



Linee Guida per l'Imprenditorialità Digitale



Partner

Asociación Valencia Inno Hub (InnoHub), Spagna

Social Action & Innovation Center (KMOP), Grecia

Markeut Skills Sociedad Limitada (MEUS), Spagna

Euphoria Net Srl (Euphoria), Italia

Centre for Education and Entrepreneurship Support (CWEP), Polonia

Center for Education and Innovation (INNOVED), Grecia

Editore

Stavros Delavinias, KMOP

Autori

Marina Ortega Mateo, InnoHub

Eftychia Kechri, KMOP

María Segarra, MEUS

Athanasia Zagkoti, INNOVED

Euphoria Net

CWEP

Prima pubblicazione: Settembre 2023

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.

Progetto: GameON - 2021-1-ES02-KA220-YOU-000028541

Indice dei Contenuti

Capitolo 1: Introduzione	3
Capitolo 2: Concetti Teorici	4
Capitolo 2.1: Imprenditorialità Digitale.....	4
Capitolo 2.2: Trasformazione Digitale e Possibilità.....	6
Capitolo 3: Strumenti per L'Imprenditorialità Digitale	9
Capitolo 3.1: Mentalità Imprenditoriale.....	9
Capitolo 3.2: Marketing Digitale.....	13
Capitolo 3.3: Modelli di Business, Business Canvas, Business Model You per Imprenditori Digitali.....	16
Capitolo 3.4: Innovazione e Imprenditorialità.....	21
Capitolo 4: Buone Pratiche e Casi Studio	26
Capitolo 4.1: Buone Pratiche.....	26
Capitolo 4.2: Casi Studio.....	34
Capitolo 5: Riferimenti	42

Capitolo 1: Introduzione

Cosa bisogna sapere su GameON

L'alto tasso di disoccupazione giovanile nei paesi dell'Unione Europea riflette le difficoltà che i giovani incontrano nel trovare un lavoro, specialmente a causa della crisi di COVID-19. L'imprenditorialità è uno strumento chiave nella lotta alla disoccupazione, in quanto funge da doppia arma. Da un lato, chi diventa imprenditore non è più disoccupato. Dall'altro, un imprenditore di successo può persino essere in grado di assumere dipendenti, facilitando l'accesso al lavoro per altri cittadini in cerca di occupazione. Tuttavia, molte volte i giovani non credono che l'imprenditorialità sia una strada percorribile, perché trovano molti ostacoli per avviare con successo un'attività.

Studiare il business digitale apre un intero mondo di possibilità imprenditoriali con nuove aziende e start-up, aumentando l'attenzione sulle tecnologie e i servizi digitali. In questo modo, acquisire conoscenze su questi argomenti offre ai giovani disoccupati un modo per sviluppare le proprie idee e la possibilità di raggiungere il successo professionale.

GameON si propone di aiutare i giovani disoccupati a superare le principali barriere e imparare a diventare imprenditori. Il progetto si concentra sull'imprenditorialità digitale, riconoscendo che i giovani di oggi hanno un vantaggio naturale in questo settore grazie al fatto di essere nativi digitali. GameON offre una formazione sul business e l'imprenditorialità digitale attraverso queste linee guida e attraverso l'approccio innovativo di un [videogioco](#).

GameON è un progetto Erasmus+ realizzato da 6 partner in 4 paesi europei (Grecia, Italia, Polonia, Spagna).

A chi si rivolgono queste linee guida?



Capitolo 2: Concetti Teorici

Capitolo 2.1: Imprenditorialità Digitale

Introduzione

Nell'era di Internet e delle tecnologie digitali che stanno ridefinendo le strategie, le strutture e i processi aziendali tradizionali, uno dei settori in più rapida crescita è quello del business digitale. Il business digitale richiede anche una nuova figura: *l'imprenditore digitale*, focalizzato sullo sviluppo dell'imprenditorialità legata al digitale. Ma cosa intendiamo con *imprenditorialità digitale*? Questo capitolo ti aiuterà a capire cos'è l'imprenditorialità digitale, fornendone una definizione chiara e semplice e mettendone in evidenza le principali caratteristiche; chi è un imprenditore digitale e perché l'imprenditorialità digitale può aiutare i giovani ad affrontare la disoccupazione giovanile.

Imprenditorialità digitale: Definizione e caratteristiche principali

Secondo la Commissione Europea, *l'imprenditorialità digitale* «comprende tutte le nuove iniziative imprenditoriali e la trasformazione delle imprese esistenti che generano valore economico e/o sociale creando e utilizzando nuove tecnologie digitali. Le imprese digitali si caratterizzano per un elevato grado di utilizzo di nuove tecnologie digitali (in particolare soluzioni social, big data, mobile e cloud) per migliorare le operazioni aziendali, inventare nuovi modelli di business, affinare la business intelligence e coinvolgere clienti e stakeholder» (Commissione Europea, 2015, p. 2).

Mentre l'imprenditorialità, nella sua forma più elementare, può essere descritta come lavoro autonomo (Gohmann, 2012), l'imprenditorialità digitale implica la ricerca di opportunità commerciali o economiche che si verificano su una piattaforma digitale e l'uso di tecnologie digitali (Giones, Brem, 2017; & Zhao, Collier, 2016). L'uso di strumenti e piattaforme digitali promuove l'emergere di nuovi tipi di lavoro che difficilmente possono essere classificati nelle categorie tradizionali di occupazione, lavoro autonomo, attività imprenditoriali orientate alla crescita, ecc. Da questa prospettiva, l'imprenditorialità digitale non rappresenta solo una sottocategoria dell'imprenditorialità, ma «la conciliazione dell'imprenditorialità tradizionale con il nuovo modo di creare e fare business nell'era digitale» (Le Dinh et al., 2018, p. 1). Gli imprenditori che si dedicano

all'imprenditorialità digitale sono quindi chiamati **imprenditori digitali**, e le aziende o le società che ne derivano sono chiamate **imprese digitali**.

Chi è un imprenditore digitale?

Un **imprenditore digitale** è quindi una persona che ha deciso di utilizzare le risorse messe a disposizione dal Web, organizzandole secondo un modello di business, per creare la propria attività online.

Gli imprenditori digitali sfruttano le caratteristiche tipiche del mondo online e dei suoi sistemi (dai social network ai software gestionali, dai sistemi di creazione di contenuti a quelli di promozione a pagamento) per ottenere un enorme vantaggio competitivo rispetto alle tipologie più tradizionali di imprenditori offline. Infatti, è importante che un imprenditore digitale abbia una mentalità imprenditoriale digitale, che comprende l'orientamento imprenditoriale e la capacità di apprendere e sviluppare una comprensione generale delle tecnologie web e mobili (Jafari et al., 2020) e di altri canali digitali e sociali.

In generale, l'imprenditorialità digitale dipende dalle tecnologie digitali che cambiano in modo molto dinamico e richiedono agli imprenditori di tenersi sempre aggiornati e di innovarsi continuamente (Jafari et al., 2020).

Perché i giovani dovrebbero essere interessati all'imprenditorialità digitale?

La disoccupazione giovanile rappresenta una delle più grandi sfide globali, accentuata dalla pandemia di Covid-19 (ILO, 2022). Allo stesso tempo, i giovani mostrano un alto livello di interesse per l'imprenditorialità ma, nonostante ciò, sono pochissimi quelli che lavorano in start-up o gestiscono imprese (OCSE/Commissione Europea, 2021). Un aspetto importante da considerare è che **i giovani**, nati in un ambiente digitale, hanno un vantaggio competitivo: hanno familiarità con Internet, i social media, ecc., e possono muoversi facilmente nella sfera online.

L'espansione delle opportunità di lavoro nell'economia digitale, accompagnata dagli sforzi per aumentare i livelli di istruzione e le competenze, potrebbe contribuire alla formalizzazione dell'occupazione giovanile. Infatti, l'economia digitale ha il potenziale per promuovere l'occupazione giovanile, insieme alle politiche a livello governativo per trasformare questo potenziale in effettive opportunità di lavoro (ILO, 2022).

Capitolo 2.2: Trasformazione Digitale e Possibilità

Introduzione

La Trasformazione Digitale riguarda l'integrazione della tecnologia digitale in tutte le aree di un'organizzazione, cambiando il modo in cui lavoriamo e offrendo valore ai nostri clienti. Questa rapida e ampia adozione delle tecnologie digitali ha creato opportunità imprenditoriali in vari settori. Solo dopo aver definito chiaramente cosa significhi la digitalizzazione per la nostra azienda o organizzazione, quali aree di business e obiettivi aziendali dovrebbero essere inclusi nella digitalizzazione e cosa dovremmo fare con essa, è possibile decidere quali obiettivi si vogliono raggiungere. La digitalizzazione fine a se stessa non centra l'obiettivo dell'impresa. Scopriamo quali opportunità offre la trasformazione digitale alla nostra attività e quali opportunità può creare.

Vantaggi e Tendenze della Trasformazione Digitale

Nell'attuale panorama digitale in rapida evoluzione, le aziende si rendono conto dell'urgente necessità di adattarsi alle nuove tecnologie e avviare la trasformazione digitale per rimanere competitive. Questo processo implica l'utilizzo di strumenti e piattaforme digitali per ottimizzare le operazioni, migliorare l'esperienza del cliente e promuovere l'innovazione. Come imprenditore, comprendere il potenziale della trasformazione digitale può sbloccare numerose opportunità di crescita e successo.

Con l'integrazione delle tecnologie digitali, gli imprenditori possono rivoluzionare i loro modelli di business, espandere la loro base clienti ed esplorare nuovi mercati precedentemente inaccessibili. Le possibilità sono vaste e vanno dall'ottimizzazione dei processi interni attraverso l'automazione e l'analisi dei dati, all'utilizzo dei social media e delle piattaforme online per un marketing e un coinvolgimento dei clienti efficaci.

Inoltre, la trasformazione digitale consente agli imprenditori di sfruttare il potere dei dati e della loro analisi per prendere decisioni informate e fare analisi predittive. Utilizzando strumenti avanzati di analisi, gli imprenditori possono ottenere preziose informazioni sul comportamento dei clienti,

sulle tendenze di mercato e sull'analisi della concorrenza, consentendo loro di prendere decisioni strategiche che favoriscono la redditività e la crescita duratura.

