntivo di un'attività già esistente da parte di un investitore, il primo passo fondamentale per presentare la nostra idea è quello di avere un buon piano aziendale (**business plan**).

Dobbiamo mostrare una strategia significativa ed obiettivi chiari per aspettarci un qualche investimento.

Se stiamo provando ad incrementare il nostro credito tramite una banca, incentivi statali o altre istituzioni finanziarie ufficiali, dobbiamo obbligatoriamente avere un business plan.

Il business plan rappresenta la guida della nostra attività, la quale ci aiuterà a realizzare gli obiettivi prefissati. Anche se il business plan potrebbe non essere richiesto in qualunque momento, è meglio dedicare del tempo a scriverlo per farci accompagnare lungo tutta la nostra attività.⁶⁶

Per iniziare bisogna porsi qualche domanda:

1. Cosa voglio dal mio business?
2. Sto lavorando al mio business per il profitto o perché sono appassionato da questa idea?
3. Che tipo di concorrenti ho?
4. Sto pianificando di lavorare a livello locale, globale oppure ad entrambi i livelli?
5. Ho le abilità e la conoscenza necessaria per sviluppare questa idea?
6. Ho abbastanza risorse?

Secondo Blackwell,⁶⁷ "dovremmo sapere che, quando ci avviciniamo ad una potenziale raccolta fondi, il nostro business plan è solo uno dei tanti, non importa che si tratti di banche, individui o qualche altra metodo di finanziamento". Come riferito da Blackwell, questi pochi elementi devono essere soddisfatti⁶⁸:

- essere chiari;
- essere concisi;
- essere logici;

⁶⁶ *Business Plans 101*, <https://us.accion.org/resource/business-plans-101/>

⁶⁷ Blackwell, Edward (2011): *How to Prepare a Business Plan*, 5th edition, Kogan Page, London, [https://www.academia.edu/5871262/How to Prepare a Business Plan by Edward Blackwell](https://www.academia.edu/5871262/How_to_Prepare_a_Business_Plan_by_Edward_Blackwell), pagina 4

⁶⁸ Ibid.

- essere attendibili;
- sostenere le parole con immagini, ove possibile.

Diversi tipi di business plan

- **Mini piano (mini-plan)**

Un mini-plan è un business plan breve, generalmente contenente dalle 2 alle 10 pagine. Dovrebbe coprire l'intero concetto del nostro business, il piano finanziario e le informazioni sui costi di operazioni e di finanziamento.

Questo tipo di documento è utile da portare con se per poter presentare il nostro business a potenziali investitori o partners; ciononostante, per i passaggi più ampi nello sviluppo della nostra attività, ci potrebbe essere chiesto di più.

- **Piano di lavoro interno**

Se abbiamo bisogno di un business plan per uso interno per proposte aziendali, non c'è bisogno che questo sia formale quanto un business plan dettagliato. In ogni caso, le finanze e gli obiettivi devono essere esposti in modo chiaro, ma possiamo risparmiare tempo a scrivere le informazioni di cui avrebbero bisogno solo persone esterne (informazioni sugli impiegati, curriculum..) e mettere insieme un semplice documento da avere sempre sotto mano.

- **Piano di presentazione formale**

Un piano di presentazione formale è quello a cui pensiamo quando pensiamo al business plan. E' un documento che conterrà tutte le informazioni su di noi e sul nostro business, è quello che useremo ad ogni opportunità che richiederà di presentare la nostra attività ed impressionare eventuali partners e/o investitori.

E' importante porre attenzione al tono di scrittura, la presentazione deve essere comprensibile, attrattiva e, ovviamente, con attenzione alla grammatica e allo spelling. Nel piano di presentazione formale è bene adoperare il linguaggio specifico del commercio. Deve essere coerente ed allineato. Usiamo le tabelle e i grafici necessari e stampiamo il piano con carta di alta qualità per far sì che le foto siano ben visibili.

- **E-plan**

Siccome l'era digitale è cresciuta, la maggior parte dei documenti viene inviata digitalmente, allo stesso modo anche i business plan. L'e-plan dovrebbe essere una versione digitale del nostro piano scritto, a seconda delle nostre necessità.

Il Business Model Canvas (BMC)

Il Business Model Canvas⁶⁹ viene usato come strumento strategico di gestione che copre tutti gli elementi necessari in un'attività, che si stia pianificando di iniziarne una nuova, o che si stia valutando un business esistente.

Il BMC copre 9 elementi chiave del business⁷⁰:

1. La proposta di valore (value proposition)

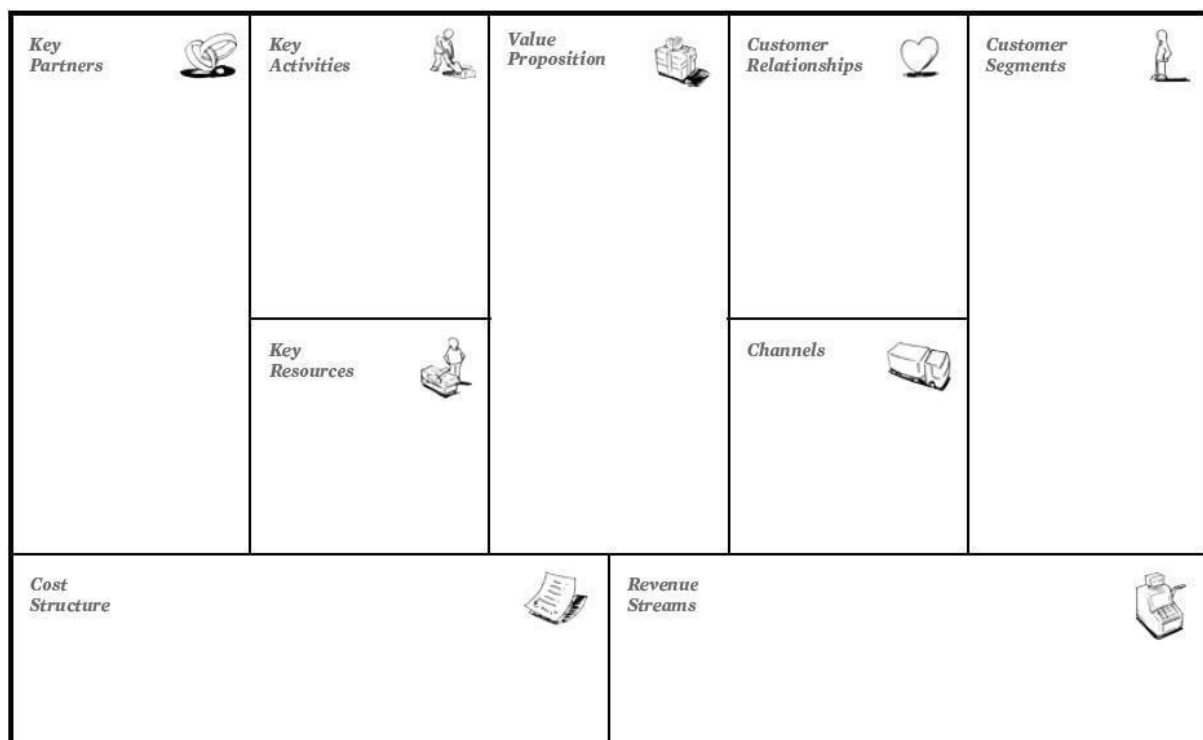
⁶⁹ Business Model Canvas https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Business_Model_Canvas.png

⁷⁰ Osterwalder, Alexander, 2005, <http://businessmodelalchemist.com/2005/11/what-is-business-model.html>

2. I segmenti di clienti
3. I canali
4. La relazione col cliente
5. Le risorse chiave
6. Le attività chiave
7. I partners chiave
8. Il flusso di entrate
9. La struttura dei costi

Il BMC potrebbe essere diviso in un lato esterno (destra), focalizzato più sui clienti, ed uno interno (sinistra) focalizzato sul business.

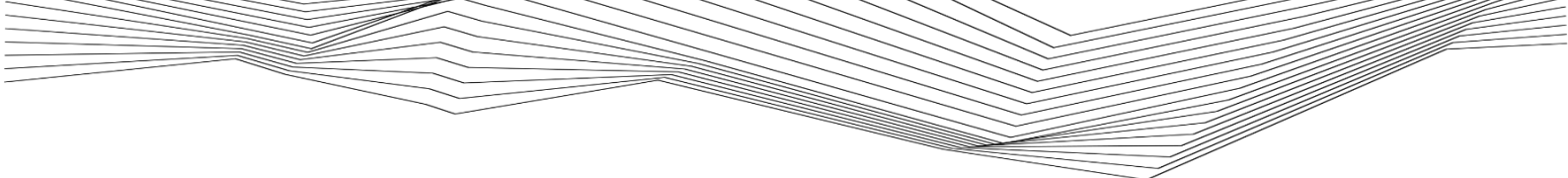
"La cosa più ovvia è innovare nella value proposition. Quando i cellulari apparvero sul mercato, offrirono una value proposition diversa da quella data dai telefoni fissi. Nei tempi recenti di Internet, indici popolari come "Yahoo!" hanno aiutato le persone a trovare informazioni sul web. Rispetto ai vari target di clientela, le pagine di ricerca di linee aeree low-cost, come EasyJet, hanno portato a voli di massa. Dell ha avuto successo esplorando il web come un canale di distribuzione, Gillette ha fatto fortuna stabilendo continue relazioni coi clienti sui suoi rasoi monouso. Apple è rinata in base alle sue capacità di portare il design su computer e gadget elettronici. Cisco è diventata famosa per la sua capacità di configurare attività in catene di fornitura nuove ed innovative. Intel ha prosperato per la sua capacità di convincere i partner a creare sulla sua piattaforma processuale. Google ha sfruttato un flusso di entrate innovativo, collegando risultati di ricerca e contenuti precisi con annunci di testo. Wal-Mart è divenuto dominante grazie alla sua abilità di ridurre i costi in tutto il suo modello di business."⁷¹



Esempio del Modello di Business di Canvas.

Domande chiave che necessitano risposta all'interno del Business Model Canvas

⁷¹ Alexander Osterwalder, *WHAT IS A BUSINESS MODEL?*, 2005, <http://businessmodelalchemist.com/2005/11/what-is-business-model.html>



Nell'era digitale del business, le aziende hanno bisogno di adattare il loro modello business col mercato corrente. Allo stesso tempo, le nuove start-up e le nuove aziende hanno bisogno di iniziare la loro idea attraverso un buon percorso. Il Business Model Canvas può essere un buono strumento per entrambi i casi; le aziende esistenti che desiderano adattarsi all'era del business digitale e le aziende o le start-up che hanno appena iniziato a condurre il loro business nell'era digitale. Nell'articolo di Guillaume Lestand⁷² c'è una serie di domande a cui si dovrebbe rispondere in ogni sezione del Business Model Canvas. Sono presentate in ogni area di questo modello.

