



IO1 – Il report in  
sintesi



**THE  
MISSING  
ENTREPRENEURS**

**Questo report è stato redatto da:**

---



**Center for Social  
Innovation**

**Il consorzio**

---



Questo progetto è stato finanziato dal Programma Erasmus+ dell'Unione Europea. Questa pubblicazione riflette unicamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile dell'utilizzo che possa essere fatto delle informazioni ivi contenute. Numero Progetto: 2020-1-FR01-KA204-080632



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



---

## *I01 – Il report in sintesi*

*Giugno 2021*

---

<b>Intellectual Output coinvolto:</b>	I01- Quadro completo dei gap nelle competenze digitali dei gruppi di popolazione scarsamente rappresentati (donne, immigrati, giovani e anziani) nel settore dell'imprenditoria digitale
<b>Leader IO:</b>	P3: CSI
<b>Titolo Progetto:</b>	Promoting capacity building of Missing Entrepreneurs for inclusive digital entrepreneurship and digital transformation of businesses
<b>Acronimo Progetto:</b>	The Missing Entrepreneurs
<b>Numero Progetto:</b>	2020-1-FR01-KA204-080632

## Sommario

1. Introduzione.....	5
2. Principali Risultati della Ricerca documentale.....	5
3. Risultati della Ricerca: Buone Pratiche.....	12
4. Risultati della Ricerca: Questionari.....	15
5. Conclusioni e Raccomandazioni.....	18
Allegato 1: Gap di competenze in sintesi .....	20
Allegato 2: competenze dell'IO1 con DigComp ed EntreComp .....	24

## 1. Introduzione

Il sommario conclusivo del progetto The Missing Entrepreneurs è un documento redatto sulla base della ricerca – sia documentale che sul campo – condotta dai partner del progetto. La relazione segue le analisi dei contesti nazionali di sei Paesi dell'UE (Francia, Portogallo, Spagna, Cipro, Italia e Austria). Il suo obiettivo principale è identificare le lacune nelle competenze dei gruppi di popolazione scarsamente rappresentati (donne, immigrati, giovani e anziani) nel campo dell'imprenditoria digitale. Per raggiungere questo obiettivo, la relazione comparativa è strutturata come segue.

In primo luogo, è stato fornito un report nazionale del contesto di ciascuno dei sei Paesi dopo una ricerca documentale. Successivamente, è stata svolta una valutazione delle buone pratiche attualmente esistenti (4-7 per ogni Paese partner). In terzo luogo, si è sviluppata una sezione con i risultati dei questionari, somministrati a 40 stakeholder di ciascun Paese e all'interno dei nostri gruppi target (l'obiettivo era di 240 risposte, ne sono state raccolte in totale 267). Questi questionari hanno permesso di indagare il contesto nazionale nell'ambito della nostra proposta, e ci hanno fornito una prospettiva transnazionale che ci ha aiutato a definire i gap comuni all'interno dei Paesi partecipanti.

La parte finale offre un focus sui gap di competenze dei gruppi di popolazione sopra menzionati (donne, immigrati, giovani e anziani) nell'ambito dell'imprenditoria digitale.

## 2. Principali Risultati della Ricerca documentale

### Francia

L'indagine European Startup Monitor suggerisce che **le donne sono fortemente sottorappresentate** tra gli imprenditori digitali in Francia. Nel 2018, le donne rappresentavano solo il 20% dei fondatori di start-up in Francia. Secondo il report dell'Agenzia Digitale del gennaio 2019, il numero di donne leader di start-up in Francia è del 12,4%. Nel periodo 2014-18, il 2,9% delle donne nell'UE ha cercato di avviare un'impresa. Per quanto riguarda i giovani e le loro attività imprenditoriali, **sempre più giovani si mettono alla prova nel settore**. Con una crescita del 22%,

il numero di aziende start-up è aumentato maggiormente l'anno scorso nelle attività di trasporto e stoccaggio. In questo settore, il 62% dei fondatori aveva meno di 30 anni. A seguire, il settore immobiliare (+10%) e commerciale (+9%) in cui la percentuale di giovani imprenditori è altrettanto elevata. Tra i cittadini anziani, la creazione/acquisizione di un'impresa è motivata dal desiderio di essere indipendenti e dall'attrazione per l'imprenditorialità, ma spesso è semplicemente la disoccupazione che li spinge a crearsi un'impresa propria. **Persone di 50 anni e più guidano circa il 16% delle creazioni ed acquisizioni di imprese.** Poche imprese create da cittadini senior hanno beneficiato di aiuti alle start-up.

I provvedimenti della Francia per migliorare le competenze digitali della popolazione sono in fase di sviluppo e dovrebbero produrre risultati tangibili nei prossimi anni. Iniziative più mirate saranno importanti per aggiornare la forza lavoro per l'economia digitale e per promuovere lo sviluppo di competenze digitali avanzate. Il **Piano "Entrepreneurial Spirit" a favore dell'imprenditorialità degli studenti** riflette la volontà del ministro di rendere l'imprenditorialità studentesca una priorità nei prossimi anni aumentando il numero di corsi di formazione all'imprenditorialità, incoraggiando lo svolgimento di progetti imprenditoriali durante gli studi e migliorando il riconoscimento delle competenze sviluppate da studenti imprenditori. Inoltre, il governo francese prevede di stabilire strategie per adattare la forza lavoro alle esigenze dell'economia digitale. Allo stesso tempo, la rivoluzione digitale sta trasformando le organizzazioni e i posti di lavoro in tutti i settori. **Si stima che il 50% dei posti di lavoro attuali saranno probabilmente trasformati dalla tecnologia digitale nei prossimi anni.** Tuttavia, la tecnologia digitale offre anche nuove opportunità di lavoro, in particolare nelle nuove professioni. Infine, per quanto riguarda gli stadi di sviluppo più maturi, la **dimensione dei fondi di venture capital francesi non permette alle start-up di finanziare una grande raccolta fondi, indispensabile per garantire l'industrializzazione e l'internazionalizzazione della loro attività.**

## **Portogallo**

In Portogallo e secondo il report "The Missing Entrepreneurs 2019: Politiche per un'Imprenditorialità Inclusiva" **le donne, i giovani e i senior avevano più probabilità della media dell'Unione Europea (UE) di essere coinvolti nell'avvio**

**di un'impresa** o nella gestione di una nata da meno di 42 mesi tra il 2014 e il 2018 – 7,0% contro 4,9% per le donne, 9,7% contro 7,7% per i giovani, e 5,4% contro 4,4% per i senior. Le donne portoghesi mostrano una preferenza significativamente minore per il lavoro autonomo rispetto agli uomini. È improbabile che la maggior parte di esse prenda la decisione di mettersi in proprio senza l'esistenza di un fattore di stress come la disoccupazione o la perdita improvvisa di reddito, la necessità di sfuggire a condizioni di lavoro avverse o la discriminazione salariale e di carriera. Per quanto riguarda le iniziative volte a promuovere lo spirito imprenditoriale delle donne in Portogallo, è stata creata un'iniziativa chiamata *Donne al Lavoro* ("Mulheres à Obra") per le donne disposte a cercare un percorso professionale diverso, più in linea con le loro esigenze di adattamento della vita familiare-lavorativa e le loro preferenze e competenze. Esistono diversi progetti ed iniziative che sostengono l'imprenditorialità degli immigrati, con particolare attenzione a coloro che vivono nei quartieri più vulnerabili. Riguardo alle iniziative che cercano di sostenere i senior, considerando che vi sono lacune nell'offerta di soluzioni efficaci per mitigare la disoccupazione tra le fasce di età superiori ai 45 anni, in particolare tra gli individui con alti livelli di qualificazione, l'Associazione Imprenditoriale del Portogallo (Fondazione AEP - Associação Empresarial de Portugal) ha definito una strategia per sostenere l'imprenditorialità senior. Pertanto, a proposito delle **misure di sostegno pubblico all'imprenditorialità giovanile** in Portogallo, il governo ha lanciato una strategia nazionale per l'imprenditorialità.