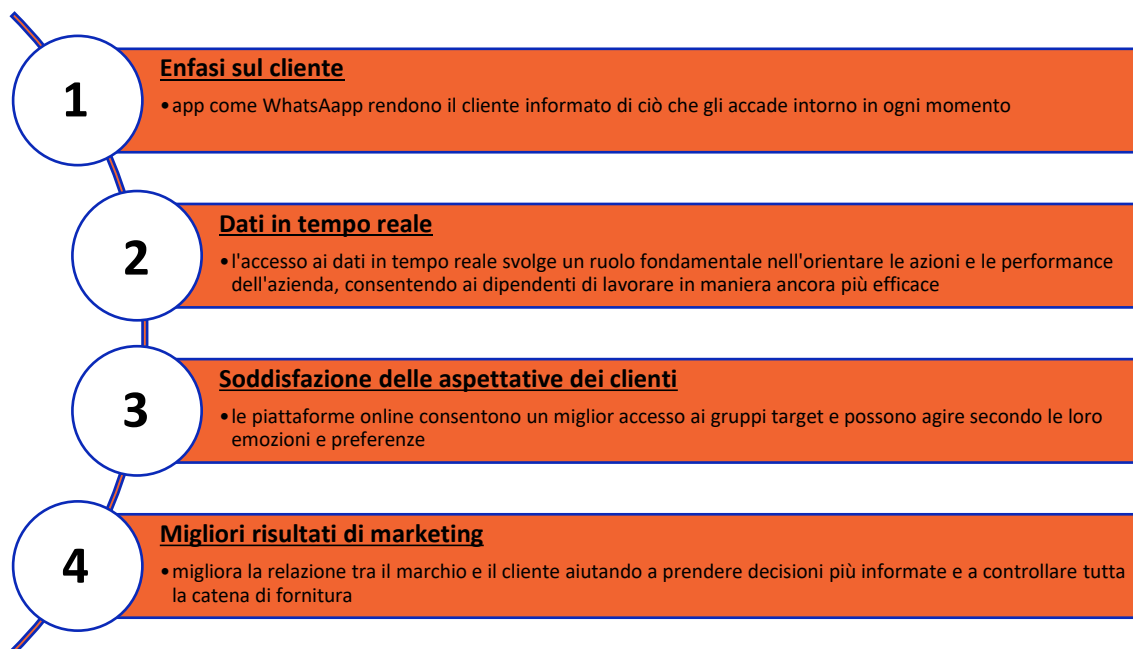


Figura 1. I vantaggi della Trasformazione Digitale

Fonte: [The Wisdom of Digital Transformation](#)

Inoltre, l'avvento di tecnologie emergenti come l'intelligenza artificiale, l'Internet delle cose (IoT) e la blockchain ha aperto porte a soluzioni innovative, offrendo agli imprenditori la possibilità di rivoluzionare i settori tradizionali e creare modelli di business completamente nuovi. Queste tecnologie hanno il potenziale per rivoluzionare settori come la sanità, la logistica, la finanza e la produzione, consentendo agli imprenditori di ritagliarsi uno spazio all'interno di questi settori con idee innovative e scalabili.

La pandemia di Covid-19 ha accelerato il processo di trasformazione digitale, poiché la digitalizzazione è diventata parte integrante della strategia e del successo delle aziende. È data per scontata, eppure le imprese devono apportare cambiamenti e aggiornamenti costanti al loro percorso di digitalizzazione.

La **resilienza** nella strategia di business di un'azienda è imperativa per il successo a lungo termine. Si riferisce alla capacità di un'azienda di adattarsi e riprendersi rapidamente da problemi o sfide impreviste, come recessioni economiche, cambiamenti di mercato, catastrofi naturali o progressi tecnologici. Le aziende resilienti identificano in modo proattivo i potenziali rischi e sviluppano piani di intervento per ridurre al minimo l'impatto sulle loro attività e sui loro profitti. Integrando la

resilienza nei processi di pianificazione strategica, le aziende possono affrontare meglio le incertezze, cogliere le opportunità di crescita in mezzo alle avversità, rafforzare la fiducia degli stakeholder, mantenere un vantaggio competitivo e prosperare anche di fronte a incertezze o crisi.

Un'altra importante tendenza oggi è la **sostenibilità**. Con strategia aziendale sostenibile si intende il processo decisionale e di pianificazione a lungo termine che assicura che le operazioni di un'azienda siano in linea con la sostenibilità ambientale, sociale ed economica. Una strategia aziendale sostenibile abbraccia un approccio olistico che integra i principi di sostenibilità in tutti gli aspetti dell'organizzazione, tra cui la progettazione dei prodotti, la gestione della catena di fornitura, le pratiche dei dipendenti e il coinvolgimento degli stakeholder. Adottando pratiche sostenibili, le aziende possono non solo ridurre i costi e migliorare la loro reputazione, ma anche contribuire alla creazione di un'economia globale più giusta e resiliente.

Per sfruttare appieno il potenziale della trasformazione digitale, è essenziale che gli imprenditori investano nella costruzione di capacità digitali all'interno delle loro organizzazioni. Ciò può includere la formazione dei dipendenti per un utilizzo efficace degli strumenti digitali, la promozione di una cultura dell'innovazione continua e la collaborazione con partner tecnologici per tenersi al passo con le ultime tendenze e sviluppi.

In conclusione, la Trasformazione Digitale offre un mondo di possibilità senza precedenti per gli imprenditori. Abbracciando le tecnologie digitali e re-immaginando i modelli di business tradizionali, gli imprenditori possono non solo rimanere al passo in un mercato sempre più competitivo, ma anche scoprire nuove strade per la crescita e il successo.



Figura 2. Trasformazione Digitale

Fonte: [Canva Database](#)

Capitolo 3: Strumenti per L'Imprenditorialità Digitale

Capitolo 3.1: Mentalità Imprenditoriale

Introduzione

Una mentalità imprenditoriale aiuta i leader a creare valore «riconoscendo e agendo sulle opportunità, prendendo decisioni con informazioni limitate e rimanendo adattabili e resilienti in condizioni di incertezza e complessità», ha affermato Rowena Barrett, pro vice-cancelliera per l'imprenditorialità presso la Queensland University of Technology.

Avere una mentalità imprenditoriale è un prerequisito per avviare un'attività di business. L'approccio di un imprenditore è diverso da quello di un dipendente o persino di un proprietario d'azienda, in quanto è più incentrato sulla gestione aziendale di un modello aziendale consolidato.

Avere la mentalità di un imprenditore ci aiuta a individuare opportunità, stabilire obiettivi e sviluppare progetti da zero, con una visione incentrata sul miglioramento della società e sulla creazione di valore per il cliente, realizzando al contempo profitti. L'imprenditore crea progetti innovativi e rivoluzionari che trasformano il mercato o migliorano ciò che già esiste.

Che cos'è la mentalità imprenditoriale?

Il termine "mentalità imprenditoriale" si riferisce a un modo di pensare e di comportarsi che comprende atteggiamenti e caratteristiche comuni agli imprenditori. La disponibilità a correre rischi, la creatività, l'innovazione, la proattività e la capacità di individuare opportunità in situazioni impegnative sono caratteristiche di questa mentalità.

La mentalità imprenditoriale è un insieme di convinzioni, conoscenze e processi di pensiero che permettono alle persone di riconoscere opportunità, prendere iniziative e avere successo in contesti diversi (CURE-E, s.d.).

Questa mentalità accompagna la struttura mentale di un creatore d'impresa/imprenditore. Per sviluppare un progetto imprenditoriale, è necessario analizzare e conoscere, ma la cosa più importante è avere una mentalità imprenditoriale.

Con questo modo di pensare, si è capaci di:

- Riconoscere le condizioni di mercato e le carenze della concorrenza.
- Rendere redditizia una nuova impresa.
- Determinare diversi metodi o fonti di finanziamento.
- Riconoscere le esigenze e i bisogni sociali.
- Creare progetti innovativi che cambiano l'ambiente di mercato.
- Porre attenzione all'innovazione, allo sviluppo continuo e al valore aggiunto.
- Offrire risposte nuove e migliori ai problemi da affrontare.
- Creare modelli di business sostenibili e valutare la fattibilità economica dell'impresa.

Alcune competenze per sviluppare una mentalità imprenditoriale

Non è necessario essere nati con una mentalità imprenditoriale, è una capacità che può essere sviluppata nel corso degli anni, con impegno e duro lavoro. Ecco perché oggi esistono molti corsi di formazione su questo argomento.

Ecco alcune importanti qualità della mentalità imprenditoriale:

- **Assunzione di rischi:** Gli imprenditori sono disposti a correre rischi calcolati e a uscire dalla loro zona di comfort. Sono disposti ad accettare il fallimento come parte del processo imprenditoriale e vedono i rischi come opportunità per imparare e crescere.
- Gli imprenditori sono persone **attive** e **proattive**. Prendono l'iniziativa di avviare progetti, generare idee e agire. Sono disposti a dedicare tempo ed energie per raggiungere i loro obiettivi.
- **Creatività e innovazione:** Gli imprenditori sono creativi e innovativi. Sono in grado di ideare concetti innovativi e rivoluzionari, trovare modi creativi per risolvere problemi e sfidare lo status quo. Sono costantemente alla ricerca di nuovi modi per migliorare e fare le cose.
- **Orientamento alle opportunità:** Gli imprenditori sanno individuare opportunità commerciali sul mercato. Sanno individuare settori non ancora coperti, riconoscere esigenze non soddisfatte e ideare soluzioni che sfruttino tali opportunità.
- Gli imprenditori sono in grado di **affrontare** e **superare le difficoltà**. Grazie al loro atteggiamento resiliente e tenace, riescono a rimanere concentrati sui loro obiettivi nonostante le sfide e i contrattempi che possono incontrare lungo il percorso.

- **Pensiero strategico:** Gli imprenditori sanno pianificare a lungo termine. Hanno la capacità di stabilire obiettivi chiari, creare piani d'azione e prendere decisioni informate per raggiungere i loro obiettivi.
- In breve, la mentalità imprenditoriale si riferisce a un insieme di caratteristiche e atteggiamenti che ispirano gli imprenditori a cercare opportunità, assumere rischi calcolati e perseguire i propri obiettivi con creatività, innovazione e determinazione.

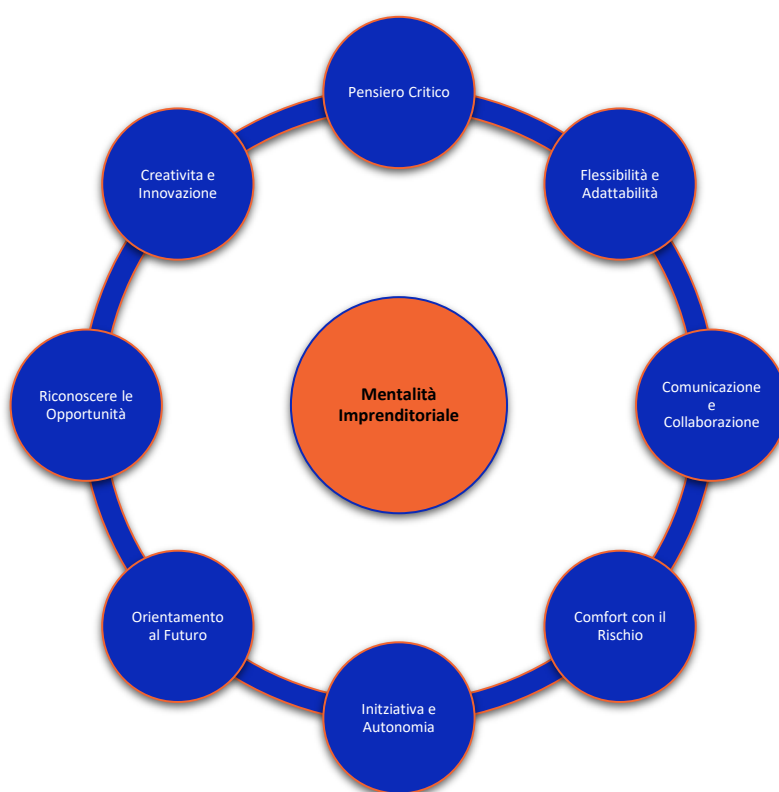


Figura 3. Otto competenze e caratteristiche che rappresentano la Mentalità Imprenditoriale

Fonte: [California State University Chico](#)

Attività interattive e risorse

Il **Network for Teaching Entrepreneurship (NFTE)** è un'organizzazione educativa globale senza scopo di lucro che si impegna a promuovere l'imprenditorialità tra i giovani di tutto il Paese e di tutto il mondo. NFTE offre un apprendimento flessibile basato su progetti nelle classi, campus, programmi extrascolastici e online. I loro programmi sono tenuti da un Corpo Insegnanti altamente qualificato, e gli studenti del NFTE (dai 6 ai 12 anni) sono supportati da Volontari della comunità locale, tra cui leader aziendali e imprenditori.

Il programma **Youth Entrepreneurs** di **Empowered** utilizza attività e incentivi per sviluppare la mentalità imprenditoriale negli studenti delle scuole medie e superiori ed è ideale per essere usato nelle classi di economia, marketing o imprenditorialità, senza alcun costo per l'insegnante, la guida o il genitore.