⇒ **Area value proposition**

- Quali problemi dei clienti risolviamo e che bisogni incontriamo?
- Quali sono i prodotti ed i servizi che mettiamo a disposizione per raggiungerli?
- Quali valori o benefici creiamo per i clienti?
- Qual è il valore percepito dai clienti?
- Il nostro corrente modello di business incontra a pieno i bisogni dei nostri clienti?
- Cosa può far cambiare idea a un cliente per andare con la concorrenza o cambiare soluzioni?

⇒ **Area segmenti di clientela**

- Che parte di clientela vogliamo servire principalmente?
- Chi sono i nostri clienti più importanti?
- Le stesse persone saranno qui per i prossimi 10 anni?

⇒ **Area relazione col cliente**

- Che tipo di relazione si aspettano i nostri clienti, come possiamo mantenerla?
- Chi influenza i nostri clienti (opinioni dei leaders, stakeholders, utenti)?
- Che relazioni hanno i nostri concorrenti coi clienti?
- E' la stessa relazione che abbiamo coi nostri?
- E' il tipo migliore di relazione che possiamo avere?
- Che tipo di relazione crea più qualità per i nostri clienti?
- Come riconosciamo i vari tipi di relazione che i nostri clienti si aspettano?
- Come rinforzare la relazione desiderata?

⇒ **Area canali**

- Attraverso quali canali il nostro segmento di clientela vuole essere raggiunto?
- Come li stiamo raggiungendo ora?
- Come sono integrati i nostri canali?
- Quali funzionano meglio?
- Quali sono i più efficienti a pari livello di costo?
- Come li integriamo nelle routine dei clienti?
- Come possiamo far conoscere meglio i prodotti e servizi della nostra compagnia?
- Come aiutiamo i nostri clienti a valutare la value proposition della nostra organizzazione?
- Come permettiamo ai clienti di acquistare prodotti e servizi specifici?
- Come offriamo la nostra value proposition ai nostri clienti?
- Come forniamo assistenza post-vendita ai clienti?

⇒ **Area attività chiave**

- Come produciamo le nostre offerte?

⁷² Guillaume Lestand, *Key questions to be answered when you fill up a business model canvas*, 2016, <https://www.linkedin.com/pulse/key-questions-answered-when-you-fill-up-business-model-lestand>

- Di che competenze ed attività chiave abbiamo bisogno?
- La nostra catena di valore fa pieno uso delle nostre competenze chiave?

⇒ **Area risorse chiave**

Quali sono le risorse chiave dietro le nostre offerte e la nostra value proposition in termini di:

- Sistema IT?
- Risorse umane?
- Strumenti tangibili?
- Localizzazione?

⇒ **Area partner chiave**

- Che cosa gli portiamo?
- Cosa loro portano a noi?
- Qual è la loro relazione con il tuo business?
- Chi sono i partner più importanti?
- Chi influenza i nostri clienti? (opinioni dei leader, stakeholders, utenti)?

⇒ **Area struttura dei costi**

- Quanto costa mediamente?
- Abbiamo influenza su tutta la nostra catena di valore?
- La nostra catena di valore può essere ottimizzata senza ridurre la percezione di qualità da parte dei clienti?

⇒ **Revenue Streams Area**

- Qual è il flusso di entrate della nostra compagnia?
- Perché genera profitto?
- Per cosa paga il cliente?

Piano di marketing

Il piano di marketing è uno dei più importanti elementi del business plan. La nostra potenziale attività ed i nostri potenziali clienti sono coinvolti in un piano di marketing attraverso un'analisi completa dei loro bisogni. Questo piano comprende 4 argomenti chiave – prodotto, prezzo, promozione e luogo⁷³.

Prodotto definisce il tipo di beni o servizi che stiamo vendendo. Che innovazione ha da offrire? Perché i nostri prodotti sono una “miglior scelta” rispetto a quelli dei concorrenti?

Prezzo definisce il costo totale del nostro prodotto. Scrivere un costo passo per passo del processo manifatturiero aiuta a determinare il prezzo totale. Tenere conto del tempo e delle risorse necessarie alla creazione del prodotto. Massimizzare il guadagno ottimizzando e bilanciando le vendite.

Promozione E' utilizzata per posizionare il prodotto nel mercato. Si sta offrendo servizi o prodotti manifatturieri di alta qualità? Che tipo di pubblicità si userà? Definisce i benefici delle strategie di pubblicità online ed offline.

⁷³Wolters Kluwert, *Marketing Plan Component of Your Business Plan*,
<https://www.bizfilings.com/toolkit/research-topics/launching-your-business/planning/marketing-plan-component-of-your-business-plan#:~:text=The%20marketing%20portion%20of%20a,into%20a%20commercially%20viable%20reality.>

Posto Definisce un luogo dove i servizi o prodotti saranno offerti: Saranno solo online o forse solo un business locale o, addirittura, comprenderà entrambe le opzioni? Prima di definire il canale principale o, comunque, i canali per vendere servizi o prodotti, è necessario fare un'analisi appropriata su quale canale dà un maggiore ritorno all'investimento previsto.

Inoltre, per un'analisi di mercato, è consigliabile l'analisi **SWOT**. S sta per Punti di Forza (Strengths), W sta per Punti Deboli (Weaknesses), O per Opportunità (Opportunities) e T per Minacce (Threats). 4 diverse sotto-categorie pre-definiscono tutti e 4 gli elementi di questa analisi.⁷⁴

Qui sotto riportiamo un esempio grafico di domande che possono essere risposte con l'analisi SWOT.



Piano finanziario

Il piano finanziario è una parte obbligatoria in ogni business plan perché presenta una proiezione delle necessità finanziarie per iniziare e dei costi di mantenimento dell'attività.

E' un piano sviluppato su di un tabulato con costi predefiniti di attività, risorse, strumenti e materiali necessari per raggiungere gli obiettivi.⁷⁵

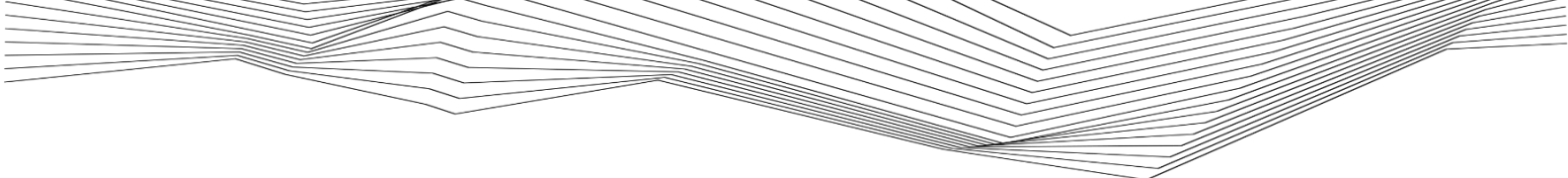
L'attività di pianificazione finanziaria⁷⁶ comprende i seguenti compiti:

- Valutazione dell'ambiente del business
- Confermare visione e obiettivi del business
- Identificazione dei tipi di risorse necessarie per raggiungere gli obiettivi
- Quantificazione del bagaglio di risorse (lavoro, attrezzatura, materiali)
- Calcolo dei costi totali per ogni tipo di risorsa
- Riassunto dei costi per creare un budget

⁷⁴ Rojko K., (2020), 'E-poslovanje' [PowerPoint presentation], https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2472/mod_resource/content/3/ePoslovanje_16.10.2020.pdf

⁷⁵ Wikipedia, *Financial planning(Bussines)*, [https://en.wikipedia.org/wiki/Financial_planning_\(business\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Financial_planning_(business))

⁷⁶ Ibid.

- 
- Identificare tutti i rischi e tenerli in conto nel budget

Un piano finanziario dovrebbe includere pochi elementi di analisi. Il punto di partenza dovrebbe essere la l'analisi del punto di pareggio⁷⁷; il punto di pareggio mensile, la previsione di profitto e perdita, la comparazione tra anni di profitto e di perdita e la proiezione del flusso di cassa. Grazie a ciò, creando una proiezione di bilancio e seguendo gli indicatori di business, otterremo consapevolezza per mantenere il nostro business.

⁷⁷ Bplans, *E-commerce Internet Business Plan*, <https://www.bplans.com/e-commerce-internet-business-plan/financial-plan/>

STRATEGIA DIGITALE

La strategia digitale rappresenta un piano che utilizza le risorse digitali per raggiungere obiettivi rilevanti di una specifica attività o di una start-up. E' basata sull'uso della tecnologia per creare le capacità necessarie ad un business per diventare digitale. La strategia digitale è soggetta ai cambiamenti nel modello di business e può anche essere una ragione per apportare modifiche nel modello di business/impresa.⁷⁸

La strategia digitale cerca i modi di usare la tecnologia per trasformare le attività e di conseguenza il business. La strategia digitale nota le attività ed i processi che devono essere modificati per fornire servizi migliori ai clienti. Quindi, cerca la giusta combinazione di strategie e tecnologie che possono essere combinate per creare queste esperienze. I leader digitali hanno trovato nuovi vantaggi competitivi e opportunità per crescere realizzando questi cambiamenti di strategia.⁷⁹

Come creare una strategia digitale di successo è un quesito che ogni futuro imprenditore si dovrà porre durante lo sviluppo di un'idea per una futura impresa. Un articolo dell'Harvard Business Review⁸⁰ suggerisce che ci sono 5 domande che possono fungere da utile guida per comprendere l'influenza che tecnologie digitali hanno sulle imprese:

1. La tecnologia digitale cambia le attività in cui dovresti essere coinvolto?
2. In che modo la tecnologia digitale può migliorare il modo in cui aggiungere valore alle attività in cui sei coinvolto?
3. Le tecnologie digitali possono cambiare il tuo target di clientela?
4. Le tecnologie digitali modificano la value proposition per il tuo target di clientela?
5. In che modo la tecnologia digitale può migliorare le capacità aziendali che ti differenziano dalla concorrenza?