## **Spagna**

I principali risultati rilevanti della ricerca documentale in Spagna sono:

- il 43% delle persone tra i 16 e i 74 anni non ha competenze digitali di base.
- il 36% della forza lavoro non ha competenze digitali di base, la situazione è peggiore tra la popolazione disoccupata (55%) rispetto a quella degli occupati (32%).
- La strategia governativa Spain Digital 2025 darà la priorità al superamento del divario di competenze digitali tra occupati e disoccupati per mitigare la cronicizzazione delle situazioni di disoccupazione e permettere una continua

riqualificazione durante tutta la vita lavorativa, prestando particolare attenzione al divario digitale esistente nelle aree a bassa densità di popolazione e nel mondo rurale.

Le esigenze “digitali” identificate per ogni gruppo di beneficiari sono:

**Giovani (15 - 24):**

- “saper fare” con le nuove tecnologie per partecipare alla comunità e alla nuova società digitale (programmare, far funzionare dispositivi come i droni, generare contenuti digitali, progettare, ecc.).
- utilizzo responsabile di tecnologie, sicurezza, privacy e pensiero critico.
- orientamento, formazione e specializzazione in preparazione all’ingresso nel mondo del lavoro. Necessità di lavorare e rafforzare le competenze trasversali o "soft skills" (comunicazione, leadership, creatività, lavoro in team ...), che sono competenze sempre più richieste sul posto di lavoro.

**Giovani (15 - 24) senza corso di studi e senza occupazione:**

- motivazione e sviluppo di competenze che coinvolgano l’utilizzo di nuove tecnologie, sia digitali che legate ai concetti di STEAM e Makerspace, per l’imprenditorialità sociale ed economica.

**Adulti in generale (25 - 65), senza una segmentazione specifica:**

- competenze tecnologiche, partecipazione a comunità e reti, generare contenuti, usarli in ambienti complessi.
- amministrazione elettronica digitale, nuovi servizi legati alla partecipazione comunitaria e democratica e legati all’utilizzo di servizi digitali di tutti i tipi che si dispiegano in settori come quello finanziario, assicurativo, energetico, della mobilità, ecc.
- coesistenza a casa, al lavoro o nell’ambiente di nuovi concetti digitali, come l’Intelligenza Artificiale, la robotica, i chatbot, i sistemi di registro distribuiti, ecc. Abilità nel risolvere problemi legati alla tecnologia in questi ambienti.
- legislazione, regolamentazione o problemi di privacy e sicurezza.
- apprendimento continuo, soprattutto per la riqualificazione delle competenze digitali per il lavoro.
- certificazione delle competenze digitali per l’accreditamento sul posto di lavoro.



**Persone in cerca di lavoro, sia giovani che anziani:**

- qualificazione e riqualificazione per l'occupabilità, comprese sia le competenze tecniche (programmazione), sia le competenze orizzontali legate alla creatività, al design, al lavoro di gruppo, ecc.
- certificazione delle competenze digitali.

**Imprenditori, liberi professionisti e lavoratori di piccole imprese e PMI:**

- competenze nell'utilizzo di nuove tecnologie digitali e affini: gestione degli strumenti per la loro applicazione nei processi, prodotti e servizi, collegamento con clienti e partner, eCommerce, sviluppo delle persone, ecc.
- amministrazione elettronica digitale da un punto di vista aziendale.
- capacità nella risoluzione di problemi legati alla tecnologia nell'ambiente di lavoro.
- legislazione, regolamentazione e questioni relative alla privacy e alla sicurezza dal punto di vista aziendale.
- apprendimento continuo e virtuale di tutti i tipi di competenze e capacità.
- qualificazione e riqualificazione sul posto di lavoro per l'uso consapevole della tecnologia.

**Persone a rischio di esclusione digitale (popolazione rurale, donne, immigrati, persone con disabilità...):**

- alfabetizzazione digitale come strumento per migliorare la loro qualità di vita.
- sviluppo di competenze digitali per l'inclusione sociale, lavorativa e personale nella società, tenendo conto delle esigenze specifiche di ogni gruppo specifico: accessibilità alle TIC per di persone con disabilità, eventuale supporto linguistico nel caso di immigrati, ecc.

Si raccomanda di seguire, al momento della creazione dei programmi di formazione che saranno offerti dal progetto The Missing Entrepreneurs, le 10 discipline chiave stabilite nell'ambiente digitale di un'azienda e un totale di 41 competenze derivate richieste dalle PMI spagnole presentate a pagina 17, nel Report Nazionale della Spagna.

**Cipro**

A Cipro **il finanziamento rimane una delle sfide principali per tutte le attività imprenditoriali**. A causa della crisi finanziaria del Paese nel 2008-09, che ha portato ad una ristrutturazione del settore finanziario, e secondo la Dichiarazione Politica Nazionale (2015), il 92% degli imprenditori ciprioti crede fortemente che assicurarsi un finanziamento sia un requisito per il corretto funzionamento delle loro imprese. Inoltre, **la dichiarazione politica si concentra sul rafforzamento delle competenze e delle attività imprenditoriali per tutti e sottolinea la necessità di rafforzare il sostegno all'imprenditorialità giovanile e femminile**. Tuttavia, non per tutti i gruppi sociali, ad es. anziani, migranti, persone con disabilità, sono fissati obiettivi e traguardi sulla creazione di imprese; anche se il loro sostegno è previsto attraverso buone pratiche e programmi.

Un'importante questione che contribuirà all'imprenditorialità inclusiva sono le riforme normative che faciliteranno anche la creazione di imprese. Entro il 2020 si sarebbe dovuta realizzare una serie di iniziative normative per rafforzare l'ecosistema imprenditoriale, come descritto dal Programma Nazionale delle Riforme del 2017.

## **Italia**

In Italia ci sono circa 500.000 imprese guidate da giovani under 35, che rappresentano l'8,6% del sistema produttivo nazionale. **Quasi il 70% dei piccoli imprenditori in questo Paese ha più di 50 anni, mentre gli under 30 sono in forte calo**. Guardando ai singoli settori, troviamo che gli imprenditori di più di 50 anni rappresentano il 72,3% in agricoltura e il 60,3% nel manifatturiero. Esistono molte iniziative per l'imprenditoria giovanile e misure di sostegno, ad es. da parte delle camere di commercio. Poche imprese sono gestite da donne straniere, e rappresentano il 10,8% di tutte le imprese femminili del Paese. La più alta incidenza di imprese immigrate sul totale è dovuta ad attività di noleggio, agenzie di viaggi e servizi alle imprese (17%). **Fin dalla crisi del 2008, gli immigrati lavoratori autonomi hanno dato un contributo decisivo al mantenimento della base imprenditoriale**. Il Covid-19 ha portato ad un ulteriore rallentamento della crescita delle imprese, come in altri paesi. Le difficoltà incontrate dagli stranieri nella ricerca di un'occupazione sono a) la mancanza di competenze linguistiche, b) la dispersione scolastica dei minori, c) i titoli di studio non riconosciuti, d) la cittadinanza o il

permesso di soggiorno, e) la provenienza, la religione e la classe sociale. Il profilo della nuova imprenditrice italiana che ha meno di 40 anni (60% contro il 55% maschile) ha un livello di istruzione elevato e mediamente superiore a quello maschile. All'interno delle imprese femminili, quelle giovani, rispetto a quelle non giovani, mostrano performance migliori da tutti i punti di vista: sono più innovative, investono di più in tecnologie verdi e nella sostenibilità, come anche nella responsabilità sociale d'impresa. Tuttavia, **le imprese giovanili femminili sono meno digitalizzate** (il 19% ha adottato o sta adottando misure d'impresa 4.0 rispetto al 25% delle imprese non femminili), principalmente a causa di una minore conoscenza delle attuali misure sulla transizione digitale.

## **Austria**

**La quota di imprese austriache avviate da donne è in aumento - dal 39,5% nel 2010 al 44,5% nel 2017.**

Tuttavia, **vi è certamente un divario di genere in Austria**, in quanto le donne possiedono in media meno competenze imprenditoriali necessarie per avviare un'impresa (41% contro 58,1%), e le donne in generale gestiscono imprese più piccole con meno dipendenti, capitale ed ambizioni di crescita rispetto agli uomini.