Come può aiutare il gioco GameON?

Il gioco interattivo di GameON offre agli utenti un'esperienza interattiva, promuovendo l'insegnamento delle competenze imprenditoriali, in questo caso la mentalità imprenditoriale. Poiché si tratta di un gioco, attirerà l'attenzione e l'interesse dei giovani a provarlo e giocarci. Poiché è un gioco con un modulo molto interattivo: domanda - risposta - feedback, i giovani sentiranno di imparare in modo facile e divertente.

GIOCO

Modelli di business, Business Canvas, Business Model You per imprenditori digitali

Livello 1 - Tempo per un modello di business	Livello 2 - Parliamo del nostro modello di business.	Livello 3 - Diventare un esperto di Business Model Canvas
Introduzione al concetto di Business Model, Business Canvas e Business Model You	Comprendere il concetto di modelli di business, business canvas e Business Model You concentrandosi sui dettagli	Padroneggiare il concetto di modelli di business, business canvas e Business Model You esercitando una scelta critica
GIOCA	GIOCA	GIOCA

Tuttavia, molti giovani imprenditori non hanno familiarità con il concetto di modello di business (o modello economico). Inoltre, la maggioranza non è consapevole che oltre ai modelli di business organizzativi, i modelli di business personali sono ugualmente importanti.

Figura 4 & 5. Il gioco GameON

Capitolo 3.2: Marketing Digitale

Introduzione

È innegabile che lo sviluppo della tecnologia negli ultimi due decenni abbia influenzato significativamente la vita delle persone. Il marketing digitale è un campo dinamico e in rapida evoluzione che ha rivoluzionato il modo in cui le aziende si connettono con il loro pubblico di riferimento. Le imprese e le società hanno dovuto adeguare le loro operazioni di conseguenza per mantenere alti risultati e raggiungere gli obiettivi annuali. Poiché il marketing svolge un ruolo fondamentale nella crescita di un business, molte imprese hanno dovuto abbandonare i metodi tradizionali con cui solitamente promuovevano il loro brand e investire di più nei metodi digitali.

Il termine Marketing Digitale si riferisce a tutte le azioni di marketing su Internet tramite canali digitali, come i social media, i siti web e i motori di ricerca. Attraverso questi canali, le aziende possono creare una connessione con i potenziali clienti e ottenere un'espansione globale del loro portafoglio clienti. Inoltre, il marketing digitale offre ai giovani lettori l'accesso a un mondo di opportunità. Fornisce approfondimenti sulla comunicazione efficace, apre diverse prospettive di carriera e li dota di nuove competenze. Dall'analisi dei dati alla creazione di contenuti, le competenze di marketing digitale sono molto richieste in tutti i settori. Consente l'espressione creativa e la capacità di avere un impatto significativo nel panorama digitale. Esplorando il marketing digitale, i giovani possono acquisire conoscenze preziose, avere una marcia in più nel mercato del lavoro e plasmare il futuro del marketing nell'era digitale.

Tipi di business

Qualsiasi tipo di impresa che mira a favorire la crescita del business dovrebbe investire nel marketing digitale. Ogni impresa, dopo aver identificato le esigenze del proprio cliente ideale, dovrebbe creare contenuti digitali di valore e lavorare su metodi che attirino i potenziali clienti. Ma poiché le aziende operano in modo diverso, anche le loro strategie di marketing dovrebbero essere diverse.

Le imprese possono essere classificate in B2B (business-to-business) e B2C (business-to-consumer). Affinché entrambe le tipologie di imprese ottengano risultati di successo, si devono concentrare rispettivamente su strategie di marketing diverse a seconda del pubblico di riferimento. Le imprese B2B lavorano principalmente con altre aziende, quindi hanno bisogno di un sito web molto ben

strutturato e dettagliato. Attraverso la loro pagina web e i canali digitali, come LinkedIn, i clienti potenziali dovrebbero essere in grado di ottenere informazioni complete sul brand e sui servizi offerti. Il passo successivo sarà la comunicazione con il personale per stabilire una relazione tra azienda e cliente. Al contrario, le aziende B2C di solito attirano i clienti direttamente attraverso le piattaforme digitali. L'acquisto del prodotto offerto può essere completato senza l'interazione con un venditore. Le aziende B2C di solito utilizzano mezzi di comunicazione come Instagram e Facebook e pubblicità a pagamento per promuovere i loro prodotti e le loro offerte.

Metodi di Marketing Digitale

Tutte le aziende si pongono obiettivi a breve e lungo termine e si concentrano nel trovare modi per raggiungerli. Al fine di ottenere i risultati desiderati, utilizzano strumenti per costruire la loro strategia ed implementare metodi per migliorare il loro brand di conseguenza. I metodi di marketing digitale possono essere vari, alcuni dei principali sono:

Search Engine Marketing (SEM): il posizionamento del sito web nei primi risultati dei motori di ricerca, ad esempio attraverso annunci pubblicitari a pagamento, può aiutare ad aumentare le visualizzazioni e le visite alle pagine web.

Social Media Marketing (SMM): si riferisce all'uso delle piattaforme social per scopi pubblicitari e per la creazione di contenuti di marketing.

Promozione dei Contenuti: può trattarsi di pubblicità pay-per-click, promozione tramite i social media e via email o gli influencer. Un approccio multicanale può portare a risultati migliori.

Email Marketing: i clienti fidelizzati sono gli iscritti alle email, sia che abbiano espresso il loro interesse e si siano iscritti alla newsletter, sia che abbiano già effettuato un acquisto. Il marketing via email può assumere la forma di codici promozionali per sconti, informazioni sui prodotti offerti, su quelli in promozione o sulle nuove uscite.

Affiliate Marketing: è un modo in cui le persone possono guadagnare denaro e commissioni pubblicizzando e promuovendo prodotti e servizi attraverso link di affiliazione.

Search Engine Optimization (SEO): ottimizzazione per i motori di ricerca, ovvero il miglioramento dell'immagine sui social per far apparire le pagine web nei risultati organici. Questo assicura un'alta visibilità tra i potenziali clienti con elevate probabilità di acquisto.

Attività interattive e risorse

Le attività e le risorse interattive giocano un ruolo cruciale nel migliorare l'apprendimento e la comprensione nel campo del marketing digitale. Oggi le aziende scelgono di implementare campagne di marketing personalizzate poiché offrono risultati di profitto più elevati. In questo modo possono agire in base alle preferenze personali e al comportamento del cliente. Grazie ai progressi tecnologici e all'uso di strumenti digitali, le aziende possono creare il loro pubblico di riferimento e offrire contenuti personalizzati attraverso il marketing interattivo.

Il marketing interattivo può essere realizzato, ad esempio, con la partecipazione a “giveaway” (omaggi) e concorsi o anche con la compilazione di questionari che i clienti possono completare mentre navigano sul sito web. A questi questionari rispondono automaticamente dei bot, che raccomandano un elenco di prodotti adatti, offerti dall'azienda, in base alle esigenze di ogni persona. Un altro metodo interattivo è quello di inviare dei promemoria per i carrelli abbandonati o l'offerta di un codice sconto per spingere il cliente a completare l'acquisto. Le email e le notifiche pop-up sulle vendite o gli sconti su una varietà di prodotti offerti possono aumentare gli acquisti. Anche i sondaggi sulla soddisfazione finale possono fornire feedback preziosi per l'azienda.

Piattaforme di apprendimento online come Udemy, Coursera e LinkedIn Learning offrono un'ampia gamma di corsi e certificazioni, consentendo ai giovani studenti di approfondire vari aspetti del marketing digitale al proprio ritmo. Inoltre, la partecipazione a comunità online e forum come Digital Marketing Reddit o a webinar e conferenze specifiche del settore offre l'opportunità di fare networking, scambiare idee e rimanere aggiornati sulle ultime tendenze e le migliori pratiche nel campo del marketing digitale. Queste attività e risorse interattive non solo forniscono conoscenze preziose, ma favoriscono anche un senso di coinvolgimento e collaborazione nella comunità del marketing digitale.

Come può aiutare il gioco GameON?

Il gioco GameON rappresenterà un'ottima opportunità per i giovani di acquisire conoscenze preziose sul marketing digitale. Attraverso questa esperienza pratica, i partecipanti potranno scegliere tra diversi metodi di marketing digitale, con l'obiettivo finale di attrarre clienti, mantenendo un alto livello dei servizi e ottenendo il massimo profitto. Il gioco offre un'esperienza molto realistica e integra in modo significativo le linee guida.

Capitolo 3.3: Modelli di Business, Business Canvas, Business Model You per Imprenditori Digitali

Introduzione

L'obiettivo di questa sezione è quello di conoscere i vari tipi di modelli di business digitali per acquisire le conoscenze e gli strumenti necessari per avviare una attività digitale. I progressi tecnologici e la digitalizzazione stanno mettendo in discussione il modo tradizionale di fare business e quindi, acquisire familiarità con i modelli di business digitali è essenziale per diventare potenziali imprenditori digitali. Inoltre, questa sezione descrive il Business Canvas e il Business Model You per imprenditori digitali come esempi di strumenti che facilitano l'imprenditorialità digitale.

Modelli di Business Digitali

Un modello di business digitale è un modello di business che utilizza le tecnologie digitali per creare valore di mercato (Bican & Brem, 2020). In particolare, presenta le seguenti caratteristiche distintive (Talin, 2022):

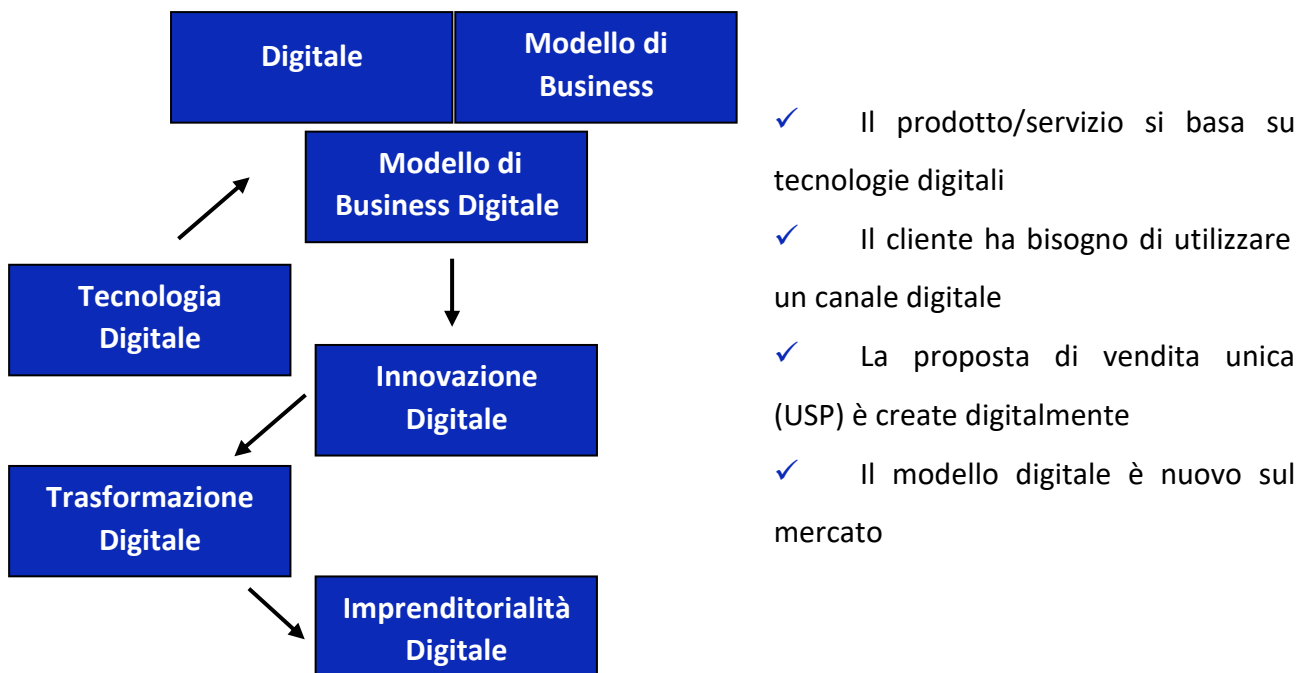


Figura 6. La digitalizzazione di un modello di business.