Dieci passi per costruire una strategia digitale efficace

Nell'articolo "10 Steps to Building an Effective Digital Strategy"⁸¹ è presente una guida di 10 passi con vari consigli su come costruire una strategia digitale efficace. Questi passi sono:

1. Definire "perché"

Definire perché il nostro business esiste o perché dovrebbe esistere (in caso fossimo in fase di sviluppo dell'idea) è il punto di partenza.

Lo storico TED Talk di Simon Sinek spiega abilmente come trovare il "perché" nella nostra attività, usando la sua metodologia del cerchio d'oro. Egli collega i punti tra leader eccezionali, marchi eccezionali e l'idea che le persone non comprano "quello che fai, comprano perché tu lo fai". Una

⁷⁸ Jevđić et al. 2020, Handbook "Digital Entrepreneurship Start-up", https://issuu.com/pinconsulting/docs/3_o1_eng_final_digital_entrepreneurship_start-up accessed 24.03.2021.

⁷⁹ Christine Reyes, Digital Strategy - The Evolving Business Strategy, <https://www.liferay.com/resources/l/digital-strategy> accessed 24.03.2021.

⁸⁰ Ken Favaro, Don't Draft a Digital Strategy Just Because Everyone Else Is, <https://hbr.org/2016/03/dont-draft-a-digital-strategy-just-because-everyone-else-is> accessed 24.03.2021.

⁸¹ Jeff Rum, 10 Steps to Building an Effective Digital Strategy, <https://www.socialmediatoday.com/marketing/10-steps-building-effective-digital-strategy> accessed 24.03.2021.

volta che abbiamo identificato il nucleo del “perché” della nostra impresa, sarà molto più facile creare una storia persuasiva del nostro marchio, messaggi autentici e contenuti coinvolgenti.⁸²

2. Sviluppare la storia del marchio

Gli studi hanno dimostrato che i clienti incontrano più di 20,000 marchi ogni giorno, di cui solo 12 restano loro impressi.⁸³ Se un imprenditore o una start-up vuole rientrare in questi 12 marchi, dovrebbe avere una storia che abbia importanza per le persone (leggi consumatori/clienti/utenti). Le buone storie vendono il prodotto, che sia un'impresa for-profit, no-profit o for-purpose (di scopo) .

3. Definire gli obiettivi

Quando definiamo gli obiettivi della nostra strategia digitale, è essenziale porre attenzione allo sviluppo degli obiettivi realizzabili che dovranno essere raggiunti in questo momento. Basandosi su ciò, è possibile monitorare gli obiettivi più avanti e così sviluppare/adattare in seguito la strategia digitale.

4. Sviluppo delle audience personas

Per ottenere clienti o consumatori per un'impresa, per prima cosa c'è bisogno di capire chi è il pubblico, cosa esso apprezza o meno, di cosa ha bisogno ecc.. Qui, è bene sviluppare 3 o 4 audience personas (personalità del pubblico) basate sul tipo di persona che sarebbe il consumatore/cliente ideale. Una audience persona completa dovrà contenere informazioni sui consumatori per presentare il background, la carriera, gli obiettivi, i valori, le tendenze nel prendere decisioni ecc..⁸⁴

5. Creazione della journey map

Una volta che le audience personas desiderate sono state sviluppate e c'è una chiara comprensione di chi sia il pubblico atteso, il prossimo passo è quello di creare una journey map (mappa di viaggio). Questa aiuta a capire come le persone interagiscono con la presenza online di un'impresa ed aiuta ad adattare la presenza online in caso fossero necessari eventuali altri adattamenti. Durante lo sviluppo della journey map può essere utile rispondere alle seguenti domande⁸⁵:

- Un utente dove incontra per la prima volta il nostro business online?
- Quali sono i “touch-point” (modi in cui un consumatore può interagire con un'azienda) più importanti quando un utente prende una decisione?
- Cosa li fa andare via e cosa li fa tornare?

6. Canali chiave

Oggi esistono un quantitativo elevato di social media e applicazioni. Per saperne di più sui differenti social media, cerca nel capitolo “Importanza dei canali online” (p.45). Vari business sbagliano e si presentano nella maggioranza delle piattaforme dei social media, sprecando così molto tempo e risorse; in particolare nel periodo di lancio di un'impresa/star-up. Basandosi sull'immagine pubblica e sulla journey map, devono essere scelti i canali chiave per la comunicazione che il nostro pubblico sceglierebbe. Ciò, in pratica, significa che se il nostro pubblico target usa spesso Facebook, non c'è bisogno di attivare altri canali come Twitter, TikTok etc... Bisogna focalizzarsi sulla creazione e presentazione della storia del nostro marchio su Facebook; svilupparlo in maniera naturale ed utilizzare la copertura a pagamento per entrare in contatto con il pubblico attuale e futuro.

⁸² Ibid.

⁸³ Ibid.

⁸⁴ Jevđić et al. 2020, Handbook "Digital Entrepreneurship Start-up", https://issuu.com/pinconsulting/docs/3_o1_eng_final_digital_entrepreneurship_start-up accessed 24.03.2021.

⁸⁵ Jeff Rum, 10 Steps to Building an Effective Digital Strategy, <https://www.socialmediatoday.com/marketing/10-steps-building-effective-digital-strategy> ultimo accesso 24.03.2021.

7. Sviluppo delle strategie di contenuto

Di questi tempi il marketing ci circonda, specialmente nello spazio digitale. Quando sviluppiamo una strategia di contenuto, la domanda chiave è: “Il mio contenuto è utile per il mio target di pubblico?”. Non c’è bisogno di inventare di nuovo la ruota quando si tratta di contenuti. Si tratta di scoprire di cosa ha bisogno e cosa vuole il nostro pubblico e fornirglielo in maniera creativa. Le persone condividono ciò che è buono, seguono ciò che è usuale e reagiscono a ciò che è appropriato.⁸⁶

8. Stesura di un calendario dei contenuti

Dopo avere sviluppato la strategia dei contenuti, abbiamo bisogno di stendere le date e sviluppare le fasi di implementazione della strategia sviluppata. Avere una panoramica chiara delle date e delle scadenze principali, sotto forma di calendario, aiuta ad organizzare e, successivamente, sviluppare l’impresa. E’ necessario conservare tracce di ciò che sta accadendo, al contempo, questo non dovrebbe rallentare la gestione della nostra impresa.

9. Piano delle risorse

Un principio essenziale per una strategia digitale di successo è la realizzazione di piani e strategie basate sulle risorse che possiede una specifica impresa, non sulle risorse che hanno le altre imprese.

10. Misurazione del lavoro

Nel marketing digitale non c’è carenza di dati. Tutte le principali piattaforme ed i canali online hanno offerte di dati analizzati ed innumerevoli piattaforme di terze parti offrono tutti i tipi di rapporti sui dati.⁸⁷ Fai una panoramica degli obiettivi prefissati (vedi passaggio 3) e vedi a quali numeri dovresti fare attenzione. Analizzando il numero, saprai cosa funziona e cosa non funziona.

⁸⁶ Ibid.

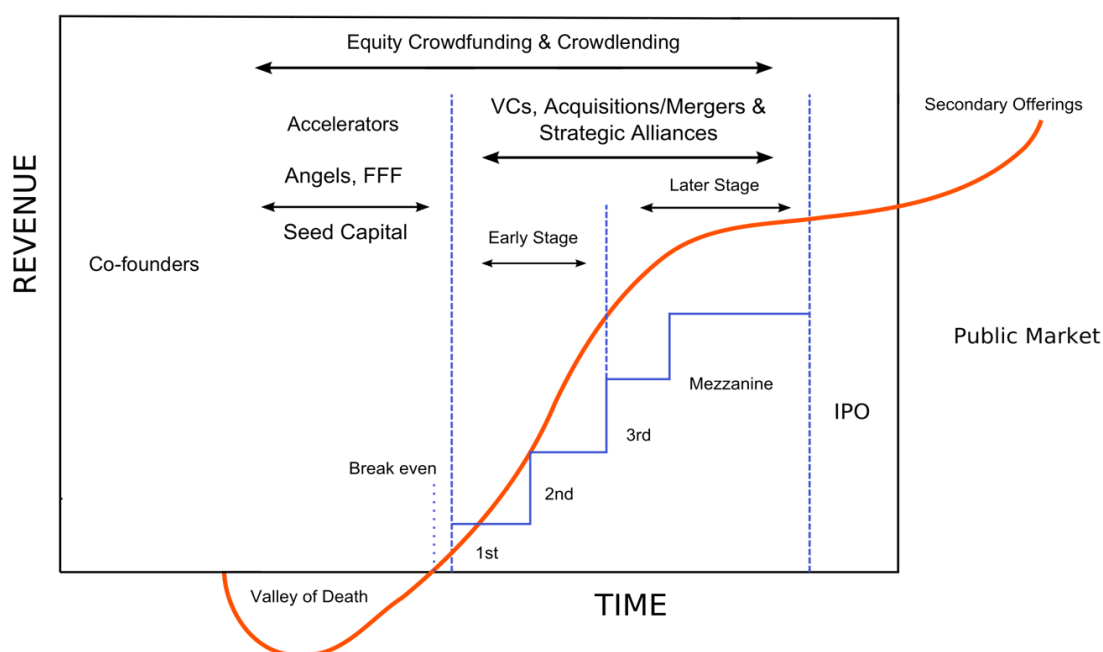
⁸⁷ Jeff Rum, 10 Steps to Building an Effective Digital Strategy, <https://www.socialmediatoday.com/marketing/10-steps-building-effective-digital-strategy> ultimo accesso: 24.03.2021.