**I giovani in Austria hanno uno dei livelli più bassi di lavoro autonomo nell'UE - - 3,3% rispetto al 6,5%.** I giovani hanno una probabilità leggermente inferiore rispetto agli adulti di possedere le competenze imprenditoriali necessarie per avviare un'impresa - 45 % contro 49,6 %, ma è più probabile che abbiano competenze digitali significativamente migliori rispetto agli adulti in media. Il 13,7% degli adulti austriaci ha indicato di non avere alcuna esperienza pregressa con il computer, o di non avere competenze informatiche di base.

**Gli anziani in Austria hanno meno probabilità di essere lavoratori autonomi rispetto alla media UE - 15,5% rispetto al 17,7%,** con un salto all'età pensionabile di 65 anni, gli anziani sopra i 65 anni hanno significativamente meno probabilità di essere attivi come imprenditori.

**I migranti nati in un altro Stato membro dell'UE avevano un tasso di lavoro autonomo superiore alla media, ma non è più così. Il tasso di lavoro autonomo**

**dei migranti nati fuori dall'UE è sempre stato più basso, con una differenza di quasi il 4%.**

La competenza nell'alfabetizzazione e nel calcolo raggiunge i pic tra i 25-34enni, mentre la competenza dei 55-64enni è generalmente la più bassa di tutte le fasce di età. L'Austria ha sviluppato un proprio modello di competenza per le abilità digitali, chiamato "Digital Competence Framework for Austria - DigComp 2.2 AT".

### **3. Risultati della Ricerca: Buone Pratiche**

Molte buone pratiche sono state menzionate nei report nazionali di ciascun Paese. Più specificamente ci sono iniziative e progetti che si rivolgono a donne, giovani, immigrati e senior. Alcuni esempi sono:

Francia

- La Transizione Digitale del Settore del Volontariato (iniziativa) – Gruppo target: PMI e microimprese. L'Associazione offre un servizio di auto-diagnosi semplice e gratuito che permette alle PMI/microimprese di valutare il loro livello di maturità digitale nel Web e ottenere un piano d'azione personalizzato in meno di 10 minuti.
- Donne nelle professioni digitali (iniziativa) – Gruppo target: Donne che desiderano avviare un'attività in proprio. Fornisce un sostegno a lungo termine alle donne che desiderano avviare la propria attività, accedere alla formazione o al primo lavoro, o cercare un cambiamento di direzione; un impegno che a volte si estende ben oltre la Francia.

Portogallo

- PEI - Progetto per la Promozione dell'Imprenditorialità tra gli Immigrati (Progetto) – Gruppo target: cittadini immigrati che vogliono strutturare un'idea di azienda ed implementarla. Mira a promuovere l'imprenditorialità tra le comunità di immigrati, con particolare attenzione a coloro che vivono nei quartieri più vulnerabili.
- Empreender 45-60 (Progetto) – Gruppo target: Individui nella fascia di età 45-60, in particolare con alti livelli di qualificazione.

## Spagna

- Cybervolunteers: “Cibervoluntarios” che promuovono il volontariato tecnologico in Spagna (Iniziativa) – Gruppo target: anziani, persone con disabilità, donne imprenditrici e studenti della scuola primaria e secondaria, educatori e genitori. 1.500 volontari in tutta la Spagna rilevano i bisogni di competenze digitali, organizzano workshop e formano i cittadini in competenze digitali.
- Donare dispositivi (Progetto) – Gruppo target: studenti delle scuole provenienti da ambienti svantaggiati. AMETIC, in collaborazione con il Ministero dell’Istruzione e della Formazione Professionale, sta mobilitando i suoi membri a donare dispositivi come tablet, computer portatili e linee telefoniche ad alta capacità da distribuire agli studenti delle scuole provenienti da ambienti svantaggiati.

## Cipro

- CYPRUSINNO (Progetto) – Gruppo target: giovani, imprenditori sociali e start-up. È una piattaforma digitale che offre agli imprenditori e ai problem-solver ciprioti di tutta l’isola la possibilità di connettersi con innovatori che la pensano come loro, di fare rete e anche di pubblicare sul sito.
- Migrant & Youth Social Inclusion Through Entrepreneurship – MYSITE (Progetto) – Gruppo target: Giovani cittadini di Paesi terzi e locali interessati all’imprenditorialità. Questo progetto affronta l’imprenditorialità come strumento di integrazione. Uno degli obiettivi del progetto è promuovere l’imprenditorialità giovanile come mezzo di occupazione e di indipendenza finanziaria.

## Italia

- #HERE (Progetto) – Gruppo target: Ospiti del centro di accoglienza SPRAR ENEA. Creazione di una struttura permanente dedicata alle nuove tecnologie – al servizio di ospiti ed operatori del centro SPRAR ENEA per rafforzare le competenze digitali e sperimentare nuove modalità di socializzazione e apprendimento in modo creativo e innovativo.

- Be-Win (Business Entrepreneurship Women In Network) (Progetto) – Gruppo target: Nuove giovani imprenditrici italiane. Il progetto mira a sviluppare una “rete italiana di donne imprenditrici” per sostenere, grazie alle opportunità di comunicazione offerte dalle nuove tecnologie, il trasferimento di esperienze e conoscenze da 32 donne che hanno maturato una significativa esperienza in campo manageriale e imprenditoriale (Tutor), a 64 nuove imprenditrici nel mondo dell’imprenditoria.

#### Austria

- aws (Programma) – Gruppo target: PMI, futuri imprenditori. Sostiene le aziende nella realizzazione dei loro progetti innovativi offrendo prestiti agevolati, sovvenzioni e garanzie, in particolare nei casi in cui i fondi richiesti non possono essere ottenuti sufficientemente attraverso finanziamenti alternativi.
- fit4internet (Piattaforma) – Gruppo target: giovani, impiegati e coloro che rientrano nella forza lavoro, anziani. fit4internet è la piattaforma che contribuisce all’aumento delle competenze digitali in diversi modi, in particolare unendo diverse forze. Gli strumenti f4i offrono la possibilità di ottenere un orientamento sul proprio livello di competenza, e quindi continuare ad imparare e migliorare sé stessi in modo mirato.

## 4. Risultati della Ricerca: Questionari

È stato fornito un questionario da distribuire in tutti i Paesi partner. L'obiettivo era la raccolta di almeno 40 questionari in ogni Paese partner per un totale di 240, si è raggiunto un totale di 267 questionari. In particolare, in ogni Paese partner dovevano essere raccolti almeno 5 questionari da ciascuno dei gruppi sociali a cui il progetto si rivolge (donne, giovani, anziani, immigrati). I questionari sono stati distribuiti secondo il piano d'azione proposto. Il questionario è stato fornito come un questionario online in Google Form in modo da ricevere le risposte più velocemente ed essere in grado di analizzare i risultati in modo più efficiente.

Quasi il 78% delle persone che hanno risposto al questionario in **Francia** erano tra i 18 e i 34 anni, il 6% tra i 35 e i 44 anni, e il 16% tra i 45 e i 54 e tra i 55 e i 64 anni. Il 67% degli intervistati era francese, mentre il restante 33% proveniva da Paesi UE e non UE. Il 97% di questi aveva un livello di studi superiore (università e oltre). Più del 79% dei partecipanti conosce l'imprenditorialità, e più dell'83% ha familiarità con la creazione di un'impresa. Tuttavia, la maggior parte degli intervistati preferisce ancora rimanere fuori dall'imprenditoria digitale, l'incapacità di permettersi di avviare un'attività e la mancanza di conoscenze sono le ragioni principali che impediscono loro di prendere l'iniziativa.

In **Portogallo**, gli intervistati sono stati i seguenti: Donne – 28 risposte; Giovani – 25 risposte; senior – 7 risposte, e Immigrati – 8 risposte. La metà dei rispondenti ha un background imprenditoriale. Per quanto riguarda il termine "Imprenditoria Digitale", la maggioranza dei partecipanti sente di avere abbastanza familiarità con esso. Hanno dichiarato che il campo dell'Imprenditoria Digitale ha un potenziale commerciale attraente ed una maggiore vicinanza alle esigenze dei clienti, essendo un settore in crescita a basso costo con una migliore portata e praticità. È stata attribuita grande importanza alle competenze in materia di Comunicazione, Finanza, Gestione delle Operazioni e, inoltre, l'opzione più scelta è stata quella del Project Management.