Fonte: Bican & Brem, 2020.

Esistono diversi modelli di business digitale (Talin, 2022) tra cui scegliere in base ai clienti e alla proposta di valore unica che si vuole ottenere. Alcuni esempi indicativi sono:

- a) **Modello Gratuito/Modello Supportato dalla Pubblicità**: si basa sulla fornitura di un servizio gratuito "finanziato" dalla promozione di annunci pubblicitari e dalla raccolta di dati personali. Facebook e Google sono due esempi famosi di aziende che utilizzano questo modello (Lambrecht et al., 2014).
- b) **Modello Freemium**: gli utenti ottengono l'accesso gratuito a una versione di base – gratuita – del prodotto che pone dei limiti alla sua piena operatività. Se gli utenti desiderano utilizzare più funzioni o risorse, hanno l'opzione di passare alla versione premium, a pagamento (Kannan & Singh, 2021).
- c) **Modello E-Commerce**: si basa sulla vendita di prodotti fisici tramite un negozio online (Kannan & Singh, 2021).
- d) **Modello Marketplace**: venditori e acquirenti utilizzano una piattaforma di terze parti per scambiare i loro beni e servizi. Questo modello è identificato con diversi nomi, come peer-to-peer o marketplace bidirezionale (Huynh et al., 2020).
- e) **Modello Access-Over-Ownership/Modello di Sharing**: consente ai clienti di pagare per un prodotto per un periodo di tempo prestabilito senza possederlo effettivamente. Esempi di transazioni di questo tipo includono il noleggio di un'auto o un appartamento (Ozdemir, G & Turker, D. 2019).
- f) **Modello di Abbonamento**: gli utenti ottengono l'accesso a un servizio, come una piattaforma di streaming, su base mensile/annuale (Kannan & Singh, 2021).

Business Canvas e Business Model You per Imprenditori Digitali

I modelli di business digitali possono essere compresi meglio se si cerca di mettere in pratica le conoscenze teoriche. L'implementazione pratica della teoria è possibile attraverso l'uso di strumenti di business. Il Business Model Canvas e il Business Model You per gli Imprenditori Digitali sono due esempi di strumenti di questo tipo. L'uso del canvas presentato nella Figura 2 può portare a conoscere i clienti che avete, le proposte di valore offerte attraverso quali canali e il modo in cui

l'azienda può guadagnare (Università di Oxford, s.d.). Puoi anche utilizzare il Business Model Canvas per comprendere meglio il proprio modello di business o quello della concorrenza.

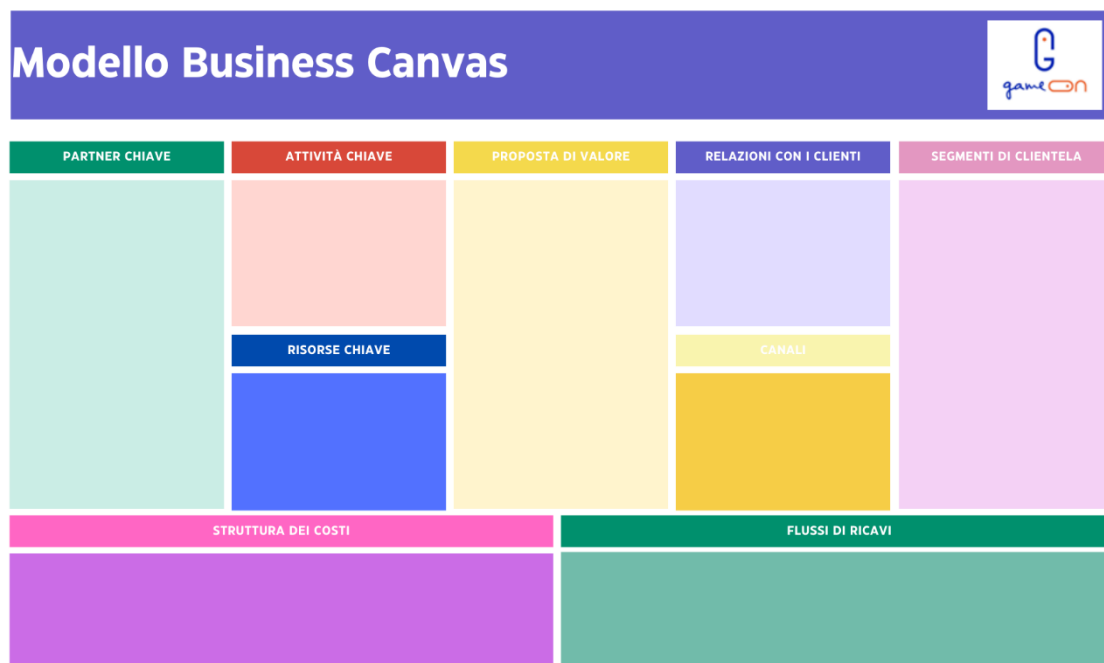


Figura 7. Modello Business Canvas.
Fonte: (Università di Oxford, s.d.).

Il Business Model Canvas può funzionare non solo per descrivere i modelli organizzativi di business, ma anche per descrivere i modelli di business personali (Clark & al, 2012).

Si notino le differenze tra il modello di business personale e quello organizzativo:

- ✓ Nel riquadro delle Risorse Chiave del canvas personale, si analizza se stessi come imprenditori (la propria personalità, le competenze e i beni che si possiedono o si controllano), mentre nel canvas organizzativo, le Risorse Chiave sono costituite da una gamma più ampia di risorse, come ad esempio altre persone (Clark & al, 2012).
- ✓ Il canvas personale può includere Costi e Benefici non monetari, come lo stress e la soddisfazione, mentre il canvas organizzativo include solo Costi e Benefici monetari (Clark & al, 2012).

Attività e risorse interattive

Ora che si conoscono i vari tipi di Modelli di Business Digitale e di Digital Business Canvas, è giunto il momento di unire teoria e pratica!

La creazione di un business canvas per la propria azienda o semplicemente la propria idea imprenditoriale può essere oggi molto semplice. Esistono diversi strumenti e piattaforme online che sono a disposizione. Ecco alcuni esempi:

- ✓ **Canvanizer**: Canvanizer è un semplice strumento web con collegamenti facili da condividere tra i membri del team che stanno brainstorming su un progetto, ma non necessariamente nella stessa stanza. Fornisce modelli di Business Canvas che possono essere facilmente utilizzati e personalizzati.
- ✓ **Canva**: Canva è una piattaforma online di progettazione e comunicazione visiva che semplifica il processo di preparazione di un Business Model Canvas. È possibile creare il proprio Business Model Canvas da zero o utilizzare un modello già pronto. Una volta creato, è davvero facile condividerlo con gli altri membri del team.

Oltre agli strumenti menzionati, è possibile utilizzare risorse come tutorial e corsi online sul tema dei modelli di business e del Business Model Canvas. Per arricchire le conoscenze sull'argomento, si possono consultare le seguenti risorse online:

- ✓ Un corso online gratuito dell'Università della Virginia fornito tramite Coursera:
<https://www.coursera.org/learn/uva-darden-innovation-business-model-canvas#syllabus>
- ✓ Un corso online fornito dal Coursera Project Network:
<https://www.coursera.org/projects/business-model-canva#details>
- ✓ Una serie di tutorial:
 - Business Model Canvas spiegato con esempi:
<https://www.youtube.com/watch?v=CakUeC1sCSs&pp=ygUdYnVzaW5lc3MgbW9kZWwgY2FudmFzIGRpZ2l0YWw%3D>
 - Tutorial sul Business Model Canvas - Modello di business di Uber:
<https://www.youtube.com/watch?v=dtf61YDCXDY&pp=ygUdYnVzaW5lc3MgbW9kZWwgY2FudmFzIGRpZ2l0YWw%3D>

Come può aiutare il gioco GameON?

Il gioco GameON offre agli utenti un'esperienza completa di simulazione interattiva focalizzata sulla promozione delle competenze imprenditoriali, comprese le conoscenze sui modelli di business, Business Canvas e Business Model You per imprenditori digitali. Il metodo di apprendimento basato su un gioco di simulazione facilita la comprensione di concetti pratici come i modelli di business e l'uso del Business Model Canvas, preparando così gli utenti ad applicare queste conoscenze e competenze nell'ambiente aziendale reale.



Figura 8 & 9. Il gioco GameON

Capitolo 3.4: Innovazione e Imprenditorialità

Introduzione

Questo capitolo introduce l'argomento "Innovazione e Imprenditorialità", un'iniziativa progettata per consentire ai giovani di superare le sfide della disoccupazione dotandoli delle competenze e delle conoscenze necessarie per eccellere come imprenditori nel fiorente settore digitale. Attraverso una formazione pratica e immersiva e la presentazione di tecnologie all'avanguardia, questo capitolo illustra i suggerimenti e le risorse per raggiungere il successo imprenditoriale.

Strumenti digitali utili per l'imprenditorialità e l'innovazione

Oltre ai concetti e alle competenze fondamentali riguardanti Innovazione e Imprenditorialità, sono disponibili diversi strumenti e risorse per aiutare i giovani nel loro percorso verso l'imprenditorialità digitale.

Esploriamo alcuni di questi elementi chiave che possono migliorare le capacità imprenditoriali e favorire il successo nel settore digitale.

Ricerche e Analisi di mercato

Comprendere il mercato di riferimento è fondamentale per qualsiasi imprenditore. L'utilizzo di strumenti e tecniche di ricerca di mercato consente di individuare le tendenze, le esigenze dei consumatori e il panorama competitivo. Queste informazioni aiutano a sviluppare prodotti o servizi innovativi che rispondono a specifiche richieste di mercato. Strumenti come [Google Trends](#), [Statista](#) e piattaforme di analisi dei social media forniscono preziose informazioni sulle preferenze dei consumatori e sulle dinamiche di mercato.

Strumenti per il design thinking

Gli strumenti per il Design Thinking digitale sono applicazioni software che facilitano le fasi di ideazione, prototipazione e sperimentazione del processo di design thinking. Si possono usare per fare brainstorming con un team, incoraggiando così la collaborazione, anche a distanza. Aiuteranno a risolvere problemi, a progettare nuovi prodotti e a essere creativi e innovativi. Strumenti come [Miro](#) (per lavagne condivise), [Figma](#) (per la collaborazione in tempo reale) o [InVision](#) (per la prototipazione) semplificano il flusso di lavoro e la collaborazione.

Strumenti di gestione finanziaria

Una gestione finanziaria efficace è essenziale per la sostenibilità e la crescita di qualsiasi impresa. Strumenti come [QuickBooks](#), [FreshBooks](#) e [Xero](#) aiutano nella contabilità, nella fatturazione, nel monitoraggio delle spese e nella rendicontazione finanziaria. Questi strumenti forniscono ai giovani imprenditori le necessarie informazioni finanziarie e aiutano a prendere decisioni informate.

Piattaforme di networking e collaborazione

La costruzione di una solida rete di contatti e la promozione di collaborazioni sono fondamentali per i giovani imprenditori. Piattaforme come **LinkedIn**, **Meetup** e **Slack** agevolano le connessioni con professionisti del settore, potenziali mentori e persone con interessi affini. Queste piattaforme offrono opportunità di apprendimento, condivisione di esperienze e possibilità di cercare supporto nel percorso imprenditoriale.