OPPORTUNITÀ DI FINANZIAMENTO PER IMPRENDITORI DIGITALI

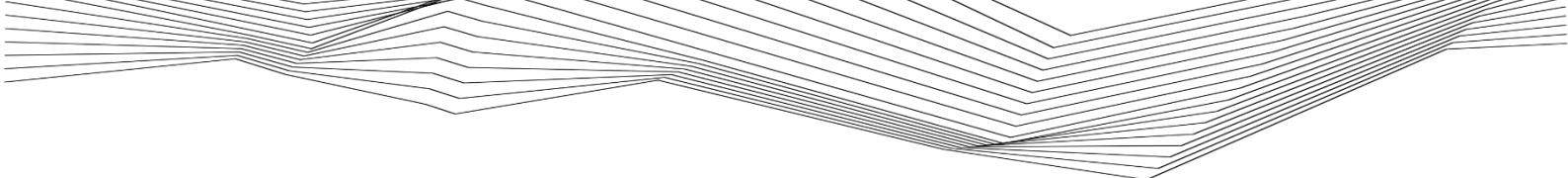
"Il finanziamento è l'atto di fornire risorse per finanziare una necessità, un programma o un progetto. Spesso ciò richiede l'uso di denaro, ma può anche prendere la forma di impegno o tempo da parte di un'organizzazione o compagnia. In questo primo caso si parla di un'azienda che usa le sue scorte interne per soddisfare la sua necessità di liquidità, ma c'è un secondo caso in cui l'impresa acquisisce capitale da fonti esterne".⁸⁸

Essere finanziati è la cosa più importante nel nostro business, specialmente quando si è proprio all'inizio. Quando scegliamo di avviare una attività, la stabilità finanziaria deve essere conseguita. Senza una situazione finanziaria stabile non si è in grado di gestire il nostro business. Internet ci ha offerto la possibilità di lancio, promozione e crescita del nostro business. Non è mai stato così facile essere visibili e offrire i propri servizi o beni a potenziali clienti del mercato globale. La stessa cosa sta succedendo per la ricerca di un potenziale investitore. Ci sono molti potenziali investitori sul mercato, ma ciò può essere ingannevole. Con un mercato più grande arriva una maggiore concorrenza e le possibilità di essere finanziati sono di meno. Questo è il motivo per cui è necessario presentare il nostro business nel miglior modo possibile.

Startup Financing Cycle



⁸⁸ Wikipedia contributors, *Funding*, 2021, Wikipedia. <https://en.wikipedia.org/wiki/Funding>



Il ciclo di finanza della Start-up⁸⁹ ci mostra un diagramma di finanziamento e la traiettoria di un'azienda start-up. In questo diagramma possiamo trovare tutte le opzioni di finanziamento che saranno descritte qui sotto. Tutte le start-up sono finanziate tramite fasi (stages) e ciascuna ha il proprio gruppo di investitori. Logicamente, gli investitori pronti a mettersi in azione nella fase iniziale, fanno fronte a più possibilità di fallimento. Tuttavia avranno un maggior profitto se la compagnia riuscirà ad affermarsi.

Otto metodi chiave di finanziamento

In termini di finanziamento, facciamo riferimento agli 8 metodi chiave⁹⁰ per essere sostenuti:

1. Perseguire una sovvenzione (a fondo perduto)
2. Crowdfunding (Finanziamento collettivo)
3. Famiglia ed amici
4. Angelo investitore
5. Autofinanziamento
6. Ricerca di capitale di rischio
7. Prestito bancario
8. Micro-finanziamento bancario

1. Perseguire una sovvenzione (a fondo perduto)

Secondo quanto riportato dall'UE, possiamo perseguire una sovvenzione in due diversi modi⁹¹: finanziamento diretto ed indiretto, a seconda della natura del business o progetto.

I bandi per presentare proposte di finanziamento sono definiti sul [Portale dei Finanziamenti ed Appalti](#)⁹², dove possiamo candidarci e controllare le condizioni necessarie per essere finanziati.

Questo supporto finanziario è anche disponibile da altre organizzazioni. Secondo quanto riporta Bullock⁹³, in America ci si può candidare per una sovvenzione per start-up in organizzazioni come la Small Business Innovation Research (SBIR), la National Association for the Self-Employed (NASE) e l'Idea Café.⁹⁴

Nel mondo ogni cosa porta vantaggi o svantaggi, e lo stesso vale per le sovvenzioni.

Vantaggi⁹⁵ di essere finanziati tramite sovvenzioni:

- “Soldi gratis” – nessun bisogno di rimborso

⁸⁹ By Kmuehmel, VC20 - https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Startup_financing_cycle.svg, CC BY-SA 3.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=41190293>

⁹⁰ Bullock, How To Fund Your Start-Up Business Idea, 2019, Forbes, <https://www.forbes.com/sites/lilachbullock/2019/02/25/how-to-fund-your-start-up-business-idea/?sh=63aed4dc70f7>

⁹¹ EU funding programmes, 2020, https://europa.eu/youreurope/business/finance-funding/getting-funding/eu-funding-programmes/index_en.htm

⁹² European Commission, Funding and tender programmes, <https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/home>

⁹³ Bullock, How To Fund Your Start-Up Business Idea, 2019, Forbes, <https://www.forbes.com/sites/lilachbullock/2019/02/25/how-to-fund-your-start-up-business-idea/?sh=63aed4dc70f7>

⁹⁴ Ibid.

⁹⁵ 8 Advantages and Disadvantages of Business Grants, 2018, <https://www.businessgrants.org/2018/12/8-advantages-and-disadvantages-of-business-grants.html>

- Facile accesso alle informazioni – tutte le informazioni su come, quando e chi può fare una sovvenzione, sono disponibili in un preciso posto;
- Effetto cascata – si intende il fatto che una volta che si ha ottenuto la sovvenzione, si è qualificati come candidati affidabile per altre organizzazioni;
- guadagnare in credibilità – possibilità di essere pubblicizzati e questo aumenterà la visibilità.

Svantaggi⁹⁶:

- Consumo di tempo – la burocrazia è un termine che ci dice molto sugli svantaggi. E' un processo lungo e bisogna trovare quello più adatto in un mare di opportunità. Perlomeno, la compilazione di documenti è accelerata da particolari istruzioni.
- Difficoltà di ricevere fondi– c'è molta concorrenza, la quale cerca a sua volta dei finanziamenti.
- Rinnovo incerto – Oggi non c'è nulla di certo, quindi neanche il rinnovo del contratto lo è. Probabilmente occorre predisporre domanda per una sovvenzione anno per anno e il business deve essere stabile se si vuole ricevere le tranche successive.
- Condizioni – Bisogna attenersi al piano che si è presentato quando si è fatta domanda per una sovvenzione.

2. Crowdfunding

"Il crowdfunding (finanziamento collettivo) è la pratica per ottenere dei finanziamenti necessari (come quelli per un nuovo business) tramite la sollecitazione di contributi da un grande numero di persone, specialmente quelle della comunità online"⁹⁷. Il finanziamento collettivo è, probabilmente, il termine più noto tra quelli elencati ed è la metodologia preferita dell'economia digitale. Un grande vantaggio che porta questo modo di ottenere finanziamenti è che non c'è bisogno di recuperare il denaro finanziato se ogni cosa va secondo i piani e se si riceve un importo che si è impostato come traguardo iniziale. Questo tipo di finanziamento è per lo più fornito da singoli individui. Decidere di essere finanziati tramite piattaforme online può portare più attenzione da parte dei media e permette di ottenere feedback e consigli su come migliorare la propria idea di business.

Lista delle migliori piattaforme di finanziamento collettivo⁹⁸ in diverse categorie nel [Bilancio del Piccolo Business](#):

- **Migliore in generale:** [Kickstarter](#)
- **Secondo migliore in generale:** [Indiegogo](#)
- **Migliore per Non-profits:** [Causes](#)
- **Migliore per Creatori:** [Patreon](#)
- **Migliore per Raccolta fondi Personale:** [GoFundMe](#)
- **Migliore per equità di finanziamento collettivo:** [CircleUp](#)

Kickstarter è cresciuto di oltre \$5 miliardi dal 2009. Sono conosciuti come una piattaforma “tutto o niente”, che significa che non si possono ricevere fondi finché non si è raggiunto l'obiettivo che ci si era preposto inizialmente. La tariffa di trattamento va dal 3% al 5% e la tariffa di servizio è del 5%.

Indiegogo è simile a Kickstarter. Loro non hanno una tariffa di finanziamento fissa se tu non raggiungi l'obiettivo. Indiegogo calcola un 5% per coloro che accettano fondi flessibili o fissi. La tassa di transazione è di 30 cent a transazione e la loro tariffa di servizio è del 3%. Ciononostante, per ricevere

⁹⁶ Ibid.

⁹⁷ *Crowdfunding*, The Merriam-Webster.Com Dictionary,2021, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/crowdfunding>

⁹⁸ Nguyen, The Best Crowdfunding Sites, 2020, <https://www.thebalancesmb.com/best-crowdfunding-sites-4580494>

il finanziamento in denaro c'è una condizione - devono essere finanziati \$500 per la tua campagna per essere pagati.

Causes è privo di addebiti. La principale ragione per cui è gratis per gli utenti è che è mantenuto da pubblicità. Causes è stato creato come una piattaforma di social network che contiene tutte insieme persone con gli stessi interessi nel mondo sociale, della politica e delle questioni culturali e li aiuta ad essere finanziati per i loro programmi ed idee. Non è strettamente per non-profit; anche gli individui possono essere sovvenzionati.

Patreon è stato sviluppato per creativi digitali, podcasters, bloggers e simili. Lavorano su abbonamento, dove il creatore viene sovvenzionato ogni mese o per ogni creazione. Su Patreon puoi spedire creazioni esclusive per i tuoi abbonati per mantenerli come investitori. Gli abbonati possono cancellare l'abbonamento se vedono che il creatore non produce più contenuti. La tariffa è del 2.9% e loro si prendono 35 cent come pegno.

GoFundMe può essere descritta come la piattaforma di finanziamento collettivo più pubblicata. I finanziatori di GoFundMe raccolgono collette per lo più per opere di carità e sono spesso create da individui, ma i vari business possono utilizzarle. La loro tariffa di servizio è di 2.9% e 30 cent per ogni donazione. La cosa interessante è che non ci sono tariffe per le campagne personali per coloro che hanno sede negli Stati Uniti.

CircleUp offre un capitale netto e finanziamento accreditato. La piattaforma è creata come un canale dove puoi trovare esperti, rivenditori o imprenditori. La macchina di apprendimento Helio potenzia tutta la piattaforma. Il loro software collezione ed analizza tutti i dati accessibili e necessari per valutare qualche business e predirne il futuro successo.

3. Famiglia ed amici

Questo tipo di finanziamento può essere una grande risorsa. Perché? Queste persone conoscono il meglio di te e, probabilmente, conoscono qualcosa sulla tua idea. Hanno più piacere ad investire nel tuo business e supportarti, vista la relazione che hanno nei tuoi confronti. Questa relazione personale può essere, però, insidiosa e problematica se non separi il personale dal tuo business. Ad un certo punto, potrebbero iniziare a darti la loro opinione con cui potresti essere in disaccordo e ciò potrebbe avere ripercussioni sulle tue relazioni intime. Questo tipo di rischio non si trova in nessuno degli altri tipi di finanziamento.