Quasi il 70% dei partecipanti al questionario in **Spagna** aveva un'età compresa tra i 18 e i 34 anni, l'11% più di 65 anni e il 7% di ciascuna delle altre fasce di età 35-44,

45-54 e 55-64. Il 70% dei partecipanti erano donne e il 30% erano uomini. Il 60% di tutti loro aveva un livello di istruzione terziaria. Di coloro che sono stati imprenditori in passato, il 9% ha chiuso l'attività e il 36% l'ha venduta. La maggior parte delle ragioni addotte per non avere un'attività in corso al momento sono di natura finanziaria (50%) o legate alla mancanza di altre risorse come l'energia (29%), il tempo (18%) ed altri problemi operativi (24%). Il 17% dei partecipanti dichiara una mancanza di conoscenze sulla creazione e la gestione di un'impresa. Solo il 14% dei partecipanti ritiene di avere familiarità con l'imprenditoria digitale, tuttavia quasi la metà dei partecipanti l'ha considerata un'opzione interessante per avviare un'attività. L'analisi completa delle competenze esistenti percepite e la rilevanza delle competenze ci danno un'idea abbastanza chiara delle competenze necessarie. Possiamo osservare che i partecipanti dichiarano di essere più abili nella comunicazione, nel design e nella gestione di progetti e prodotti piuttosto che nella finanza, nell'analisi dei dati, nel marketing digitale o nello sviluppo web. Allo stesso tempo, mostrano chiari bisogni di colmare il gap di conoscenze che percepiscono di avere in queste aree, dato che considerano queste competenze rilevanti per la creazione dell'impresa.

A **Cipro**, il 40% dei partecipanti copriva la fascia di età tra i 25 e i 34 anni, mentre solo il 5% era tra i 18 e i 24 anni. Per quanto riguarda il genere, il 67% degli intervistati erano donne e il 33% uomini. Le ragioni principali per cui i partecipanti all'indagine non possiedono un'impresa oggi sono finanziarie ed operative. I rispondenti imprenditori hanno avviato la propria attività da circa 2 anni. Solo 12 dei 40 partecipanti non hanno mai considerato di entrare nell'imprenditoria digitale. Il resto di essi sta considerando di entrare nel digitale, perché può offrire opportunità commerciali e finanziarie rilevanti. A tal fine, intendono ampliare le loro conoscenze sull'avvio di un'impresa digitale. Quando alle persone è stato chiesto di valutare la loro conoscenza e familiarità pratica con alcune competenze, la maggior parte delle persone ha indicato di avere molta familiarità con i termini di comunicazione e gestione di progetti. Molti partecipanti però non possiedono competenze relative allo sviluppo web, all'analisi dei dati e allo sviluppo di prodotti e servizi.



In **Italia**, sono state intervistate 53 persone, di cui 29 donne e 23 uomini, di nazionalità prevalentemente italiana. Circa il 70% degli intervistati appartiene alla fascia di età giovane (18-34 anni), il resto appartiene alla fascia di età 35-64 anni, e solo un intervistato ha dichiarato un'età superiore ai 65 anni. Il 25% degli intervistati dichiara di avere un'elevata conoscenza relativa alla creazione di imprese, il 47% dichiara di avere una conoscenza media e il 28% dichiara di avere una scarsa conoscenza. Circa il 30% degli intervistati afferma di avere una buona familiarità con il termine imprenditorialità, il 59% ha una familiarità media e l'11% una scarsa familiarità. Il 15% degli intervistati dichiara di avere familiarità con il termine imprenditoria digitale, il 60% dichiara una familiarità media e il 25% una scarsa familiarità. Questo suggerisce che gli intervistati hanno meno familiarità con il mondo dell'imprenditoria digitale rispetto al più ampio mondo dell'imprenditoria: circa il 15% degli intervistati che hanno detto di avere familiarità con il termine imprenditoria si è spostato nel gruppo di coloro che hanno detto di non avere familiarità con il termine di imprenditoria digitale. Alcune altre competenze legate all'imprenditoria digitale suggerite dagli intervistati sono 1) Problem Solving in situazioni di emergenza; 2) Creazione di contenuti, soft skills, empatia; 3) Competenze linguistiche; 4) Lavoro in team; 5) Innovazione.

Gli intervistati in **Austria** erano quasi perfettamente divisi per genere. Per quanto riguarda l'età, tutte le fasce di età erano rappresentate, con quelli di 35-44 anni che erano i più attivi, mentre gli intervistati con più di 65 anni erano i meno rappresentati. 29 intervistati (62%) sono nati in Austria. La stragrande maggioranza di essi (83%) non possiede una laurea. Le ragioni principali per la chiusura delle aziende sono state legate al mercato e all'incapacità di far fronte agli obblighi finanziari. Detto questo, un certo numero di aziende è stato chiuso per motivi personali – i loro proprietari non erano in grado di tenere il passo con lo stile di vita esigente di un imprenditore e non erano disposti a fare ulteriori sacrifici. Il 70% degli intervistati valuta la propria conoscenza dell'imprenditorialità come significativa, e la metà di loro come la più alta possibile. Più della metà degli intervistati ha valutato le proprie competenze nell'imprenditoria digitale come insufficienti, e solo il 13% ha dato ad esse un risultato massimo. Le opportunità commerciali e finanziarie esistenti, così come la relativa facilità di avviare

un'impresa online, sono i principali fattori di attrazione. Tuttavia, la maggior parte degli intervistati preferisce ancora rimanere fuori dall'imprenditoria digitale a causa dell'incapacità di permettersi di avviare un'attività e della mancanza di conoscenze. Sul lato negativo, gli intervistati hanno menzionato: una mancanza di interesse nell'imprenditoria digitale in generale – a causa della sicurezza del lavoro o dei piani di pensionamento; una mancanza di idee aziendali concrete; una mancanza di opportunità; e una mancanza di know-how.

Questa sezione comprende le conclusioni e le raccomandazioni di ciascun Paese. Strutturato in tal modo, questo report offre una panoramica approfondita delle lacune e dei bisogni nel campo dell'imprenditoria digitale per i gruppi sottorappresentati nei Paesi dell'UE. Una delle intuizioni più importanti offerte da questo report è che, nonostante le differenze nelle situazioni dei Paesi partner, alcune questioni riguardanti le attività imprenditoriali sembrano essere comuni a tutti i contesti nazionali. Ad esempio, è stato notato che molte iniziative rilevanti per aumentare il livello di competenze digitali esistono ma devono essere sviluppate.

## **5. Conclusioni e Raccomandazioni**

Sulla base dei risultati della ricerca, ci sono dure raccomandazioni chiave che dovrebbero essere sfruttate per aumentare la partecipazione dei gruppi di popolazione sottorappresentati (donne, immigrati, giovani e anziani) nell'imprenditoria digitale.

1. Prima di tutto, dovrebbero essere messe in atto iniziative governative più personalizzate a sostegno degli imprenditori, in modo da diventare più adatte alle esigenze dei futuri imprenditori.

2. Inoltre, il fatto che una parte significativa degli stakeholder abbia scarse competenze in materia di imprenditorialità, e più specificamente di imprenditorialità digitale, crea una sfida ed un ostacolo per i potenziali imprenditori nell'avviare la propria attività. Pertanto, un'altra raccomandazione è quella di istituire corsi e programmi di formazione e capacity building sulle competenze rilevanti e su richiesta per i potenziali imprenditori digitali, in modo da garantire che essi possiedano le conoscenze e le competenze necessarie per avviare

un'impresa digitale. Questo tipo di approccio può contribuire ad adattare il mercato del lavoro e la sua forza lavoro al mondo digitale.

In conclusione, in ordine di priorità, le più importanti competenze con cui gli intervistati non hanno familiarità sono:

- Analisi di dati
- Sviluppo web
- Finanza
- Marketing Digitale
- Sviluppo di prodotti e servizi

Per un elenco completo dei gap di competenze per Paese del consorzio è possibile consultare l'Allegato 1.