Hubs, Incubatori, Acceleratori

Incubatori, hub e acceleratori sono strumenti utili per i giovani imprenditori digitali in quanto forniscono risorse preziose, supporto e opportunità di networking per favorirne la crescita e il successo.

- Gli **incubatori** offrono spazi fisici e programmi di tutoraggio per aiutare le startup a perfezionare i loro modelli di business, accedere ai finanziamenti e sviluppare i loro prodotti o servizi.
- Gli **hub** sono ambienti collaborativi che riuniscono imprenditori, investitori ed esperti del settore, favorendo la condivisione di conoscenze, partnership e potenziali opportunità di investimento.
- Gli **acceleratori** forniscono programmi intensivi progettati per accelerare rapidamente la crescita delle startup attraverso il tutoraggio, l'accesso a reti di contatti e opportunità di investimento.

Questi strumenti sono utili perché facilitano il contatto con mentori esperti che possono fornire indicazioni e conoscenze sul settore. Offrono opportunità di networking, consentendo di entrare in contatto con potenziali partner, investitori e clienti. In questo modo, offrono un ecosistema di

supporto che aiuta a superare le sfide, perfezionare le idee e ottenere visibilità sul mercato, aumentando le possibilità di successo.

Raccolta fondi

Gli strumenti di raccolta fondi per giovani imprenditori digitali forniscono un supporto essenziale per ottenere capitali per le loro iniziative. Piattaforme di crowdfunding come [Kickstarter](#) e [Indiegogo](#) consentono agli imprenditori di presentare i loro progetti a un vasto pubblico e raccogliere fondi da singoli finanziatori. Le reti di investitori come [Gust](#) e [AngelList](#) mettono in contatto gli imprenditori con persone con elevato patrimonio netto interessate a investire in startup promettenti. Piattaforme di investimento online come [SeedInvest](#) e [Fundable](#) consentono agli imprenditori di presentare i loro piani aziendali a una base di investitori più ampia e accedere a opportunità di finanziamento nelle fasi iniziali.

Strumenti per il pitching

Gli strumenti utilizzati per il pitching sono preziosi per i giovani imprenditori digitali quando presentano le loro idee e cercano investimenti. Software di presentazione come Google Slides o [Canva](#) sono utili per creare pitch deck visivamente accattivanti e persuasivi. Piattaforme di gestione dei pitch come [Pitch.com](#) o [Slidebean](#) offrono modelli, funzioni di collaborazione e analisi per semplificare la presentazione. Piattaforme virtuali come [Zoom](#), [Webex](#) o [Pitcherific](#) facilitano sessioni di pitching a distanza per connettersi con gli investitori da qualsiasi parte del mondo. Sfruttando il potere di questi strumenti e risorse, il capitolo fornisce ai giovani un kit completo di strumenti per prosperare nel settore digitale. Li aiuta a trasformare le loro idee innovative in imprese redditizie, superare la disoccupazione e preparare il terreno per un futuro prospero.

Attività interattive e risorse

Attività di problem-solving: come creare un Hackathon per la risoluzione dei problemi?

Obiettivo dell'attività: Coinvolgere i partecipanti in un processo di problem-solving collaborativo.

STEP	DESCRIZIONE
Definire il problema	Illustrare il problema, identificarne le cause e comprendere i risultati desiderati.

Condurre ricerche	Raccogliere informazioni, analizzare i dati esistenti ed esplorare potenziali soluzioni o buone pratiche.
Generare idea	Incentivare sessioni di brainstorming per generare un'ampia gamma di idee innovative e potenziali soluzioni.
Selezionare una soluzione	Valutare e discutere le idee proposte, considerandone la fattibilità, l'impatto e l'allineamento con la dichiarazione del problema.
Sviluppare un prototipo	Progettare e costruire un prototipo o una prova concettuale per dimostrare la soluzione proposta.
Preparare una presentazione	Creare una presentazione concisa e convincente per illustrare il problema, la soluzione e il prototipo sviluppato.
Favorire la collaborazione e il pensiero critico	Incentivare la collaborazione, il pensiero critico e la creatività all'interno di ciascun gruppo.
Fornire indicazioni e supporto	Rispondere alle domande e fornire orientamento ai partecipanti, se necessario.
Presentazioni di gruppo e feedback	Chiedere a ciascun gruppo di presentare illustrando il problema, la soluzione e il prototipo, prevedendo una sessione di feedback e discussione.
Votazione e riconoscimento	Facilitare un processo di votazione o di giudizio per riconoscere le soluzioni migliori in base a criteri predefiniti (ad esempio, innovazione, fattibilità, impatto).
Riflessione e discussione	Concludere l'attività con una sessione di riflessione di gruppo, consentendo ai partecipanti di condividere ciò che hanno imparato, le loro intuizioni e le loro esperienze durante la simulazione dell'Hackathon.

Come utilizzare Miro? Uno strumento di design-thinking

Miro è una lavagna online gratuita e facile da usare, progettata per aiutare le persone a collaborare con gli altri in qualsiasi momento e ovunque. Miro propone diverse canvas che danno la possibilità di scegliere come lavorare con il proprio team. È sufficiente aprire un nuovo file e condividere il link per consentire a tutti di collaborare alla lavagna virtuale. Questo strumento è utile se si vuole fare un brainstorming online, documentare una riunione, mostrare qualcosa o gestire un workflow Agile.

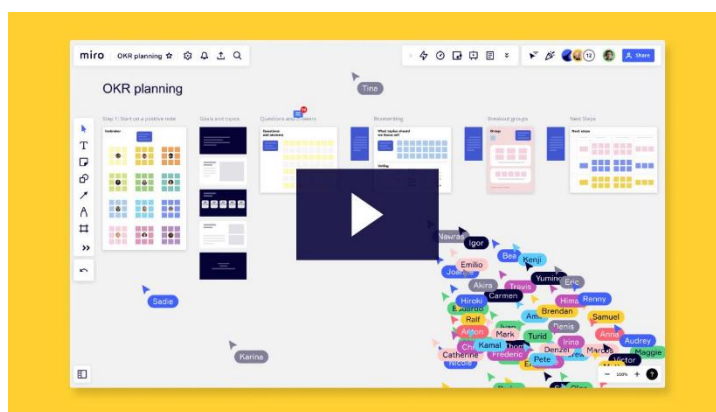


Figura 10. Come funziona Miro: Tutorial

Fonte: [YouTube](#)

Come può aiutare il gioco GameON?

Il gioco di simulazione GameON propone diversi scenari che metteranno alla prova le capacità imprenditoriali di base, partendo dalla situazione più semplice a quella più complessa.

Nel primo scenario, viene proposta una situazione in cui si è insoddisfatti dei propri studi e delle prospettive di lavoro attuali. Ma essere un imprenditore è qualcosa di nuovo e richiede innovazione e creatività, che si svilupperanno...

Nel secondo scenario, è stata lanciata la propria startup, ma ci si trova di fronte a problemi manageriali, che si dovranno superare se si vuole avere successo nel proprio progetto. Verranno approfonditi i concetti di design thinking e design antropocentrico.

Infine, il terzo scenario riguarda la ricerca di investitori per la propria startup. Questo compito impegnativo richiede alcune delle competenze imprenditoriali chiave per lanciare un'impresa, compresa la gestione delle risorse.

Questi diversi scenari di gioco descrivono vari aspetti/situazioni di un'impresa digitale. Possono aiutare a prepararsi meglio ad affrontare le diverse sfide legate alla creazione di un'idea imprenditoriale e al loro lancio sul mercato.

Capitolo 4: Buone Pratiche e Casi Studio

Capitolo 4.1: Buone Pratiche

Nome: Youth Empowered by Coca Cola 3E

Paese: Grecia

Anno di inizio: 2017

In corso: Sì

Descrizione della buona pratica

Youth Empowered è un programma che si svolge da diversi anni con una durata che va da tre giorni a un mese ed è sostenuto da Coca Cola 3E. L'obiettivo principale del programma è l'empowerment delle giovani generazioni attraverso competenze imprenditoriali, soft skill e competenze digitali. Quest'anno verrà offerto un nuovo ciclo digitale di seminari e mentoring gratuiti da parte di dirigenti senior di Coca Cola, esperti di mercato ed esperti formatori di Socialinnov. Socialinnov è un'organizzazione no-profit che si occupa di aiutare giovani e persone svantaggiate a raggiungere il loro potenziale e acquisire competenze per crescere a livello individuale e professionale.

Saranno affrontati e analizzati una varietà di argomenti d'attualità attraverso seminari della durata di due ore ciascuno. I mentori presenteranno le loro esperienze, elaborate sulla base di un contenuto ricco e in linea con le esigenze del mercato. In totale, per l'anno 2023, saranno disponibili 14 presentazioni online gratuite e i partecipanti avranno l'opportunità di partecipare all'evento dal vivo o di vedere la presentazione online in qualsiasi momento.

Alcuni degli argomenti principali che verranno analizzati saranno:

- Progettazione del Curriculum Vitae e preparazione ai colloqui
- Come ottenere la massima efficienza con Microsoft 365 e come gestire i dati con Excel
- Come costruire l'immagine social e la reputazione del proprio marchio
- Tecniche di vendita e negoziazione
- Conoscenze finanziarie di base
- Esperienza del cliente nell'era digitale.

Fino ad ora, questo progetto è riuscito a coinvolgere 40.000 persone e l'obiettivo per quest'anno è di ispirarne altre 10.000 persone.

Al termine dei seminari, i partecipanti avranno sviluppato un bagaglio di competenze che andrà ad aggiungersi alle loro capacità.

Motivi di interesse

I giovani avranno l'opportunità di incontrare e interagire con persone già attive nel campo. Attraverso le sessioni acquisiranno conoscenze preziose per i loro futuri passi, saranno stimolati e lavoreranno maggiormente sulle loro soft skill. Attraverso esempi di vita reale, i partecipanti potranno trovare ispirazione, imparare quali tattiche evitare e ampliare i loro orizzonti. Nello specifico, la buona pratica "Youth empowered by Coca Cola 3E" motiva i giovani a diventare imprenditori digitali fornendo formazione, tutoraggio e risorse. Dare ai giovani la possibilità di gestire le loro attività e mostrare storie di successo li ispira ad abbracciare il marketing digitale e a intraprendere un percorso imprenditoriale ricco di soddisfazioni.