4. Angelo investitore

Puoi trovare un gruppo di persone con un alto patrimonio netto, pronto ad investire in idee emozionanti o in opportunità di business in ogni città o Paese. Usa il tuo canale locale e gratta sotto la superficie...vedrai che li troverai! Questo tipo di investitori agiscono per lo più nel periodo iniziale della tua crescita. Questo è il periodo "seme", quello veramente iniziale.

Come abbiamo detto, gli angeli investitori sono pronti per investire in buone opportunità, ma bisogna rammentare che hanno bisogno di vedere qualche risultato prima di investire. Inoltre, sono riluttanti a dare prestiti; sono qui per diventare parte della tua compagnia, per prendersi una parte del tuo business. Qualche volta può andare dal 5% al 10% del patrimonio netto dell'azienda. D'altro canto, ciò può essere positivo per la tua attività grazie alla loro professionalità, alla loro conoscenza ed ai loro canali. Gli angeli investitori usano il proprio denaro ed il gruppo dominante per i loro investimenti sono le start-up.

EBAN⁹⁹ è una delle organizzazioni no-profit più conosciute, rappresenta la comunità paneuropea di investitori al primo stadio, riunisce organizzazioni membri ed individui dell'Europa ed oltre.

⁹⁹ <https://www.eban.org/>

5. Autofinanziamento

La maggior parte delle start-up usa questo modello di finanziamento nella fase di avvio. I proprietari investono i propri soldi, spesso derivanti da guadagni. Qualcuno di loro aspetta anni per mettere da parte abbastanza denaro per iniziare a sviluppare la propria idea. Questi investimenti, in generale, non sono significativi, ma sufficienti per iniziare un'attività. Degno di nota; il vantaggio dell'autofinanziamento; se ha successo siamo proprietari al 100% della nostra attività ed abbiamo il completo controllo sul nostro business.

Puoi avere successo e non esiste un unico modo per raggiungere questo obiettivo. Gli esperti finanziari sono d'accordo che la strategia SMART ed i tempi di gestione con le giuste finanze possono aumentare le tue possibilità di avere successo col tuo business.

6. Ricerca di capitale di rischio

Il capitale di rischio¹⁰⁰ rappresenta un finanziamento di capitale privato, fornito da aziende con capitale o da fondi. Questo tipo di capitale fornito da aziende con capitale di rischio è investito nella fase di avvio delle start-up o compagnie in cambio di capitale netto. Sono presentate come giocatori d'azzardo poiché si prendono il rischio di finanziare una compagnia all'inizio e sperano che qualcuna di loro avrà successo. Sapendo che le compagnie start-up fronteggiano un futuro sconosciuto rispetto al successo e che non sono compagnie stabili, gli investimenti del capitale di rischio fronteggiano un grande numero di fallimenti. D'altra parte, come abbiamo già detto, le start-up sono in attesa di una possibilità e, se la trovano, "esploderanno", rendendo il capitale di rischio un considerevole successo. Perché è interessante per loro investire sulle start-up? Spesso, una start-up si sviluppa in un'area di alto profitto nel business, conosciuta come IT (information technology). In questa area di business si fronteggiano i modelli di business che cambiano il mondo e le tecnologie più innovative che creano un impatto globale.

Gli investitori di capitale di rischio agiscono nel periodo successivo a quando ricevi i primi fondi. In accordo con Bullock (2019)¹⁰¹, gli investimenti del capitale a rischio vogliono recuperare il loro investimento, trasformarlo in profitto e muoversi alla ricerca della prossima "fresca" start-up.

7. Prestito bancario

Un prestito bancario è probabilmente un metodo di finanziamento vecchio e sicuro. Può risultare un po' complicato, ma se hai una buona storia di credito non avrai problemi ad acquisire questo tipo di finanziamento. Il lato positivo è che si mantiene il patrimonio netto. Il lato negativo è che dovrai ripagare l'intero prestito con gli interessi. La conseguenza di non creare un buon piano per l'investimento tramite un prestito bancario può essere la bancarotta.

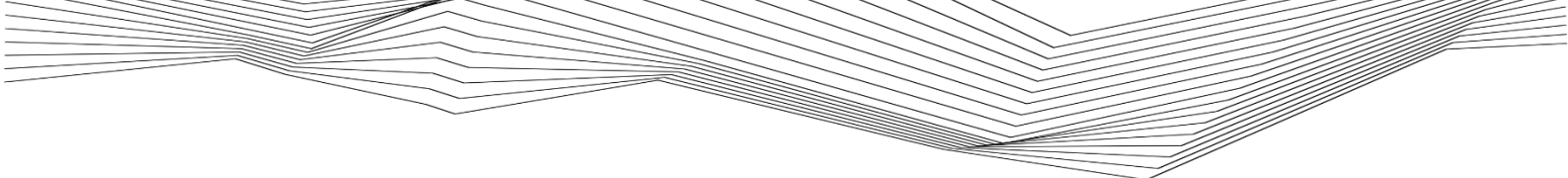
8. Micro-finanziamento bancario

Finanziare il proprio business coi micro-finanziamenti di istituzioni è un'eccellente opportunità per persone che non hanno una buona storia di credito. Queste persone sono considerate un gruppo ad alto rischio ed il risultato è che non ricevono concessioni regolari di prestiti bancari. Il micro-finanziamento rappresenta una tipologia modesta di prestito e, in molti casi, è necessario preparare molta documentazione prima di avere l'approvazione. In accordo con la Commissione Europea¹⁰², ci sono varie condizioni rispetto a quando si può trarre benefici da questo tipo di finanziamento:

¹⁰⁰ Wikipedia, 2021, 'Venture capital', https://en.wikipedia.org/wiki/Venture_capital

¹⁰¹ Bullock, How To Fund Your Start-Up Business Idea, 2019, Forbes, <https://www.forbes.com/sites/lilachbullock/2019/02/25/how-to-fund-your-start-up-business-idea/?sh=63aed4dc70f7>

¹⁰² The European Commission, *EU Microfinance support*, <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=836>

- 
- Se si vuole diventare un lavoratore autonomo o sviluppare micro-imprese
 - Se si è disoccupati
 - Prendere tempo dal mercato del lavoro
 - Quando si ha difficoltà nell'ottenere un credito regolare (troppo vecchio, troppo giovane, gruppi minoritari, disabilità...)

Su questo [link](#) si può verificare se si ha la possibilità di accedere a finanziamenti con questa tipologia nel proprio Paese di origine.

IMPORTANZA DELLE RETI (COLLABORATIVE) ONLINE

Il networking digitale costruisce relazioni tramite i social media. Proprio come nelle reti tradizionali, che significava partecipare ad attività, stringere mani e scambiarsi biglietti da visita; qui è necessario leggere i post delle persone, commentare e condividerle nel mondo digitale. Interagire è importante.



<https://www.thesmallbusinesssite.co.za/>

Le reti social non sono un concetto nuovo; sono esistite da sempre ma in forme diverse. Sono quelle reti che rappresentano un gruppo di amici che cercano di mantenersi ed espandersi. La maggior parte degli utenti di Internet lo usa principalmente per accedere ai social networks, divenuti ormai parte integrante delle nostre vite. Il numero degli utenti di social network cresce ogni giorno. Accedervi è diventata la principale motivazione degli accessi degli utenti a Internet.

Negli ultimi 5 anni, i social sono diventati estremamente popolari. Milioni di persone creano un profilo online per condividere con gli altri utenti le proprie foto, esperienze, opinioni e qualsiasi altra cosa di cui sono interessati. I social media possono mettere un'organizzazione in una posizione non poco invidiabile per la competizione. Oltre alla vita privata, queste reti sociali sono divenute molto popolari per un buono sviluppo di un business.

I social networks permettono numerose attività, come ad esempio:

- Raccomandazioni, ossia l'applicazione del passaparola sul mercato,
- Ricerca di mercato,

- Creazione e validazione di idee,
- Sviluppo di nuovi prodotti,
- Gestione della relazione col cliente,
- Tutte le forme di promozione e comunicazione.

I social networks sono divenuti parte della vita di ogni giorno, sia nel privato che nel settore del business. Sempre più aziende riconoscono i benefici dei social media nel loro business, sia per comunicare con potenziali clienti e connettersi ad essi, che per attrarre nuovi talenti nella compagnia. La comunicazione attraverso le reti sociali prende posto su base giornaliera e l'interazione non è più unilaterale. Attraverso post, testi, foto, video e pubblicità pensati in maniera strategica, le aziende creano la loro immagine e diventano visibili nel mercato.

Alcuni dei più popolari social networks al giorno d'oggi sono Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn.

⇒ **Facebook**

Facebook è un social network che puntava, inizialmente, solo sulla popolazione studentesca di alcune università americane. Pertanto non era destinato a tutti, specialmente non alle persone che invece lo utilizzano oggi. La storia di Facebook risale al 2004, quando gli studenti Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz e Chris Hughes, coinquilini alla Harvard University, lanciarono la pagina Facebook.¹⁰³ L'idea di Facebook era quella di connettere persone che già si conoscevano nella vita reale, ma tramite Internet. In questo modo, gli utenti potevano comunicare coi loro parenti stretti, colleghi di lavoro, amici e conoscenti. Il prerequisito per aprire la pagina era di avere un indirizzo e-mail valido e, se qualcuno non avesse più voluto usare Facebook, si poteva velocemente cancellare l'indirizzo mail o disattivare il profilo.

La caratteristica principale di Facebook è quella di ricevere biglietti d'auguri virtuali e doni, numerosi quiz e giochi vari, il tutto gratuitamente (Grbavac, 2014:212). Queste sono solo alcune delle motivazioni della sua popolarità.

Tornando al mondo del business, negli ultimi anni, Facebook ha sostituito gli annunci pubblicitari tradizionali ed è diventato impossibile scorrere la pagina senza essere "bombardati" da una lista di pubblicità. La popolarità di questo social network non sorprende, dato che lì puoi trovare tutte le informazioni necessarie: annunci di lavoro o appartamenti, notizie da tutto il mondo e ciascuno ha la possibilità di unirsi a gruppi per diversi campi od occupazioni.

Sotto una prospettiva di business, Facebook è divenuto il canale perfetto per ricercare il pubblico desiderato e diffondere il messaggio voluto grazie all'abbattimento delle barriere geografiche e dall'allontanamento dalle tradizionali pubblicità commerciali. E' divenuto più facile raggiungere il pubblico prefissato. Un grosso vantaggio di Facebook è che il suo valore commerciale può essere direttamente misurato, tramite i dati statistici di Facebook.