## **Allegato 1: Gap di competenze in sintesi**

Infine, per quanto riguarda la ricerca che è stata realizzata attraverso i questionari, i partecipanti hanno risposto ad alcune fondamentali domande che sono riportate di seguito. Si elencano così alcune raccomandazioni con la tabella riassuntiva di gap nelle competenze per Paese partner.

### **Francia – 36 questionari**

Una domanda rilevante da approfondire era la numero 7, riguardante la familiarità con la creazione di un'impresa. La maggioranza dei rispondenti in Francia ha familiarità con tale argomento.

Un'altra domanda significativa era la numero 13 che investigava la familiarità con il termine Imprenditoria Digitale e la maggioranza ha familiarità con il termine, anche se alcuni rispondenti hanno assegnato un punteggio inferiore a 5/10.

La domanda che doveva essere posta per capire le esigenze era la 17, riguardante le conoscenze e la familiarità pratica con le competenze che essi potrebbero avere. Di seguito possiamo vedere nell'elenco le competenze con cui i partecipanti non hanno familiarità, fino a quelle con cui ne hanno di più.

- a. Finanza
- b. Sviluppo web
- c. Digital Marketing (Branding, Logistica, Distribuzione)
- d. Product service development
- e. Analisi dei dati
- f. Social Media Management
- g. Operations management
- h. Business networking
- i. Design thinking/Creatività
- j. Comunicazione
- k. Project management

**Portogallo** – 42 questionari.

D7: c'è una variazione degli intervistati che hanno familiarità con la creazione di un'impresa. Molti di essi hanno risposto con 5/10 (8 persone), mentre molti hanno risposto con più di 6 (22 persone).

D13: la maggioranza (27 persone) ha familiarità con il termine Imprenditoria Digitale, ma ci sono state alcune risposte <5 (10 persone).

- a. Sviluppo Web
- b. Product service development
- c. Design thinking/Creativity
- d. Business networking
- e. Analisi dati
- f. Digital marketing (Branding, Logistics, Distribution)
- g. Operations management
- h. Social media management
- i. Finanza
- j. Project management
- k. Comunicazione

**Spagna** – 45 questionari

D7: la maggioranza ha familiarità con la creazione di un'impresa.

D13: la maggioranza ha familiarità con il termine Imprenditoria Digitale, ma ci sono state alcune risposte <5.

- a. Finanza
- b. Operations management
- c. Web development
- d. Data analytics

- e. Digital Marketing (Branding, Logistica, Distribuzione)
- f. Project management
- g. Product service development
- h. Business networking
- i. Social Media management
- j. Design Thinking/Creatività
- k. Comunicazione

**Cipro** – 43 questionari

D7: la maggioranza ha familiarità con la creazione di un'impresa.

D13: la maggioranza ha familiarità con il termine Imprenditoria Digitale, ma ci sono state alcune risposte <5.

- a. Sviluppo web
- b. Analisi dei dati
- c. Marketing digitale (Branding, Logistica, Distribuzione)
- d. Product service development
- e. Operations management
- f. Business networking
- g. Social media management
- h. Finanza
- i. Design Thinking/Creatività
- j. Project Management
- k. Comunicazione

**Italia** – 53 questionari

D7: la maggioranza non ha familiarità con la creazione di un'impresa.

D13: la maggioranza non ha molta familiarità con il termine Imprenditoria Digitale (24 su 53 hanno risposto con 5-6).

- a. Sviluppo web
- b. Product service development
- c. Business networking
- d. Analisi dei dati
- e. Finanza
- f. Marketing digitale (Branding, Logistica, Distribuzione)
- g. Design Thinking/Creatività
- h. Operations management
- i. Social media management
- j. Project management
- k. Comunicazione

**Austria** – 48 questionari

D7: la maggioranza ha familiarità con la creazione di un'impresa.

D13: c'è stato un numero rilevante di intervistati che ha familiarità con il termine Imprenditoria Digitale.

- a. Analisi dei dati
- b. Sviluppo web
- c. Marketing digitale (Branding, Logistica, Distribuzione)
- d. Design Thinking/Creatività

- e. Business networking
- f. Social media management
- g. Product service development
- h. Finanza
- i. Operations management
- j. Project management
- k. Comunicazione

## Allegato 2: competenze dell'IO1 con DigComp ed EntreComp

Attraverso l'utilizzo della European Quality Assurance in Vocational Education and Training (EQAVET), lo scopo del progetto è fornire una panoramica delle abilità e delle competenze rilevanti per l'imprenditorialità digitale. A tal fine, il consorzio ha mappato le competenze analizzate all'interno dell'IO1 insieme a due quadri di riferimento europei per le competenze chiave:

- [Lo European Entrepreneurship Competence Framework \(EntreComp\)](#): offre una descrizione completa delle conoscenze, capacità ed attitudini di una mentalità imprenditoriale.
- [Lo European Digital Competence Framework \(DigComp\)](#): offre gli elementi chiave per una visione condivisa su cosa siano le competenze digitali.

I risultati della corrispondenza delle competenze analizzate all'interno dell'IO1 insieme a DigComp si possono trovare nelle tabelle seguenti.

Competenze TME	Relazione con EntreComp		
	Area	Competenza	Descrittori
<b>A. Finanze:</b> Capacità di raccogliere, integrare ed interpretare informazioni finanziarie rilevanti da una varietà di fonti.	2. Risorse	<b>2.4. Alfabetizzazione finanziaria ed economica</b> (sviluppo di know how finanziario ed economico)	Stimare il costo della trasformazione di un'idea in un'attività che crei valore  Pianificare, mettere in atto e valutare decisioni finanziarie nel tempo  Gestire i finanziamenti per



			assicurarmi che la mia attività creatrice di valore possa durare a lungo termine
<b>B. Sviluppo web:</b> Capacità di creare e mantenere siti web.	Nessun collegamento diretto		
<b>C. Marketing digitale:</b> Capacità che combina diverse pratiche di marketing come web design, SEO, social media marketing, scrittura di contenuti ecc.	2. Risorse	<b>2.5. Mobilitare altri</b> (Ispirare, entusiasmare e coinvolgere altri)	Ispirare ed entusiasmare le parti interessate Ottenere il supporto necessario per raggiungere risultati di valore Dimostrare comunicazione efficace, persuasione, negoziazione e leadership
<b>D. Sviluppo di prodotti e servizi:</b> Capacità di definire un servizio per un nuovo prodotto, questo è un modello di business / consegna adeguato.	1. Idee ed Opportunità	<b>1.1. Individuare le Opportunità</b> (usare la propria immaginazione e capacità per identificare opportunità di creazione di valore)	Identificare e cogliere opportunità per la creazione di valore esplorando il panorama sociale, culturale ed economico  Identificare le esigenze e le sfide che devono essere soddisfatte  Stabilire nuovi collegamenti e riunire elementi sparsi del panorama per generare opportunità per la creazione di valore
	2. Risorse	<b>2.3. Mobilitazione di Risorse</b> (Raccogliere e gestire le risorse necessarie)	Ottenere e gestire le risorse materiali, non materiali e digitali necessarie per trasformare le idee in azione  Sfruttare al meglio le risorse limitate  Ottenere e gestire le competenze

			necessarie in ogni fase, comprese quelle tecniche, legali, fiscali e digitali
<b>E. Analisi dei dati:</b> Capacità di visualizzare i dati in modo efficace e presentarli in modo che fluiscono come una storia coerente e forniscano intuizioni preziose.	1. Idee ed Opportunità	<b>1.1. Individuare le Opportunità</b> (usare la propria immaginazione e capacità per identificare opportunità di creazione di valore)	<p>Identificare e cogliere opportunità per la creazione di valore esplorando il panorama sociale, culturale ed economico</p> <p>Identificare le esigenze e le sfide che devono essere soddisfatte</p> <p>Stabilire nuovi collegamenti e riunire elementi sparsi del panorama per generare opportunità per la creazione di valore</p>
<b>F. Gestione dei social media:</b> Capacità di gestire i social media raggiungendo il pubblico giusto, coinvolgendolo e conducendo un servizio o un marchio sui social media.	2. Risorse	<b>2.5. Mobilitare altri</b> (Ispirare, entusiasmare e coinvolgere altri)	<p>Ispirare ed entusiasmare le parti interessate</p> <p>Ottenere il supporto necessario per raggiungere risultati di valore</p> <p>Dimostrare comunicazione efficace, persuasione, negoziazione e leadership</p>
<b>G. Gestione delle operazioni:</b> Capacità di coordinare team, progetti, budget ed analizzare e prendere decisioni in merito.	2. Risorse	<b>2.1. Auto-consapevolezza ed auto-efficacia</b> (credere in sé stessi e continuare a svilupparsi)	<p>Riflettere sui propri bisogni, aspirazioni e desideri a breve, medio e lungo termine</p> <p>Identificare e valutare i propri</p>