Sito web: <https://www.socialinnov.gr/youth-empowered-by-coca-cola-tria-epsilon/>

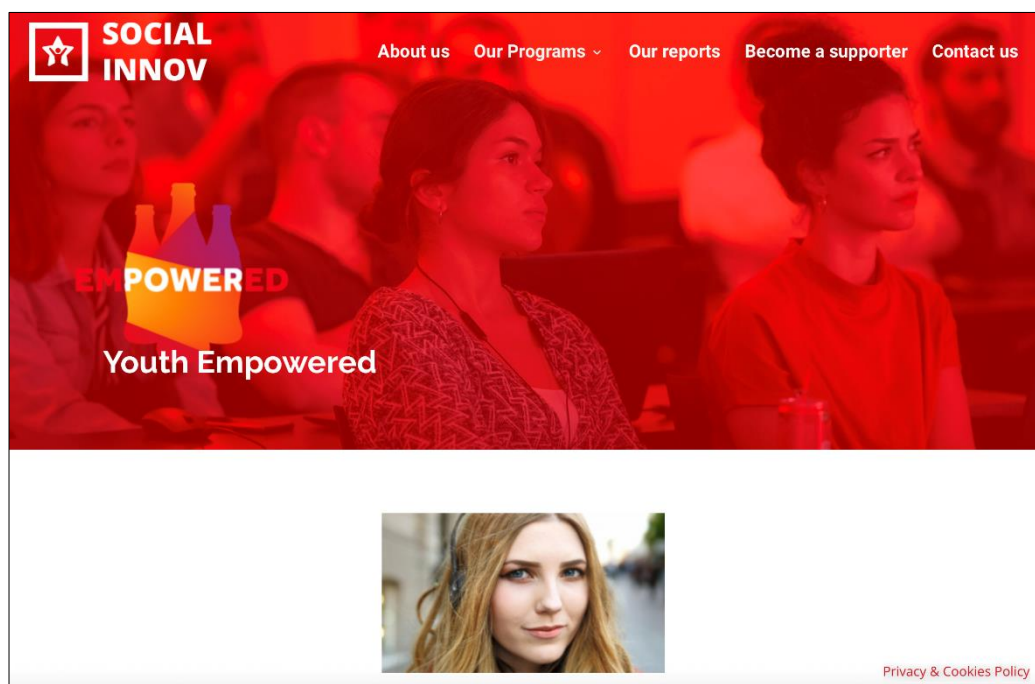


Figura 11. Youth Empowered

Fonte: [Sito web Social Innov](https://www.socialinnov.gr/youth-empowered-by-coca-cola-tria-epsilon/)

Nome: Crescere in Digitale

Paese: Italia

Anno di inizio: 2015

In corso: No, l'edizione 2022/23 sta per concludersi al momento in cui si scrive

Descrizione della buona pratica

Crescere in Digitale è un progetto realizzato da Unioncamere (Unione Italiana delle Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura) in partnership con Google, promosso da ANPAL (Agenzia Nazionale Politiche Attive del Lavoro) e dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali. L'obiettivo è promuovere, attraverso l'acquisizione di competenze digitali, l'occupabilità dei giovani che non studiano o non lavorano e investire nelle loro competenze per accompagnare le imprese nel mondo digitale.

La prima edizione del progetto è stata lanciata nel 2015, e nel 2022-2023 c'è stata la seconda edizione: dalla prima edizione, oltre 147.600 persone si sono iscritte, e più di 3000 giovani hanno trovato il loro percorso professionale attraverso il progetto.

Gli obiettivi principali del progetto erano: potenziare le competenze digitali dei giovani e facilitare il loro ingresso nel mondo del lavoro, e consolidare il percorso di innovazione digitale delle imprese attraverso gli stage dei giovani digitalizzatori.

Per tutti i partecipanti (giovani dai 18 ai 29/30 anni), il progetto prevedeva un corso MOOC online, offerto da Google, composto da 25 capitoli, per un totale di 98 moduli e 50 ore di lezioni, esempi pratici e casi di studio su tecniche e strumenti digitali per le imprese, come gestione dei social media, web marketing, industria 4.0, cloud, trasformazione digitale, video marketing, ecc.

Dopo aver superato il test, i giovani idonei potevano essere chiamati a partecipare a workshop di formazione sul campo (di gruppo e individuali) dove potevano entrare in contatto con il mondo delle imprese idonee e invitate. Si trattava sia di sessioni di formazione di gruppo, organizzate dalle strutture delle Camere di commercio territoriali, volte a migliorare le conoscenze e le competenze tecniche del giovane candidato, sia di sessioni di formazione individuale per l'orientamento al lavoro.

Successivamente, se selezionati, i giovani potevano accedere a tirocini extracurricolari retribuiti della durata di 6 mesi.

Attraverso questo progetto, i partecipanti hanno avuto l'opportunità di ampliare la loro conoscenza dell'ecosistema digitale e di apprendere come il Web possa essere uno strumento prezioso per sostenere la crescita e la visibilità internazionale delle imprese.

Motivi di interesse

Questo progetto è stato un esempio efficace ed efficiente di collaborazione tra istituzioni e sistema imprenditoriale, basato su un modello operativo originale che integra nuove tecnologie e un lavoro diretto "sul campo". Ma è stato anche un'opportunità concreta per molti giovani, che hanno potuto acquisire nuove conoscenze e competenze legate all'imprenditoria digitale, e per molte imprese che hanno colto positivamente questa opportunità di sviluppare le loro attività attraverso il digitale.

Sito web: <http://www.crescereindigitale.it/>

Nome: Cashy

Paese: Polonia

Anno di inizio: 2018

In corso: Sì

Descrizione della buona pratica

Cashy è una piattaforma di pagamento accelerato che consente un'elaborazione rapida ed efficiente dei pagamenti in un'azienda. Tale piattaforma permette di inviare denaro in modo sicuro per i prodotti o i servizi forniti e di gestire i crediti in modo elettronico. Cashy sta affrontando due problemi legati alla attuale crisi del settore dei trasporti, causata anche dal conflitto in Ucraina. Il primo problema è legato ai fornitori, poiché la carenza di autisti causa ritardi nei trasporti e problemi nel trovare trasportatori. Poiché il volume dei trasporti nell'Europa orientale è più basso, c'è anche un problema di mantenimento del flusso di liquidità delle aziende. Anche i lunghi tempi di pagamento delle fatture non aiutano, visto che l'attesa media è di 60 giorni.

Grazie alla tecnologia, i pagamenti veloci consentono alle aziende di ricevere i pagamenti più rapidamente, con meno commissioni e meno pratiche rispetto ai metodi tradizionali di factoring. Con i pagamenti veloci, le aziende possono ricevere denaro già un giorno dopo l'emissione della fattura, consentendo loro di far fronte alle esigenze di liquidità. Inoltre, eliminando la necessità di ricorrere a società finanziarie esterne, le aziende possono risparmiare tempo e denaro sulle commissioni di factoring. Tutti i pagamenti effettuati tramite la piattaforma Cashy sono conformi alle normative vigenti e all'Agenzia delle Entrate, anche grazie all'integrazione con i sistemi bancari e ERP. Cashy può essere utilizzata in molti settori, dove le aziende possono effettuare transazioni finanziarie in modo rapido e sicuro e monitorare i loro crediti e le loro richieste.

Motivi di interesse

Gli imprenditori sono una fonte inestimabile di ispirazione e motivazione. Ascoltare storie simili a questa può convincere i giovani imprenditori che tutto è possibile quando si lavora sodo. Il CEO Cashy ha costruito un'azienda da zero grazie al suo lavoro e al suo impegno. È anche importante notare che molto spesso le situazioni di vita reale portano idee e soluzioni.

Sito web: es., <https://cashy.pl/en>

Nome: E-COOL: Entrepreneurial and Intrapreneurial Mindset in Young People through the Dynamisation of Competences, Teaching Methodologies and Entrepreneurial Ecosystem (“Mentalità imprenditoriale e intra-imprenditoriale nei giovani attraverso la dinamizzazione delle competenze, delle metodologie didattiche e dell'ecosistema imprenditoriale”)

Paese: Spagna

Anno di inizio: 2018

In corso: No (fino a maggio 2023)

Descrizione della buona pratica

E-COOL è un progetto finanziato dai fondi del Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR) dell'Unione Europea, nell'ambito del programma INTERREG EUROPE, il cui obiettivo è promuovere l'educazione imprenditoriale tra i giovani attraverso l'uso di tecniche didattiche, lo sviluppo di competenze e un ecosistema imprenditoriale coinvolto. Questo incontro segna la fine di cinque anni di collaborazione nello scambio di esperienze e nell'ottimizzazione di piani e strategie tra dieci regioni europee. E-COOL è guidato dalla Camera di Commercio di Siviglia in Spagna. Il progetto ritiene che l'imprenditorialità «sia un importante motore di crescita economica intelligente, sostenibile e inclusiva e che sia un obiettivo primario delle regioni dell'UE da quando la CE l'ha inclusa nella Strategia 2020». E-COOL identifica e scambia - attraverso un approccio a quadrupla elica:

- Buone pratiche per la creazione di ecosistemi imprenditoriali più fruttuosi.
- Azioni per stimolare l'imprenditorialità negli atteggiamenti e nella mentalità dei giovani.

Le buone pratiche e le lezioni apprese saranno trasferite in Piani d'Azione da includere nelle politiche regionali.

Motivi di interesse

Questo progetto può essere utile ai giovani per sviluppare l'imprenditorialità e le loro competenze perché promuove molte buone pratiche in questo ambito, e si possono anche trovare piani d'azione sviluppati alla fine del progetto, che forniscono dettagli su come le lezioni apprese dalla cooperazione saranno implementate al fine di migliorare lo strumento politico affrontato all'interno di una determinata regione.

Sito web: <https://projects2014-2020.interregeurope.eu/e-cool/>

Nome: Lanzadera

Paese: Spagna

Anno di inizio: 2013

In corso: Sì

Descrizione della buona pratica

Lanzadera è un progetto nato per sostenere leader imprenditori, il cui obiettivo è generare le condizioni necessarie per aiutare gli imprenditori a creare aziende efficienti e aggiungere valore alla società implementando un solido modello di business. È stato creato nel 2013 da Juan Roig, presidente di Mercadona (azienda di supermercati leader in Spagna), nell'edificio Marina de Empresas, a Valencia, in Spagna.

Una delle cose che differenzia Lanzadera dagli altri acceleratori è che mostra alle startup il modello di gestione aziendale applicato dai supermercati Mercadona, chiamato "Modello di Qualità Totale". L'obiettivo è ispirare gli imprenditori a creare aziende sostenibili e scalabili, concentrandosi su 5 componenti chiave: clienti, lavoratori, fornitori, società e azionisti (o investitori).

Una volta che una startup viene selezionata per entrare in Lanzadera, e in base alle sue esigenze, riceverà servizi su misura dall'acceleratore. La fase di Scale Up è rivolta a aziende mature che hanno un modello consolidato e redditizio ma hanno bisogno di aiuto per raggiungere nuovi obiettivi; la fase di Growth promuove le aziende con potenziale ma che perseguono una crescita più rapida; la fase di Traction si concentra sulle startup nella loro fase iniziale; e la fase di Start è dedicata agli imprenditori che stanno ancora definendo il loro progetto. In ciascuno di questi programmi di accelerazione, le startup riceveranno formazione e finanziamenti, ma avranno anche la possibilità di collaborare con grandi aziende attraverso accordi stipulati in Lanzadera.

Dal 2013, Lanzadera ha supportato oltre 1200 aziende che a loro volta hanno creato circa 10.000 posti di lavoro. Le aziende selezionate si distinguono per aver applicato tecnologie innovative in settori come la logistica, la finanza, la mobilità, lo sport, l'agricoltura, la salute, l'istruzione, la sostenibilità o l'edilizia. Lanzadera non accoglie solo proposte tecnologiche. Raggiungere un "Modello di Qualità Totale" è, per loro, alla portata sia delle aziende digitali che di quelle fisiche. E questo è il suo principale punto di forza nel settore. È riuscita a creare un ecosistema di

finanziamento che sostiene un obiettivo dimenticato da altre proposte più focalizzate sulle tendenze internazionali.

Motivi di interesse

Entrare a far parte di un programma di accelerazione di questo tipo è di per sé entusiasmante, per tutti i servizi che propone e per il prestigio che offre alle startup digitali, oltre che per le enormi opportunità di networking offerte, con mentori prestigiosi e altre startup. I requisiti e gli obiettivi per entrare in Lanzadera sono impegnativi, ma la ricompensa può tradursi in finanziamenti fino a 500.000 euro attraverso prestiti a tasso zero concessi da Angels (società di investimento partner di Lanzadera). Inoltre, se la startup si consolida e convince i responsabili, i prestiti possono diventare azioni del gruppo. Per candidarsi a uno dei programmi di accelerazione, il processo è piuttosto semplice: è sufficiente presentare la documentazione necessaria tramite il sito web di Lanzadera. Ogni anno vengono selezionate circa 120 aziende (dalla Spagna e, a partire da quest'anno, anche dal Portogallo). Attualmente, circa 300 aziende sono supportate da Lanzadera.