⇒ **Twitter**

Twitter è un popolare social network e servizio pubblico di micro-blogging che pubblica e riceve piccoli messaggi di testo, i cosiddetti tweet fino a 280 caratteri, da cui il nome stesso di microblogging. Twitter può essere usato tramite un browser in un ambiente web, come un'applicazione su dispositivo mobile e tramite un servizio SMS.¹⁰⁴ Pensando all'impatto di Internet sulla cultura della comunicazione e sulle relative tendenze, vale la pena evidenziare Twitter come uno dei più importanti servizi di Internet che ha fatto spopolare l'uso degli "hashtags" con l'obiettivo di categorizzare i contenuti pubblicati.¹⁰⁵ L'uso

¹⁰³ Ružić, Drago; Biloš, Antun; Turkalj, Davorin. 2014. E-Marketing: page 97

¹⁰⁴ Ibid.

¹⁰⁵ Ružić, Drago; Biloš, Antun; Turkalj, Davorin. 2014. E-Marketing: p107

dei corretti hashtags fa sì che le persone possano collocarsi tra i tweets più letti con i loro post. La peculiarità di Twitter è che i post si moltiplicano ogni giorno senza essere visti come spam. Questo lo distingue da Facebook. Su Twitter è davvero facile figurare il marchio di una compagnia e creare una certa immagine di esso e ciò è una cosa positiva dal punto di vista del business. Inoltre, è molto facile trovare commenti sulla compagnia o scoprire gli argomenti ricorrenti ed essere, quindi, sempre di tendenza. (Lake, 2018).

⇒ Instagram

Instagram è un social network simile a Facebook ed a Twitter, ma con un focus più indirizzato alle fotografie e ai video. Inoltre, Instagram è primariamente inteso per uso su dispositivi mobili. Su Instagram non sono postati gli stati (tipici di Facebook) – tutto il focus è incentrato sul visuale. Come con Twitter, si possono anche qui avere dei followers e la copertura può essere raggiunta al meglio tramite gli hashtags (#). Kevin Systrom e Mike Krieger hanno fondato questo social 9 anni fa e nel 2012 è stato comprato da Facebook.¹⁰⁶ L'incredibile potere di Instagram è che è molto popolare tra le persone giovani, i quali, tra l'altro, riconoscono il suo potenziale e potere, ed hanno iniziato a usufruire dei suoi vantaggi. Instagram è divenuto la piattaforma perfetta per le pubblicità di vestiti, scarpe, concerti ed è nata una professione totalmente nuova – "influencer" di Instagram.

Dato che Instagram è un social network completamente visivo, e che gli esseri umani sono esseri visivi, è la piattaforma che ha permesso alle aziende di raccontare pienamente la loro storia attraverso la fotografia e/o i video.

⇒ LinkedIn

LinkedIn è un servizio online di business americano orientato all'occupazione, opera tramite siti web ed applicazioni mobili. E' stato lanciato il 5 Maggio del 2003, è una piattaforma usata principalmente per canali professionali e consente alle persone in cerca di lavoro di pubblicare i loro curricula ed ai datori di lavoro di pubblicare posti liberi. A partire dal 2015, la maggior parte delle sue entrate proveniva dalla vendita dell'accesso alle informazioni sui suoi membri alle agenzie di collocamento ed ai professionisti delle vendite. Dal dicembre 2016 è divenuto interamente controllato da Microsoft. Dal Febbraio 2021, LinkedIn ha registrato 740 milioni di membri provenienti da 150 Paesi.¹⁰⁷

LinkedIn permette ai membri (lavoratori e datori di lavoro) di creare profili e "connettersi" a vicenda in un social network online che può rappresentare le reali relazioni professionali del mondo. I membri possono invitare chiunque (che sia un membro già presente o no) per diventare un "collegamento"¹⁰⁸.

Inizialmente, il più vasto numero di aziende interessate ai social networks, si sono focalizzate su diversi grandi canali, in particolare su Facebook, Twitter e LinkedIn. Ciononostante, i nuovi social networks emergono giorno per giorno. Mentre qualcuno resta relativamente senza successo, altri hanno sperimentato un grande successo, come Pinterest e Tumblr, dando alle aziende molte nuove opportunità di creare contenuti interessanti con molte varianti e, quindi, raggiungere nuovi gruppi target. Di conseguenza, è divenuto normale per le compagnie ricercare e sperimentare coi social networks, facendo ogni cosa per raggiungere i desideri di utenti e clienti. Questa diversificazione si è

¹⁰⁶ Instagram founders Systrom and Krieger leaving Facebook-owned firm, 2018,

<https://www.bbc.com/news/technology-45635736#:~:text=The%20co%2Dfounders%20of%20photo,more%20than%20a%20billion%20users.>

¹⁰⁷ Wikipedia, <https://en.wikipedia.org/wiki/LinkedIn> , ultimo accesso: 28.02.2021.

¹⁰⁸ About LinkedIn, <https://about.linkedin.com/>

dimostrata molto efficace perché, tra altre cose, costruisce il valore dell'azienda o della persona tramite un miglior riconoscimento.¹⁰⁹

La comunicazione tra compagnie e tra compagnia e clienti non è più da tempo la stessa. I social networks hanno aiutato le compagnie per un periodo a creare e mantenere le relazioni con i clienti e coi loro impiegati, creando nuovi contatti per provvedere ai servizi per i clienti, ingaggiando i clienti in promozioni di marchio, creando posizioni di guida nel mercato e numerose altre strategie.¹¹⁰

Le compagnie, per esempio, hanno iniziato ad incrementare l'uso di Twitter per proposte pubblicitarie e di marketing. Come risultato della costante crescita e sviluppo delle piattaforme dei social networks, ogni compagnia ha sviluppato opportunità migliori per interazioni più frequenti ed intense coi clienti.

Tutto ciò ha fornito l'opportunità di raccogliere dati preziosi che possono essere ulteriormente utilizzati per creare esperienze nuove e sempre più ricche per i suoi clienti.¹¹¹ Col passare del tempo, i social network stanno maturando e la loro importanza nel business sta crescendo. Le attività hanno iniziato a capire che aveva senso sponsorizzare i loro social networks. Quindi, per esempio la ben nota catena americana di Starbucks ha lanciato un'iniziativa per modificare e rinnovare il proprio marchio e, a tal proposito, ha iniziato a pubblicizzare il suo sito "mystarbucksidea.com" sui social media, permettendo ai clienti di diventare parte della loro strategia. Ai clienti è stato permesso di dare suggerimenti e vedere come ciò influenzerà il miglioramento del prodotto e la compagnia stessa, o come migliorerà solo "l'esperienza Starbucks"¹¹². Questo tipo di approccio ha creato un collegamento significativo tra i clienti e la compagnia.

Possiamo anche notare l'importanza dei social network dall'importanza di un esperimento di Facebook. Nel 2012, Facebook ha sperimentato per confermare che l'algoritmo può influenzare le scelte e le azioni politiche degli utenti. Può influenzare i risultati delle elezioni. I risultati sono stati pubblicati due anni dopo nel prestigioso giornale "Proceedings of the National Academy of Sciences" (Krame, Guilory and Hancock 2014)¹¹³.

Il networking digitale può fornire a ciascuno varie opportunità che si realizzano attraverso la costruzione di relazioni solide con gli altri, dalle opportunità di crescita personale e professionale, al successo commerciale. Usando il potere di questi canali, attraverso la tecnologia digitale, possiamo scoprire, migliorare, supportare e gestire le relazioni che creano questa flessibilità di capacità. Usando le attività online si possono creare più opportunità – più apprendimento, più crescita e successo.

Riducendo la necessità di vicinanza fisica all'interno del nostro ambiente sociale, tramite la tecnologia digitale, possiamo creare un'ulteriore opportunità per espandere le reti e costruire relazioni personali o professionali in tutto il mondo. Non siamo più limitati a creare e mantenere relazioni attraverso l'interazione fisica e personale. La comunicazione tramite i canali digitali ci permette di rimuovere ogni ostacolo che potrebbe mettere a repentaglio di nostra comunicazione semplice. Questo modo di lavorare e di comunicare fornisce ulteriore flessibilità e sicurezza nel mantenimento dei nostri rapporti commerciali e personali, a prescindere dai cambiamenti lavorativi, dove viviamo o sull'ambiente. Ciò fornisce, anche, l'opportunità di un ulteriore sviluppo e crescita personale attraverso l'incremento della diversità sui nostri social networks.

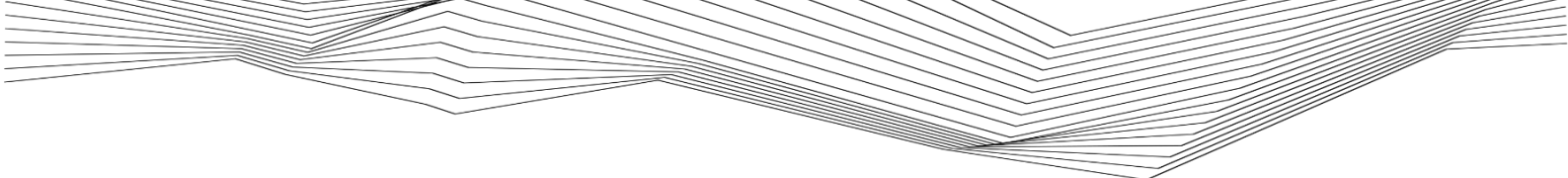
¹⁰⁹ Ružić, Drago; Biloš, Antun; Turkalj, Davorin. 2014. E-Marketing: p357

¹¹⁰ Panian, Željko; Strugar, Ivan. 2013. Informatizacija poslovanja: p217

¹¹¹ Ibid, p222

¹¹² Ibid, p229

¹¹³ Facebook's flawed emotion experiment: Antisocial research on social network users , <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1747016115579535>



Attraverso il networking digitale, apriamo le nostre reti sociali all'interazione con persone provenienti da ambienti completamente diversi dai nostri. In questo modo, conosciamo altre culture, lingue, nuove caratteristiche religiose, ampliamo il nostro punto di vista sul mondo e diventiamo più tolleranti alla diversità. A tal proposito, il World Economic Forum ha evidenziato l'incremento di diversità nel personale lavorativo, il networking digitale non è mai stato tanto importante per il nostro sviluppo sociale.