			<p>punti di forza e di debolezza individuali e di gruppo</p> <p>Credere nella propria capacità di influenzare il corso degli eventi, nonostante incertezze, battute d'arresto e fallimenti temporanei</p>
		<p><b>2.2. Motivazione e perseveranza</b> (Rimanere concentrati e non arrendersi)</p>	<p>Essere determinati a trasformare le idee in azione e soddisfare il proprio bisogno di realizzazione</p> <p>Prepararsi ad essere pazienti e continuare a provare a raggiungere i propri obiettivi individuali o di gruppo a lungo termine</p> <p>Essere resilienti sotto la pressione, le avversità e i fallimenti temporanei</p>
		<p><b>2.3. Mobilitazione di Risorse</b> (Raccogliere e gestire le risorse necessarie)</p>	<p>Ottenere e gestire le risorse materiali, non materiali e digitali necessarie per trasformare le idee in azione</p> <p>Sfruttare al meglio le risorse limitate</p> <p>Ottenere e gestire le competenze necessarie in ogni fase, comprese quelle tecniche, legali, fiscali e digitali</p>

		<p><b>2.4. Alfabetizzazione finanziaria ed economica</b> (sviluppo di know how finanziario ed economico)</p>	<p>Stimare il costo della trasformazione di un'idea in un'attività che crei valore</p> <p>Pianificare, mettere in atto e valutare decisioni finanziarie nel tempo</p> <p>Gestire i finanziamenti per assicurarmi che la mia attività creatrice di valore possa durare a lungo termine</p>
		<p><b>2.5. Mobilitare altri</b> (Ispirare, entusiasmare e coinvolgere altri)</p>	<p>Ispirare ed entusiasmare le parti interessate</p> <p>Ottenere il supporto necessario per raggiungere risultati di valore</p> <p>Dimostrare comunicazione efficace, persuasione, negoziazione e leadership</p>
	<p>3. In Azione</p>	<p><b>3.1. Prendere l'iniziativa</b> (agire)</p>	<p>Avviare processi che creino valore</p> <p>Accettare le sfide</p> <p>Agire e lavorare in modo indipendente per raggiungere gli obiettivi, attenersi alle intenzioni e svolgere i compiti pianificati</p>
		<p><b>3.2. Pianificazione e gestione</b> (dare priorità, organizzare e seguire)</p>	<p>Stabilire obiettivi a lungo, medio e breve termine</p> <p>Definire priorità e piani d'azione</p>

			Adattarsi ai cambiamenti imprevisti
		<p><b>3.3. Affrontare le incertezze</b> (prendere decisioni affrontando incertezze, ambiguità e rischi)</p>	<p>Prendere decisioni quando il risultato di quelle decisioni è incerto, quando le informazioni disponibili sono parziali o ambigue, o quando c'è il rischio di risultati non voluti</p> <p>All'interno del processo di creazione di valore, includere modi strutturati di testare idee e prototipi fin dalle prime fasi, per ridurre i rischi di fallimento</p> <p>Gestire con prontezza e flessibilità le situazioni in rapido movimento</p>
		<p><b>3.4. Lavorare con altri</b> (fare squadra, collaborare e fare rete)</p>	<p>Lavorare insieme e cooperare con altri per sviluppare idee e trasformarle in azione</p> <p>Fare rete</p> <p>Risolvere i conflitti e affrontare positivamente la concorrenza quando necessario</p>
		<p><b>3.5. Apprendere attraverso l'esperienza</b> (imparare facendo)</p>	<p>Utilizzare qualunque iniziativa per la creazione di valore come opportunità di apprendimento</p> <p>Imparare con gli</p>

			<p>altri, compresi colleghi e tutor</p> <p>Riflettere ed imparare sia dal successo che dal fallimento (proprio e altrui)</p>
<p><b>H. Networking Aziendale:</b> Capacità di costruire e mantenere relazioni lavorative efficaci e costruttive, partenariati o reti di contatti con persone che sono, o potrebbero un giorno essere, strumentali al raggiungimento degli obiettivi lavorativi. Noto anche come Business networking/relationship/network Building.</p>	3. In Azione	<p><b>3.4. Lavorare con altri</b> (fare squadra, collaborare e fare rete)</p>	<p>Lavorare insieme e cooperare con altri per sviluppare idee e trasformarle in azione</p> <p>Fare rete</p> <p>Risolvere i conflitti e affrontare positivamente la concorrenza quando necessario</p>
<p><b>I. Creatività / Pensiero Creativo:</b> Capacità di scoprire nuove opportunità e soluzioni per i problemi guardando oltre le pratiche correnti ed usando il pensiero innovativo.</p>	1. Idee ed Opportunità	<p><b>1.2. Creatività</b> (sviluppare idee creative e propositive)</p>	<p>Sviluppare diverse idee ed opportunità per creare valore, comprese soluzioni migliori a sfide esistenti e nuove</p> <p>Esplorare e sperimentare approcci innovativi</p> <p>Combinare conoscenze e risorse per ottenere effetti di valore</p>
<p><b>J. Comunicazione:</b> Capacità di raggiungere obiettivi comunicativi in un modo socialmente appropriato, adattato al pubblico di destinazione.</p>	2. Risorse	<p><b>2.5. Mobilitare altri</b> (Ispirare, entusiasmare e coinvolgere altri)</p>	<p>Ispirare ed entusiasmare le parti interessate</p> <p>Ottenere il supporto necessario per raggiungere risultati di valore</p> <p>Dimostrare comunicazione efficace, persuasione,</p>

<p><b>K. Gestione di progetti:</b> Capacità di pianificare, organizzare e gestire le risorse per portare a termine con successo un progetto specifico.</p>	<p>2. Risorse</p>	<p><b>2.1. Auto-consapevolezza ed auto-efficacia</b> (credere in sé stessi e continuare a svilupparsi)</p>	<p>negoiazione e leadership</p> <p>Riflettere sui propri bisogni, aspirazioni e desideri a breve, medio e lungo termine</p> <p>Identificare e valutare i propri punti di forza e di debolezza individuali e di gruppo</p> <p>Credere nella propria capacità di influenzare il corso degli eventi, nonostante incertezze, battute d'arresto e fallimenti temporanei</p>
		<p><b>2.2. Motivazione e perseveranza</b> (Rimanere concentrati e non arrendersi)</p>	<p>Essere determinati a trasformare le idee in azione e soddisfare il proprio bisogno di realizzazione</p> <p>Prepararsi ad essere pazienti e continuare a provare a raggiungere i propri obiettivi individuali o di gruppo a lungo termine</p> <p>Essere resilienti sotto la pressione, le avversità e i fallimenti temporanei</p>
		<p><b>2.3. Mobilitazione di Risorse</b> (Raccogliere e gestire le risorse necessarie)</p>	<p>Ottenere e gestire le risorse materiali, non materiali e digitali necessarie per trasformare le idee in azione</p>