Sito web: <https://lanzadera.es/>

Capitolo 4.2: Casi Studio

Nome: Pop Market

Paese: Grecia

Anno di inizio: 2021

In corso: Sì

Descrizione del caso studio

Pop Market è una start up nata con l'obiettivo di offrire la consegna di generi alimentari online in soli 15 minuti dal momento dell'ordine. Ci sono anche altre aziende note sul mercato, ma il vantaggio competitivo di questa start up e dell'app è la rapidità di consegna che promette e il basso costo di un euro per i servizi di consegna. Al giorno d'oggi, le persone amano impiegare il minor tempo possibile per completare le attività quotidiane che richiedono molto tempo ed energia. Con gli orari frenetici e il ritmo veloce della vita, è davvero un sollievo sapere che, premendo alcuni tasti, la verdura, i prodotti essenziali del supermercato o il cibo arriveranno direttamente a casa, senza nemmeno dover uscire. Le persone possono investire il tempo che spenderebbero per andare nei negozi in altre attività più produttive.

Finora, Pop Market copre le aree intorno al centro di Atene con l'obiettivo di espandere i propri servizi a tutti i quartieri di Atene. Per ottenere consegne rapide, sono stati creati molti dark store (“negozi oscurati”) in diverse aree. Le consegne avvengono dalle 8 del mattino fino a mezzanotte. Come metodo di pagamento, l'unica opzione è il pagamento online, per diminuire il tempo di interazione tra l'acquirente e la persona che effettua la consegna. La persona che ha fondato questa start up aveva creato anche 2 start up a Londra nel campo della consegna di alimenti a domicilio. Dopo aver acquisito tutte le conoscenze e l'esperienza, ha avviato il terzo business, Pop Market, il cui obiettivo è offrire un servizio rapido e di alta qualità.

Motivi di interesse

Gli esempi di vita reale possono essere fonte di ispirazione per i giovani. Rispetto a qualche anno fa, oggi le persone hanno accesso a Internet e a molti strumenti che possono utilizzare a loro vantaggio. Il mondo è ora digitalmente connesso e le società sono aperte a nuove idee. Le persone esperte

sono coloro che un tempo non avevano esperienza, ma che hanno corso il rischio, si sono adattate alle circostanze e hanno utilizzato l'esperienza passata a loro vantaggio.

Sito web: <https://popmarket.gr/?lang=en>

pop
Groceries & more
delivered to your door
in **MINUTES**

Order your favorite products at retail prices from
the fastest online supermarket in town

SHOP NOW

Do we deliver to you?

Discover our categories

English

Figura 12. Pop Market

Fonte: [Sito web di Pop Market](https://popmarket.gr/?lang=en)

Nome: Satispay

Paese: Italia

Anno di inizio: 2013

In corso: Sì

Descrizione del caso studio

Satispay è una piattaforma per i pagamenti digitali e i trasferimenti di denaro via Internet, nata nel 2013 dall'idea di tre giovani della città di Cuneo (Regione Piemonte), Alberto Dalmaso, Dario Brignone e Samuele Pinta.

Nel 2015 è nata l'app Satispay, grazie alla quale è possibile effettuare pagamenti online e nei negozi convenzionati, scambiare denaro con altre persone, effettuare ricariche telefoniche e donazioni, pagare le bollette. L'app permette infatti di effettuare pagamenti tra privati, attraverso la semplice rubrica, o pagamenti presso negozi convenzionati presenti nella lista, utilizzando la geolocalizzazione o il codice QR.

Indipendentemente dalle carte di credito e da una banca specifica, con Satispay è possibile trasferire denaro ai contatti personali e pagare nei negozi con la stessa facilità e immediatezza di un messaggio su WhatsApp. Satispay utilizza solo dati sicuri e non sensibili, poiché funziona senza carte di credito o debito. L'app funziona impostando un budget settimanale che non può superare i 200 euro che si collega a un conto bancario. È sufficiente avere un numero di telefono e un IBAN.

Esiste una versione dell'app per i privati e una per le aziende. Per le persone è necessario registrarsi e creare un account Satispay per iniziare a utilizzare l'app: bastano un documento d'identità, il codice IBAN del conto bancario e un codice fiscale italiano. In seguito, l'app consente di selezionare l'importo minimo settimanale che viene depositato in modo sicuro su un conto protetto. Per le imprese, è necessario creare un profilo aziendale e aderire a una rete senza intermediari che consente di accettare pagamenti riducendo le commissioni per gli esercenti. L'incentivo a utilizzare Satispay deriva dal fatto che, soprattutto in relazione ai pagamenti con carte di credito o debito, non vengono applicate commissioni per tutte le transazioni inferiori a 10 euro, mentre per quelle superiori a 10 euro la commissione è fissata a 20 centesimi.

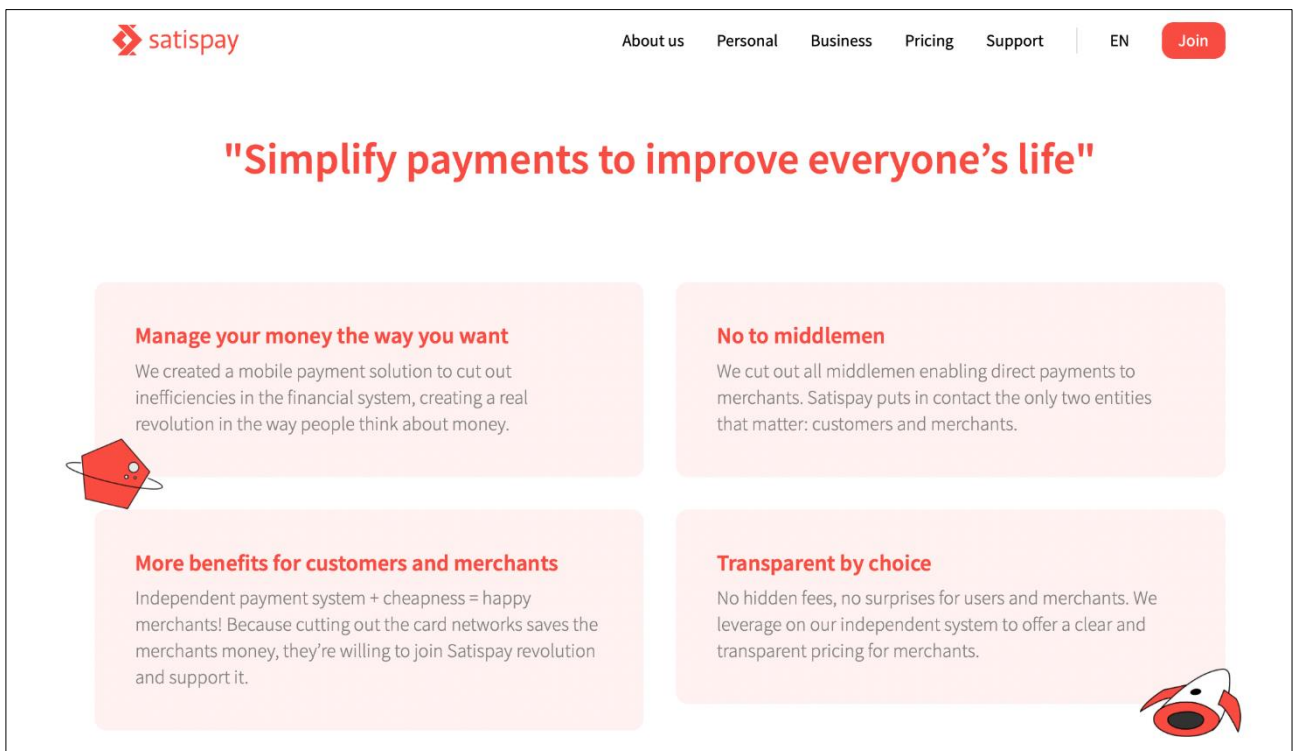
Nel 2023, Satispay ha raggiunto quasi quattro milioni di utenti attivi.

Motivi di interesse

Satispay è un'azienda italiana che ha sviluppato un servizio che permette di effettuare pagamenti utilizzando solo un'applicazione per smartphone, compatibile con quasi tutti gli smartphone dotati di sistema operativo Android o iOS. Si tratta di un portafoglio digitale, gestibile con la comodità di un semplice click, che sostituisce contanti, carte di credito e carte di debito.

Satispay è un chiaro esempio di un'impresa digitale che ha saputo utilizzare Internet e le nuove tecnologie per sviluppare un nuovo e rivoluzionario servizio di pagamento.

Sito web: <https://www.satispay.com/en-it/>



satispay About us Personal Business Pricing Support EN [Join](#)

"Simplify payments to improve everyone's life"

Manage your money the way you want
We created a mobile payment solution to cut out inefficiencies in the financial system, creating a real revolution in the way people think about money.

No to middlemen
We cut out all middlemen enabling direct payments to merchants. Satispay puts in contact the only two entities that matter: customers and merchants.

More benefits for customers and merchants
Independent payment system + cheapness = happy merchants! Because cutting out the card networks saves the merchants money, they're willing to join Satispay revolution and support it.

Transparent by choice
No hidden fees, no surprises for users and merchants. We leverage on our independent system to offer a clear and transparent pricing for merchants.

Figura 13. Satispay

Fonte: [Sito web di Satispay](https://www.satispay.com/en-it/)

Nome: InPost

Paese: Polonia

Anno di inizio: 2009

In corso: Sì

Descrizione del caso studio

InPost è un'azienda polacca che nel 2009 ha introdotto un sistema basato su moderni dispositivi simili a caselle postali, chiamati "Paczkomaty". Consente la raccolta e l'invio di pacchi 24 ore al giorno, 7 giorni su 7. Gli inizi non sono stati facili, poiché molti CEO di varie aziende hanno accolto con scetticismo l'idea dei Paczkomaty. Temevano che i terminali self-service diventassero un prodotto di nicchia e che la soluzione stessa non funzionasse nel mercato polacco. Tuttavia, gli armadietti per pacchi InPost hanno riscosso un enorme successo e sono utilizzati anche in altri Paesi, poiché si adattano perfettamente alle esigenze di oggi e tengono il passo con il settore dell'e-commerce in rapida crescita.

Nel 2018, insieme allo sviluppo dell'industria 4.0, hanno introdotto "Paczucha Bot", una chatbot progettata come strumento di assistenza ai clienti. È in grado di mostrare lo stato di un pacco, chiamare il corriere o trovare facilmente il punto di ritiro pacchi più vicino. In meno di un mese dalla sua creazione, la chatbot InPost è stato utilizzato da oltre 12.000 utenti.

Questo approccio rivoluzionario ha portato a un grande successo di InPost, che oggi è molto popolare. I clienti possono evitare di aspettare il corriere, di fare lunghe code o di ritirare un pacco solo in un luogo specifico e in determinati orari. Inoltre, l'utilizzo degli armadietti per pacchi è vantaggioso in termini di prezzo.

Recentemente è stata introdotta anche un'applicazione mobile che apre automaticamente la cassetta dei pacchi senza doverlo fare manualmente sul touchscreen.

Motivi di interesse

Questo caso studio può rassicurare i giovani imprenditori sul fatto che è importante essere coraggiosi, andare oltre gli schemi attuali e conosciuti e credere nelle proprie capacità. Mostra anche come il duro lavoro e la perseveranza siano fondamentali, poiché il successo potrebbe non arrivare immediatamente e molto spesso è necessario superare prima molte difficoltà.