Il detto "your network is your net worth" ("il tuo canale è il tuo valore netto") è essenziale nel business. Il networking digitale aiuta a creare vari vantaggi professionali, dalla scoperta di opportunità di ricerca di referenze lavorative alla condivisione delle pratiche migliori e l'apprendimento in un'area lavorativa. Aiuta anche a costruire e mantenere relazioni coi partner e clienti e, ovviamente, incoraggia la vendita. Se riusciamo a sviluppare un'attività o un marchio personale solido e riconoscibile sui social media, il networking digitale può fornirci l'accesso a vari eventi, workshops ed investimenti vari.

Il networking digitale inizia con l'immissione dei dati. Li usiamo e li applichiamo online per creare e mescolare diversi gruppi di informazioni, piccoli e grandi, di tutti i canali. Connettendo i networks digitali, si può trarre vantaggio dai social media e da altri canali per migliorare la comprensione e creare l'identità intera del canale dell'utente.

Analizzando ed osservando la rete di qualcuno, possiamo trovare una manciata di informazioni e creare un'ampia veduta della persona o della compagnia, del marchio che stiamo osservando. In tal modo, i gruppi vengono fatti con persone simili e quelle completamente differenti che potrebbero attrarsi. Usando vari strumenti di analisi, come la conoscenza di LinkedIn dei vecchi partecipanti o gli strumenti di analisi dei followers di Twitter, possiamo sistemare potenziali debolezze nel proprio canale e fare attenzione a certi punti, per creare così obiettivi professionali.

Qualunque sia la carriera che si sceglie e qualunque lavoro si voglia perseguire, indipendentemente dalla sfera dei desideri, il networking digitale ha innumerevoli benefici per migliorare la vita personale e professionale in tutti i suoi aspetti. Più espandiamo il nostro canale, prima faremo progressi.

Uno studente in cerca di un tirocinio, uno scienziato in cerca di spazio e partners in tutto il mondo che mostri il proprio lavoro online, un insegnante in cerca di modi e suggerimenti per incoraggiare i propri studenti a pensare, un giovane imprenditore che trova investitori e sviluppa il suo sogno attraverso le reti. E' difficile avere obiettivi che non richiedano l'uso delle reti. Una volta che troviamo e stendiamo i nostri obiettivi, personali o professionali, possiamo procedere con la ricerca. Con il networking digitale non ci sono limiti.¹¹⁴

¹¹⁴ Donnelly, THE ART AND SCIENCE OF DIGITAL COMMUNICATION AT SCALE, <https://www.digitalroad.io/blog/what-is-digital-networking>

STRUMENTI DIGITALI PER LAVORARE E STRUMENTI CHE POSSONO ESSERE USATI DA PERSONE CON DISABILITÀ

Questa ultima sessione presenta alcuni strumenti pratici per persone con disabilità che vogliono tuffarsi nell'imprenditoria digitale. Questi strumenti sono stati selezionati per la loro validità nel rendere più semplice l'uso della tecnologia nelle basi quotidiane. Ciononostante, è essenziale notare che tutti gli altri strumenti e programmi usati dagli imprenditori di tutto il mondo sono accessibili alle persone con disabilità. Mentre qualcuno potrebbe necessitare il mouse da piede o lettori di schermo come accessori utili nella gestione di uno specifico programma, gli altri strumenti, come la scrittura di programmi, programmi di produttività, programmi di design o social media, sono tutti accessibili e le loro caratteristiche e funzionalità dipendono dalla creatività dell'utente.

Si potrebbe discutere che alcuni strumenti e programmi non siano di facile uso quando gli utenti sono persone con disabilità. Se la maggior parte delle soluzioni aziendali sono fatte per il pubblico generale, altre hanno l'opzione di essere adattate alle esigenze personali.

Con così tanti strumenti e programmi sul mercato, ognuno specializzato in diverse aree e settori del business, nominarli tutti richiederebbe un elenco troppo lungo. Tenendo conto di persone con disabilità differenti, provvediamo a fornire i seguenti suggerimenti:

1. **“Footmouse”(mouse da piede)**¹¹⁵ - il mouse controllato con il piede è un tipo di mouse per computer che dà agli utenti la possibilità di muovere il cursore e cliccare i vari pulsanti con l'uso dei piedi. E' molto utile specialmente per persone con disabilità motoria. E' più lento del tradizionale mouse da computer, ma può essere una valida alternativa se usato insieme alla tastiera.
2. **Tastiera adattata** per persone con vista compromessa o scarsa coordinazione mano-occhio – anche se le tastiere adattate sono state sempre meno usate da quando sono spopolati i tablet, questi dispositivi continuano ad avere un ruolo significativo per i computer con desktop degli utenti. Sul mercato esistono una serie di tastiere adattate e gli utenti possono scegliere quella che più risponde alle proprie esigenze – alcune hanno le lettere più grandi, alcune sono più colorate, altre possono proiettarsi sullo schermo. Alla tastiera su schermo della Windows si può accedere tramite il mouse o, in alternativa, con lo switch o con il riconoscimento visivo se si possiede l'hardware adatto. Gli aggiornamenti sulla tastiera su schermo della Windows includono Clicker, ACAT e il Grid software. ACAT è il sistema gratis e open-source system usato da Stephen Hawking.
3. **Sistema sip-and-puff**¹¹⁶ (SNP system) per persone con gravi difficoltà nel movimento, come ad esempio chi ha paralisi o disabilità motorie importanti – le tecnologie assistite inviano segnali al dispositivo, usando la pressione dell'aria tramite il “sorso” (inalazione) o lo “sbuffo”

¹¹⁵ <https://en.wikipedia.org/wiki/Footmouse>, ultimo accesso: 1.3.2021.

¹¹⁶ <https://en.wikipedia.org/wiki/Sip-and-puff>, ultimo accesso: 1.3.2021.

(espirazione) in una cannuccia, tubo o bacchetta. Questo sistema viene utilizzato soprattutto da persone che non hanno l'uso delle mani. E' comunemente usato da persone tetraplegiche con forti lesioni alla spina dorsale o da persone con la SLA per controllare una sedia a rotelle motorizzata. L'input di un dispositivo sip-and-puff combinato con il software di accessibilità del computer, permette molti programmi di tastiera accessibile di essere usati con questo dispositivo.

4. **Letto di schermo** come l'Intel Reader o Kurzweil 3000 – un pezzo di software per non vedenti o persone ipovedenti. In parole povere, un lettore di schermo trasmette il testo visualizzato sulla schermata in una forma che un utente con problemi alla vista può rielaborare (generalmente tangibile, uditivo od una combinazione delle due cose). Se da un lato i lettori di schermo più semplici non aiuteranno gli utenti a navigare sul computer, quelli con caratteristiche addizionali possono fornire molta più indipendenza agli utenti con menomazioni alla vista. La maggioranza dei lettori di schermo lavora tramite sintesi vocale che legge il testo ad alta voce; altri possono, anche, comunicare i dati tramite un display braille ricaricabile. Alcuni lettori di schermo usano cristalli che possono espandersi se esposti a particolari livelli di voltaggio (grazie al fenomeno chiamato effetto Piezo), permettendo agli utenti con vista compromessa di usare le loro dita per leggere il testo esposto sullo schermo.¹¹⁷ Ma se i software dei lettori di schermo possono essere convenienti, un hardware simile può costare molto.
5. **Software di correzione** per persone con dislessia, disgrafia o altri disturbi dell'apprendimento – è un software semplice che può essere aggiunto come espansione al browser di Internet o scaricato dal computer. Trova ogni cosa scritta su uno specifico computer e provvede a dare suggerimenti grammaticali e correzioni. Uno strumento come Ginger include le seguenti caratteristiche – controllo grammaticale, predizione di parole e riformulazione di frasi, funzione TTS (Text to Speech, dal testo al parlato) per far sì che una persona possa sentire cosa sta scrivendo e così via. La maggior parte dei software, inclusi Ghotit o Grammarly, sono gratis.
6. **Software organizzativo** per persone con ADHD, disturbi d'ansia o PTSD (disturbo post traumatico da stress), come ad esempio OneNote o Evernote – gli organizzatori grafici lavorano per aiutare un individuo a tracciare una linea d'azione. A seconda del tipo di scrittura, l'organizzatore grafico può suggerire allo scrittore di descrivere un oggetto, tracciare un corso di eventi o eseguire qualche compito per aiutare a pianificare la parte. Gli organizzatori grafici variano dal tipo e dalla sofisticatezza tecnologica¹¹⁸. OneNote è una parte della serie Microsoft Office, mentre Evernote è gratis ed ha un'applicazione mobile.

¹¹⁷ "10 Free Screen Readers For Blind Or Visually Impaired Users" 2021, <https://australia.ataseroqiqok.gq> ultimo accesso: 23.03.2021.

¹¹⁸ 5 Assistive Technology Tools That Are Making A Difference, <https://online.alvernia.edu/articles/5-assistive-technology-tools-that-are-making-a-difference/> ultimo accesso: 22.03.2021.

BIBLIOGRAFIJA

- Blackwell, Edward. 2011. How To Prepare A Business Plan. London, UK: Kogan Page.
- Bughin, Jacques, and James Manyika. 2012. Internet Matters - Essays In Digital Transformation. McKinsey & Company.
- Bužinkić, Emina, Bojana Ćulum, Martina Horvat, and Marko Kovačić. 2015. "Youth Work In Croatia: Collecting Pieces For A Mosaic". Child & Youth Services 36 (1): 30-55. doi:10.1080/0145935x.2015.1015879.
- Carretero, Stephanie, Riina Vuorikari, and Yves Punie. n.d. Digcomp 2.1. European Commission.
- Dollinger, Marc J. 2008. Entrepreneurship. 4th ed. Lombard, Ill.: Marsh Publications.
- Ferrari, Anusca, Yves Punie, and Barbara N Brečko. 2013. DIGCOMP. Luxembourg: Publications Office.
- Grbavac, Jacinta, and Vitomir Grbavac. 2014. "Pojava Društvenih Mreža Kao Globalnog Komunikacijskog Fenomena". Media, Culture And Public Relations 5 (2): 206-219.
- Jevđić, Pavle, Milica Milović Kinoli, Nedim Micijević, Amar Hamzic, Armin Cerkez, Franjo Brkan, Vedran Raic, and Steve Wright. 2020. Handbook "Digital Entrepreneurship Start-Up". Belgrade: PIN consulting.
- Mautuit, Dominique. 1995. "Uintégration Sociale Et Professionnelle Des Personnes En Situation De Handicap: Des Concepts À L'évaluation Des Actions". Revue Europeenne Du Handicap Mental 2 (7): 15-24.
- Mendelow, A.L. 1981. "Environmental Scanning--The Impact Of The Stakeholder Concept". <https://www.semanticscholar.org/paper/Environmental-Scanning-The-Impact-of-the-Concept-Mendelow/7b361652157989c77ed442dd387ec9b1a9b99632?p2df>.
- Panian, Željko, and Ivan Strugar. 2013. Informatizacija Poslovanja. Zagreb: Ekonomski fakultet.
- Ružić, Drago, Antun Biloš, and Davorin Turkalj. 2014. E-Marketing. 3rd ed. Osijek: Ekonomski fakultat u Osijeku, Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku.
- Shaw, David. 2015. "Facebook'S Flawed Emotion Experiment: Antisocial Research On Social Network Users". Research Ethics 12 (1): 29-34. doi:10.1177/1747016115579535.
- Taddia, Enrico, Armin Cerkez, Maja Katinic Vidovic, Danijela Matorčević, Miloš Matorčević, Željko Pasuj, and Čedo Velašević. 2020. Using NFE And Sport Methodology For Inclusion Of Youngsters With Disabilities. 1st ed. Berlin: Youth Power.
- Vineela, G. Siva. 2018. "Digital Entrepreneurship". International Journal Of Innovative Research In Engineering & Multidisciplinary Physical Sciences 6 (4).
- Zuss, Mark. 2012. The Practice Of Theoretical Curiosity. Dordrecht: Springer.