			<p>Sfruttare al meglio le risorse limitate</p> <p>Ottenere e gestire le competenze necessarie in ogni fase, comprese quelle tecniche, legali, fiscali e digitali</p>
		<p><b>2.4. Alfabetizzazione finanziaria ed economica</b> (sviluppo di know how finanziario ed economico)</p>	<p>Stimare il costo della trasformazione di un'idea in un'attività che crei valore</p> <p>Pianificare, mettere in atto e valutare decisioni finanziarie nel tempo</p> <p>Gestire i finanziamenti per assicurarmi che la mia attività creatrice di valore possa durare a lungo termine</p>
		<p><b>2.5. Mobilitare altri</b> (Ispirare, entusiasmare e coinvolgere altri)</p>	<p>Ispirare ed entusiasmare le parti interessate</p> <p>Ottenere il supporto necessario per raggiungere risultati di valore</p> <p>Dimostrare comunicazione efficace, persuasione, negoziazione e leadership</p>
	3. In Azione	<p><b>3.1. Prendere l'iniziativa</b> (agire)</p>	<p>Avviare processi che creino valore</p> <p>Accettare le sfide</p> <p>Agire e lavorare in modo indipendente per</p>



			raggiungere gli obiettivi, attenersi alle intenzioni e svolgere i compiti pianificati
		<b>3.2. Pianificazione e gestione</b> (dare priorità, organizzare e seguire)	Stabilire obiettivi a lungo, medio e breve termine  Definire priorità e piani d'azione  Adattarsi ai cambiamenti imprevisti
		<b>3.3. Affrontare le incertezze</b> (prendere decisioni affrontando incertezze, ambiguità e rischi)	Prendere decisioni quando il risultato di quelle decisioni è incerto, quando le informazioni disponibili sono parziali o ambigue, o quando c'è il rischio di risultati non voluti  All'interno del processo di creazione di valore, includere modi strutturati di testare idee e prototipi fin dalle prime fasi, per ridurre i rischi di fallimento  Gestire con prontezza e flessibilità le situazioni in rapido movimento
		<b>3.4. Lavorare con altri</b> (fare squadra, collaborare e fare rete)	Lavorare insieme e cooperare con altri per sviluppare idee e trasformarle in azione  Fare rete  Risolvere i conflitti e affrontare positivamente la

			concorrenza quando necessario
		<b>3.5. Apprendere attraverso l'esperienza</b> (imparare facendo)	<p>Utilizzare qualunque iniziativa per la creazione di valore come opportunità di apprendimento</p> <p>Imparare con gli altri, compresi colleghi e tutor</p> <p>Riflettere ed imparare sia dal successo che dal fallimento (proprio e altrui)</p>

Competenze TME	Relazione con DigComp		
	Area	Competences	Descriptors
<b>A. Finanze:</b> Capacità di raccogliere, integrare ed interpretare informazioni finanziarie rilevanti da una varietà di fonti.	1. Alfabetizzazione all'informazione e ai dati	<b>1.1 Navigare, cercare e filtrare dati, informazioni e contenuti digitali</b>	<p>Articolare i bisogni informativi, cercare dati, informazioni e contenuti in ambienti digitali, accedervi e navigare tra essi.</p> <p>Creare ed aggiornare strategie di ricerca personali.</p>
	1. Alfabetizzazione all'informazione e ai dati	<b>1.2 Valutare dati, informazioni e contenuti digitali</b>	<p>Analizzare, confrontare e valutare in modo critico la credibilità e l'affidabilità delle fonti di dati, informazioni e contenuti digitali.</p> <p>Analizzare, interpretare e valutare in modo critico i dati, le informazioni e i contenuti digitali.</p>
	1. Alfabetizzazione all'informazione e ai dati	<b>1.3 Gestire dati, informazioni e contenuti digitali</b>	Organizzare, memorizzare e recuperare dati, informazioni e contenuti in

			ambienti digitali.  Organizzare ed elaborare i dati in un ambiente strutturato.
<b>B. Sviluppo web:</b> Capacità di creare e mantenere siti web.	3. Creazione di contenuti digitali	<b>3.1 Sviluppare contenuti digitali</b>	Creare e modificare contenuti digitali in diversi formati, per esprimersi attraverso i mezzi digitali.
	3. Creazione di contenuti digitali	<b>3.2 Integrare e rielaborare contenuti digitali</b>	Modificare, raffinare, migliorare ed integrare informazioni e contenuti in un corpo di conoscenze esistenti per creare contenuti e conoscenze nuovi, originali e rilevanti.
	5. Problem solving	<b>5.2 Identificare bisogni e risposte tecnologiche</b>	Valutare i bisogni ed identificare, valutare, selezionare ed usare gli strumenti digitali e le possibili risposte tecnologiche per risolverli.  Adattare e personalizzare gli ambienti digitali alle esigenze personali (ad es. l'accessibilità).
<b>C. Marketing digitale:</b> Capacità che combina diverse pratiche di marketing come web design, SEO, social media marketing, scrittura di contenuti ecc.	2. Comunicazione e collaborazione	<b>2.1 Interagire attraverso le tecnologie digitali</b>	Interagire attraverso una varietà di tecnologie digitali e comprendere i mezzi di comunicazione digitale appropriati per un dato contesto.
	2. Comunicazione e collaborazione	<b>2.2 Condividere attraverso le tecnologie digitali</b>	Condividere dati, informazioni e contenuti digitali con altri attraverso tecnologie digitali appropriate.

			<p>Agire come intermediario, conoscere le pratiche di referenziamento e di attribuzione.</p>
	2. Comunicazione e collaborazione	<b>2.3 Impegnarsi nella cittadinanza attraverso le tecnologie digitali</b>	<p>Partecipare alla società attraverso l'utilizzo di servizi digitali pubblici e privati.</p> <p>Cercare opportunità di auto-emancipazione e di cittadinanza partecipativa attraverso le tecnologie digitali appropriate.</p>
	2. Comunicazione e collaborazione	<b>2.4 Collaborare attraverso le tecnologie digitali</b>	<p>Utilizzare gli strumenti e le tecnologie digitali per i processi collaborativi e per la co-costruzione e co-creazione di risorse e conoscenze.</p>
	2. Comunicazione e collaborazione	<b>2.5 Netiquette</b>	<p>Essere consapevoli delle norme di comportamento e del know how durante l'utilizzo delle risorse digitali e l'interazione in ambienti digitali.</p> <p>Adattare le strategie di comunicazione al pubblico specifico ed essere consapevoli della diversità culturale e generazionale negli ambienti digitali.</p> <p>Essere consapevoli delle norme comportamentali e del know how mentre si utilizzano le</p>

			<p>tecnologie digitali e si interagisce in ambienti digitali.</p> <p>Adattare le strategie di comunicazione al pubblico specifico ed essere consapevoli della diversità culturale e generazionale negli ambienti digitali.</p>
	3. Creazione di contenuti digitali	<b>3.1 Sviluppare contenuti digitali</b>	Creare e modificare contenuti digitali in diversi formati, per esprimersi attraverso i mezzi digitali.
	3. Creazione di contenuti digitali	<b>3.2 Integrare e rielaborare contenuti digitali</b>	Modificare, raffinare, migliorare ed integrare informazioni e contenuti in un corpo di conoscenze esistenti per creare contenuti e conoscenze nuovi, originali e rilevanti.
<b>D. Sviluppo di prodotti e servizi:</b> Capacità di definire un servizio per un nuovo prodotto, questo è un modello di business / consegna adeguato.	1. Alfabetizzazione all'informazione e ai dati	<b>1.1 Navigare, cercare e filtrare dati, informazioni e contenuti digitali</b>	<p>Articolare i bisogni informativi, cercare dati, informazioni e contenuti in ambienti digitali, accedervi e navigare tra essi.</p> <p>Creare ed aggiornare strategie di ricerca personali.</p>
	1. Alfabetizzazione all'informazione e ai dati	<b>1.2 Valutare dati, informazioni e contenuti digitali</b>	Analizzare, confrontare e valutare in modo critico la credibilità e l'affidabilità delle fonti di dati, informazioni e contenuti digitali.

			Analizzare, interpretare e valutare in modo critico i dati, le informazioni e i contenuti digitali.
	3. Creazione di contenuti digitali	<b>3.4 Programmare</b>	Pianificare e sviluppare una sequenza di istruzioni comprensibili da un sistema informatico perché risolva un dato problema o esegua un compito specifico.
<b>E. Analisi dei dati:</b> Capacità di visualizzare i dati in modo efficace e presentarli in un modo che fluisca come una storia coerente e fornisca intuizioni preziose.	1. Alfabetizzazione all'informazione e ai dati	<b>1.1 Navigare, cercare e filtrare dati, informazioni e contenuti digitali</b>	Articolare i bisogni informativi, cercare dati, informazioni e contenuti in ambienti digitali, accedervi e navigare tra essi.  Creare ed aggiornare strategie di ricerca personali.
	1. Alfabetizzazione all'informazione e ai dati	<b>1.2 Valutare dati, informazioni e contenuti digitali</b>	Analizzare, confrontare e valutare in modo critico la credibilità e l'affidabilità delle fonti di dati, informazioni e contenuti digitali.  Analizzare, interpretare e valutare in modo critico i dati, le informazioni e i contenuti digitali.
	1. Alfabetizzazione all'informazione e ai dati	<b>1.3 Gestire dati, informazioni e contenuti digitali</b>	Organizzare, memorizzare e recuperare dati, informazioni e contenuti in ambienti digitali.