SITOGRAFIA

- "10 Free Screen Readers For Blind Or Visually Impaired Users". 2021. Australia.Ataseroqiqok.Gq. Accessed March 23. <http://australia.ataseroqiqok.gq>.
- "5 Assistive Technology Tools That Are Making A Difference". 2019. Alvernia Online. <https://online.alvernia.edu/articles/5-assistive-technology-tools-that-are-making-a-difference/>.
- "8 Advantages And Disadvantages Of Business Grants". 2021. Businessgrants.Org. Accessed February 24. <https://www.businessgrants.org/2018/12/8-advantages-and-disadvantages-of-business-grants.html>.
- "Basics About Autism Spectrum Disorder (ASD) | NCBDDD | CDC". 2021. Centers For Disease Control And Prevention. Accessed March 22. <https://www.cdc.gov/ncbddd/autism/facts.html>.
- Blank, Steve. 2021. "Steve Blankyou'Re Not A Real Entrepreneur". Steve Blank. <https://steveblank.com/2010/06/10/you-re-not-a-real-entrepreneur/>.
- Bullock, Lilach. 2021. "How To Fund Your Start-Up Business Idea". Forbes. Accessed February 21. <https://www.forbes.com/sites/lilachbullock/2019/02/25/how-to-fund-your-start-up-business-idea/?sh=4b181b3770f7>.
- "Business Plans 101: How To Write A Business Plan". 2021. Accion. Accessed February 28. <https://us.accion.org/resource/business-plans-101/>.
- "Convention Of The Rights Of Persons With Disability". 2021. Global Health Rights. Accessed March 21. <https://www.globalhealthrights.org/wp-content/uploads/2013/10/Convention-on-the-Rights-of-Persons-with-Disabilities-CRPD.pdf>.
- "Different Types Of Disabilities - Staff Services - ANU". 2021. Services.Anu.Edu.Au. Accessed March 22. <https://services.anu.edu.au/human-resources/respect-inclusion/different-types-of-disabilities>.
- "Digital Skills Critical For Jobs And Social Inclusion". 2018. UNESCO. <https://en.unesco.org/news/digital-skills-critical-jobs-and-social-inclusion>.
- Donnelly, Rory. 2017. "What Is Digital Networking? — Digital Road". Digital Road. <https://www.digitalroad.io/blog/what-is-digital-networking>.
- "E-Commerce Internet Business Plan - Financial Plan". 2021. Bplans: Business Planning Resources And Free Business Plan Samples. Accessed February 22. <https://www.bplans.com/e-commerce-internet-business-plan/financial-plan/>.
- "Entrepreneurship And Small And Medium-Sized Enterprises (Smes) - Internal Market, Industry, Entrepreneurship And Smes - European Commission". 2021. Internal Market, Industry, Entrepreneurship And Smes - European Commission. [https://ec.europa.eu/growth/smes_en#:~:text=Small%20and%20medium%2D-sized%20enterprises%20\(SMEs\)%20are%20the%20backbone,every%20sector%20of%20the%20economy](https://ec.europa.eu/growth/smes_en#:~:text=Small%20and%20medium%2D-sized%20enterprises%20(SMEs)%20are%20the%20backbone,every%20sector%20of%20the%20economy).
- "EU Funding Programmes". 2021. Your Europe. Accessed February 22. https://europa.eu/youreurope/business/finance-funding/getting-funding/eu-funding-programmes/index_en.htm.
- European Commission. 2021. "Supporting Entrepreneurship - Internal Market, Industry, Entrepreneurship And Smes - European Commission". Internal Market, Industry,

Entrepreneurship And Smes - European Commission.

https://ec.europa.eu/growth/smes/supporting-entrepreneurship_en.

- Eurostat. 2021. "Annual Enterprise Statistics For Special Aggregates Of Activities (NACE Rev. 2)". Appso.Eurostat.Ec.Europa.Eu. https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=sbs_na_sca_r2&lang=en.
- Favaro, Ken. 2016. "Don'T Draft A Digital Strategy Just Because Everyone Else Is". Harvard Business Review. <https://hbr.org/2016/03/dont-draft-a-digital-strategy-just-because-everyone-else-is>.
- "For People With Disabilities, Working From Home Using Tech Is A Relief – And A Struggle | Heinrich Böll Stiftung | Brussels Office - European Union". 2021. Heinrich-Böll-Stiftung. <https://eu.boell.org/en/2020/08/11/people-disabilities-working-home-using-tech-relief-and-struggle>.
- Harris, Kitty. 2021. "The Difference Between Startups And Smes | Brighterblog". Brighterbox.Com. [https://brighterbox.com/blog/article/difference-between-startups-and-smes#:~:text=Startups%20and%20SMEs%20\(small%20and,on%20growth%2C%20profitability%20and%20survival.&text=In%20contrast%20to%20the%20startup,SME%20is%20far%20more%20structured](https://brighterbox.com/blog/article/difference-between-startups-and-smes#:~:text=Startups%20and%20SMEs%20(small%20and,on%20growth%2C%20profitability%20and%20survival.&text=In%20contrast%20to%20the%20startup,SME%20is%20far%20more%20structured).
- "International Classification Of Impairments, Disabilities, And Handicaps : A Manual Of Classification Relating To The Consequences Of Disease, Published In Accordance With Resolution WHA29.35 Of The Twenty-Ninth World Health Assembly, May 1976". 2021. Apps.Who.Int. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/41003>.
- Kenton, Will. 2021. "Business-To-Consumer: What You Need To Know". Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/b/btoc.asp#:~:text=The%20term%20business%2Dto%2Dconsumer,referred%20to%20as%20B2C%20companies>.
- Lake, Laura. 2018. "Use Twitter To Grow Your Business". The Balance Small Business. <https://www.thebalancesmb.com/twitter-a-valuable-marketing-tool-2296167>.
- Lestand, Guillaume. 2016. "Key Questions To Be Answered When You Fill Up A Business Model Canvas". LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/key-questions-answered-when-you-fill-up-business-model-lestand>.
- "Marketing Plan Component Of Your Business Plan". 2021. Bizfilings. Accessed February 18. <https://www.bizfilings.com/toolkit/research-topics/launching-your-business/planning/marketing-plan-component-of-your-business-plan#:~:text=The%20marketing%20portion%20of%20a,into%20a%20commercially%20viable%20reality>.
- Monnet, Théau. 2019. "Rwandan Tourism Scores Big After Arsenal Deal, Despite Criticism". The Africa Report.Com. <https://www.theafricareport.com/16937/rwandan-tourism-scores-big-after-arsenal-deal-despite-criticism/>.
- Morrongiello, Julia. 2020. "Mapping The European B2B Marketplace Landscape (The 2020 Edition)". Medium. <https://medium.com/point-nine-news/mapping-the-european-b2b-marketplace-landscape-the-2020-edition-48d72cb33d88>.
- Nguyen, Stacey. 2021. "The 7 Best Crowdfunding Sites Of 2021". The Balance Small Business. <https://www.thebalancesmb.com/best-crowdfunding-sites-4580494>.
- "OECD Ilibrary | Entrepreneurship At A Glance 2017". 2021. Dx.Doi.Org. https://dx.doi.org/10.1787/entrepreneur_aag-2017-en.
- Osterwalder, Alexander, and Alexander Osterwalder. 2005. "What Is A Business Model? — Business Model Alchemist". Business Model Alchemist. <http://businessmodelalchemist.com/2005/11/what-is-business-model.html>.

- Reh, F. John. 2019. "KSA: How To Use The Knowledge, Skills And Abilities Model". The Balance Careers. <https://www.thebalancecareers.com/understanding-knowledge-skills-and-abilities-ksa-2275329>.
- Reyes, Christine. 2021. "Digital Strategy - The Evolving Business Strategy | Liferay". Liferay.Com. Accessed March 24. <https://www.liferay.com/resources/l/digital-strategy>.
- Rum, Jeff, and Jeff Rum. 2016. "10 Steps To Building An Effective Digital Strategy". Social Media Today. <https://www.socialmediatoday.com/marketing/10-steps-building-effective-digital-strategy>.
- Shukla, Saumil. 2017. "Emerging Business Model: C2C". SPM PDP. <https://spmpdp.wordpress.com/2017/11/26/emerging-business-model-c2c/>.
- Tarver, Evan. 2020. "The Best Customer To Customer Sellers Can Be People Like You". Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/c/ctoc.asp>.
- Uzialko, Adam. 2020. "What Is B2B?". Businessnewsdaily.Com. <https://www.businessnewsdaily.com/5000-what-is-b2b.html>.
- "What Is An SME? - Small And Medium Sized Enterprises (SME) - Enterprise And Industry". 2015. Web.Archive.Org. https://web.archive.org/web/20150208090338/http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_en.htm.
- "WHO Global Disability Action Plan 2014-2021". 2014. World Health Organization. <https://www.who.int/disabilities/actionplan/en/>.

CASA EDITRICE:

Outreach Hannover e.V., Germania

 **Outreach
Hannover**

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union



The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.