			Organizzare ed elaborare i dati in un ambiente strutturato.
<b>F. Gestione dei social media:</b> Capacità di gestire i social media raggiungendo il pubblico giusto, coinvolgendolo e conducendo un servizio o un marchio sui social media.	2. Comunicazione e collaborazione	<b>2.1 Interagire attraverso le tecnologie digitali</b>	Interagire attraverso una varietà di tecnologie digitali e comprendere i mezzi di comunicazione digitale appropriati per un dato contesto.
	2. Comunicazione e collaborazione	<b>2.2 Condividere attraverso le tecnologie digitali</b>	<p>Condividere dati, informazioni e contenuti digitali con altri attraverso tecnologie digitali appropriate.</p> <p>Agire come intermediario, conoscere le pratiche di referenziamento e di attribuzione.</p>
	2. Comunicazione e collaborazione	<b>2.3 Impegnarsi nella cittadinanza attraverso le tecnologie digitali</b>	<p>Partecipare alla società attraverso l'utilizzo di servizi digitali pubblici e privati.</p> <p>Cercare opportunità di auto-emancipazione e di cittadinanza partecipativa attraverso le tecnologie digitali appropriate.</p>
	2. Comunicazione e collaborazione	<b>2.5 Netiquette</b>	<p>Essere consapevoli delle norme di comportamento e del know how durante l'utilizzo delle risorse digitali e l'interazione in ambienti digitali.</p> <p>Adattare le strategie di comunicazione al pubblico specifico ed essere</p>

			<p>consapevoli della diversità culturale e generazionale negli ambienti digitali.</p> <p>Essere consapevoli delle norme comportamentali e del know how mentre si utilizzano le tecnologie digitali e si interagisce in ambienti digitali.</p> <p>Adattare le strategie di comunicazione al pubblico specifico ed essere consapevoli della diversità culturale e generazionale negli ambienti digitali.</p>
<p><b>G. Gestione delle operazioni:</b> Capacità di coordinare team, progetti, budget ed analizzare e prendere decisioni in merito.</p>	<p>1. Alfabetizzazione all'informazione e ai dati</p>	<p><b>1.1 Navigare, cercare e filtrare dati, informazioni e contenuti digitali</b></p>	<p>Articolare i bisogni informativi, cercare dati, informazioni e contenuti in ambienti digitali, accedervi e navigare tra essi.</p> <p>Creare ed aggiornare strategie di ricerca personali.</p>
	<p>1. Alfabetizzazione all'informazione e ai dati</p>	<p><b>1.2 Valutare dati, informazioni e contenuti digitali</b></p>	<p>Analizzare, confrontare e valutare in modo critico la credibilità e l'affidabilità delle fonti di dati, informazioni e contenuti digitali.</p> <p>Analizzare, interpretare e valutare in modo critico i dati, le informazioni e i contenuti digitali.</p>



	1. Alfabetizzazione all'informazione e ai dati	<b>1.3 Gestire dati, informazioni e contenuti digitali</b>	Organizzare, memorizzare e recuperare dati, informazioni e contenuti in ambienti digitali.  Organizzare ed elaborare i dati in un ambiente strutturato.
	2. Comunicazione e collaborazione	<b>2.1 Interagire attraverso le tecnologie digitali</b>	Interagire attraverso una varietà di tecnologie digitali e comprendere i mezzi di comunicazione digitale appropriati per un dato contesto.
	2. Comunicazione e collaborazione	<b>2.2 Condividere attraverso le tecnologie digitali</b>	Condividere dati, informazioni e contenuti digitali con altri attraverso tecnologie digitali appropriate.  Agire come intermediario, conoscere le pratiche di referenziamento e di attribuzione.
	2. Comunicazione e collaborazione	<b>2.3 Impegnarsi nella cittadinanza attraverso le tecnologie digitali</b>	Partecipare alla società attraverso l'utilizzo di servizi digitali pubblici e privati.  Cercare opportunità di auto-emancipazione e di cittadinanza partecipativa attraverso le tecnologie digitali appropriate.
	5. Problem solving	<b>5.1 Risolvere problemi tecnici</b>	Identificare i problemi tecnici quando si operano i dispositivi e si utilizzano gli ambienti digitali, e risolverli (dalla ricerca di guasti

			alla risoluzione di problemi più complessi).
<b>H. Networking Aziendale:</b> Capacità di costruire e mantenere relazioni lavorative efficaci e costruttive, partenariati o reti di contatti con persone che sono, o potrebbero un giorno essere, strumentali al raggiungimento degli obiettivi lavorativi. Noto anche come Business networking/relationship/network Building.	2. Comunicazione e collaborazione	<b>2.3 Impegnarsi nella cittadinanza attraverso le tecnologie digitali</b>	Partecipare alla società attraverso l'utilizzo di servizi digitali pubblici e privati.  Cercare opportunità di auto-emancipazione e di cittadinanza partecipativa attraverso le tecnologie digitali appropriate.
<b>I. Creativity / Creative Thinking:</b> Ability of discovering new opportunities and solutions for problems by looking beyond current practices and using innovative thinking.	2. Comunicazione e collaborazione	<b>2.4 Collaborare attraverso le tecnologie digitali</b>	Utilizzare gli strumenti e le tecnologie digitali per i processi collaborativi e per la co-costruzione e co-creazione di risorse e conoscenze.
	5. Problem solving	<b>5.3 Utilizzo creativo delle tecnologie digitali</b>	Utilizzare gli strumenti e le tecnologie digitali per creare conoscenze ed innovare processi e prodotti.  Impegnarsi individualmente e collettivamente nei processi cognitivi per comprendere e risolvere problemi concettuali e situazioni problematiche in ambienti digitali.
<b>J. Comunicazione:</b> Capacità di raggiungere obiettivi comunicativi in un modo socialmente appropriato, adattato al pubblico di destinazione.	2. Comunicazione e collaborazione	<b>2.2 Condividere attraverso le tecnologie digitali</b>	Condividere dati, informazioni e contenuti digitali con altri attraverso tecnologie digitali appropriate.  Agire come intermediario, conoscere le

			pratiche di referenziamento e di attribuzione.
	2. Comunicazione e collaborazione	<b>2.4 Collaborare attraverso le tecnologie digitali</b>	Utilizzare gli strumenti e le tecnologie digitali per i processi collaborativi e per la co-costruzione e co-creazione di risorse e conoscenze.
<b>K. Gestione di progetti:</b> Capacità di pianificare, organizzare e gestire le risorse per portare a termine con successo un progetto specifico.	1. Alfabetizzazione all'informazione e ai dati	<b>1.1 Navigare, cercare e filtrare dati, informazioni e contenuti digitali</b>	Articolare i bisogni informativi, cercare dati, informazioni e contenuti in ambienti digitali, accedervi e navigare tra essi.  Creare ed aggiornare strategie di ricerca personali.
	1. Alfabetizzazione all'informazione e ai dati	<b>1.2 Valutare dati, informazioni e contenuti digitali</b>	Analizzare, confrontare e valutare in modo critico la credibilità e l'affidabilità delle fonti di dati, informazioni e contenuti digitali.  Analizzare, interpretare e valutare in modo critico i dati, le informazioni e i contenuti digitali.
	1. Alfabetizzazione all'informazione e ai dati	<b>1.3 Gestire dati, informazioni e contenuti digitali</b>	Organizzare, memorizzare e recuperare dati, informazioni e contenuti in ambienti digitali.  Organizzare ed elaborare i dati in un ambiente strutturato.