Sito web: <https://inpost.pl/en>

Nome: DeleiteWear

Paese: Spagna

Anno di inizio: 2020

In corso: Sì

Descrizione del caso studio

DeleiteWear è un'azienda di e-commerce che offre al settore HORECA la possibilità di riutilizzare gli scarti tessili in divise e merchandising con valore sociale e ambientale. L'azienda opera utilizzando l'upcycling ("riutilizzo creativo") e le vecchie coperte degli hotel come materia prima per progettare camicie e altri capi d'abbigliamento, in modo da eliminare gli sprechi e seguire i principi dell'economia circolare. DeleiteWear è un'azienda sociale che collabora con laboratori che formano persone vulnerabili, come le persone vittime della tratta a fini di sfruttamento sessuale, che hanno bisogno di reintegrarsi nella società attraverso una professione nel campo della sartoria. Il loro attuale processo di lavoro è il seguente:

- Recupero di scarti di qualità che vengono sanificati nelle lavanderie degli hotel di lusso (in collaborazione con Cáritas, ente di beneficenza spagnolo che raccoglie vecchi tessuti)
- Progettazione di uniformi professionali
- Cucitura in laboratori di inserimento locali in Spagna
- Consegna di uniformi uniche di alta qualità. I loro prodotti sono 100% vegani (il loro processo evita lo sfruttamento del suolo, proteggendo la biodiversità delle foreste) e 100% riciclati (evitando l'inquinamento che deriverebbe dallo spreco di tessuti di valore).

Lavorano con hotel, ristoranti, delegazioni turistiche per la loro trasformazione sostenibile. Hanno collaborato con grandi aziende come RTVE (TV e radio pubbliche in Spagna), ACCOR o NOVOTEL. Questa startup è stata creata utilizzando il metodo LEAN Canva. I suoi principali canali sono il sito web aziendale e Instagram.

I fondatori di questa startup sottolineano l'importanza della dimensione digitale del loro business, che si basa interamente sul marketing digitale e su strategie online per le vendite. Instagram, in particolare, è stato una porta d'accesso al mercato per farsi conoscere. Hanno ricevuto diversi premi

imprenditoriali e di recente sono stati selezionati per lavorare con il programma Lanzadera (si veda la buona pratica su Lanzadera), un pioneristico acceleratore di imprese spagnolo.

Motivi di interesse

Laura, giovane imprenditrice e fondatrice di Deleitewear, ha una storia di grande ispirazione. Ha studiato ingegneria tessile e desiderava lavorare nel settore della moda. Nonostante un forte spirito imprenditoriale, non voleva creare un nuovo marchio associato a nuovi rifiuti tessili, essendo consapevole dell'inquinamento creato da questo settore. Poi ha scoperto il concetto di upcycling. Durante la pandemia ha avuto il tempo di riflettere sul suo progetto e, insieme a sua madre e a Nuria, la sua socia, hanno approfittato del lockdown per iniziare a lavorare su questo progetto. Hanno pianificato tutto online e la loro attività è interamente basata su strumenti digitali. Inoltre, si basa sul concetto chiave dell'empowerment dei giovani e delle donne, dell'economia sociale e della protezione dell'ambiente.

Sito web: <https://deleitewear.com/>

The screenshot shows the DeleiteWear website. At the top left is the logo 'deleitewear'. At the top right is a button 'Agenda tu reunión' and a menu icon. The main content area features a circular diagram with a blue arrow pointing from a basket of white fabric to a white shirt, and a green arrow pointing from the shirt back to the basket. To the right of the diagram is the text: 'Deleite Wear es la primera solución que ofrece al sector HORECA revalorizar su residuo textil en uniformes y merchandising con valor social y medioambiental. Ya ayudamos a hoteles, restaurantes, delegaciones de turismo en su transformación sostenible icon acciones medibles!'. Below this text are two buttons: 'Agenda tu reunión' and 'Contacta'. At the bottom of the page is a blue banner with the text 'Caso de éxito' on the left and a video player on the right. The video player shows a close-up of a white shirt with the text 'Yo antes era una sábana y mirame ahora!' and 'JARDINES DE SABATIN APARTOSUITES' with a green leaf logo. A play button is in the center of the video player, and a '24h' icon and a WhatsApp icon are at the bottom right.

Figura 14. DeleiteWear

Fonte: [Sito web DeleiteWear](https://deleitewear.com/)

Nome: VICIO

Paese: Spagna

Anno di inizio: 2020

In corso: Sì

Descrizione del caso studio

VICIO è il ristorante digitale nato a Barcellona all'inizio della pandemia e che ha raggiunto una crescita del 900% e un fatturato di quasi 4 milioni di euro nel suo primo anno. Si tratta di un concetto diverso di cibo che i suoi creatori, lo chef e imprenditore Aleix Puig e il suo socio, l'imprenditore Oriol de Pablo, avevano ben chiaro che dovesse basarsi sulla qualità. Con questa premessa, hanno creato un vero e proprio marchio con molta personalità, che va oltre il ristorante e costituisce un'esperienza completa, dal momento in cui si ordina fino a quando si finisce di mangiare. La qualità è supportata da un marchio moderno e originale. Oltre ai suoi prodotti, VICIO è un'esperienza in sé che sprigiona provocazione e con la quale migliaia di utenti si sentono già rappresentati. Tanto che il marchio, dopo aver invaso le città con i suoi adesivi VICIO, ha messo in vendita alcuni prodotti di merchandising, come tappeti per la casa, che sono stati esauriti in poche ore.

L'implementazione delle ultime tecnologie è un fattore determinante nel successo di VICIO. Lo sviluppo di un proprio software e l'inserimento di un CTO (Chief Technology Officer) nel team hanno permesso al marchio di diventare più efficiente, riducendo i tempi e mantenendo la qualità. In questo modo, ha ottenuto un aumento di oltre il 400% del numero di ordini in pochi mesi. Ogni 15 secondi viene venduto un hamburger.

Motivi di interesse

VICIO è nato dalla voglia di essere imprenditori, di creare qualcosa di diverso. In circostanze difficili, come l'inizio della pandemia e il conseguente lockdown, lo chef Aleix Puig, vincitore del programma MasterChef, e l'imprenditore Oriol de Pablo hanno iniziato a scambiare messaggi sui social network. Pur non conoscendosi, insieme hanno intuito un'idea e un progetto da realizzare. Così hanno deciso di creare un marchio digitale da vendere tramite consegne a domicilio.

Sito web: <https://www.ganasdevicio.com/>

Capitolo 5: Riferimenti

Adams R.L., (2017). 10 Marketing Strategies to Fuel Your Business Growth. Entrepreneur. Consultato da <https://www.entrepreneur.com/growing-a-business/10-marketing-strategies-to-fuel-your-business-growth/299335>

Alexander L., (2022). The Who, What, Why, & How of Digital Marketing. HubSpot. Consultato da <https://blog.hubspot.com/marketing/what-is-digital-marketing#examples>

Anim-Yeboah, S., Boateng, R., Kolog, EA., & Owusu, A. (April 2020). Digital Entrepreneurship in Business Enterprises: A Systematic Review. *Responsible Design, Implementation and Use of Information and Communication Technology*, Springer Nature Switzerland AG 2020, https://www.researchgate.net/publication/340474463_Digital_Entrepreneurship_in_Business_Enterprises_A_Systematic_Review

Autio, E., et al. (2018). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1), 72–95, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/sej.1266>

Bican, P. M., & Brem, A. (2020). Digital Business Model, Digital Transformation, Digital Entrepreneurship: Is There A Sustainable “Digital”? *Sustainability*, 12(13), 5239. <https://doi.org/10.3390/su12135239>

Cámara de Oviedo. (2022). ¿En qué consiste la mentalidad emprendedora? Consultato da <https://www.mba-asturias.com/empresas/mentalidad-emprendedora/>

Carpenter D., (2021). Interactive Marketing: What It Is and Why It Works. Connection Model. Consultato da <https://www.connectionmodel.com/blog/interactive-marketing-what-it-is-and-why-it-works>

Chen J., Mansa J., Courage A. (2023). Business-to-Business (B2B): What It Is and How It’s Used. Investopedia. Consultato da <https://www.investopedia.com/terms/b/btob.asp>

Clark, T., Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Business model you*. John Wiley & Sons, Incorporated.

Cyndi. (2022). Cultivating an entrepreneurial mindset: Programs for Kids & Teens. Consultato da <https://www.bostontechmom.com/cultivating-an-entrepreneurial-mindset-programs-for-kids-teens/>

E-COOL project. (2023). Consultato da <https://www.interregeurope.eu/policy-solutions/good-practices/projects?keywords=&projects=E-COOL>

European Commission. (2015). *Fuelling Digital Entrepreneurship in Europe - Background paper*, <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/5313/attachments/1/translations>

Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital technology entrepreneurship: a definition and research agenda. *Technology Innovation Management Review*, 7(5), 44–51, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2984542

Gohmann, SF. (2012). Institutions, Latent Entrepreneurship, and Self–Employment: An International Comparison. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Sage Journals, 36(2), 295–321, <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/j.1540-6520.2010.00406.x?journalCode=etpb>

Hattingh, M., et al. (March 2020). The Characteristics of Digital Entrepreneurship and Digital Transformation: A Systematic Literature Review. *Springer Nature - PMC COVID-19 Collection*, 12066: 239–251, <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7134220/#CR1>

Huynh, T. K., Le, H.-D., Van Nguyen, S., & Tran, H. M. (2020). Applying Peer-to-Peer Networks for Decentralized Customer-to-Customer Ecommerce Model. In T. K. Dang, J. Küng, M. Takizawa, & T. M. Chung (Eds.), *Future Data and Security Engineering. Big Data, Security and Privacy, Smart City and Industry 4.0 Applications* (Vol. 1306, pp. 21–34). Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-33-4370-2_2

ILO. (2022). *Global Employment Trends for Youth 2022: Investing in transforming futures for young people*, International Labour Organization. Geneva, https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_853321.pdf

Jafari, A., El Meskine, L., & Chakir, A. (2020). Founders' Profile And The Success of New Digital Venture. *Revue Économie, Gestion et Société*, 22, <https://revues.imist.ma/index.php/REGS/article/view/19711>

Kannan, P. K., & Singh, S. (2021). Digital business models and platforms. *Groningen Digital Business Centre*, 1(1), 1-16. Consultato da: <https://www.rug.nl/gdbc/white-paper-digital-business-models-and-platforms.pdf>

Khaled, M. (n.d.). Redefining Survival: Moving from Business Continuity to Business Resilience in Purpose Transformation. [www.linkedin.com. https://www.linkedin.com/pulse/redefining-survival-moving-from-business-continuity-khaled-phd/](https://www.linkedin.com/pulse/redefining-survival-moving-from-business-continuity-khaled-phd/)

Lambrecht, A., Goldfarb, A., Bonatti, A., Ghose, A., Goldstein, D. G., Lewis, R., Rao, A., Sahni, N., & Yao, S. (2014). How do firms make money selling digital goods online? *Marketing Letters*, 25(3), 331–341. <https://doi.org/10.1007/s11002-014-9310-5>

Le Dinh, T., Vu, M. C., & Ayayi, A. (2018). Towards a living lab for promoting the digital entrepreneurship process. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(1), 1–17, https://www.researchgate.net/publication/326990005_Towards_a_living_lab_for_promoting_the_digital_entrepreneurship_process

Monnappa A., (2023). The History and Evolution of Digital Marketing. Simpli. Consultato da <https://www.simplilearn.com/history-and-evolution-of-digital-marketing-article>

NFTE, Network for teaching entrepreneurship. (2021). Consultato da <https://www.nfte.com/>

OECD/European Commission. (2021). *The Missing Entrepreneurs 2021: Policies for Inclusive Entrepreneurship and Self-Employment*, Paris, France: OECD Publishing, <https://doi.org/10.1787/71b7a9bb-en>

Overby, S. (n.d.). Digital transformation: 5 future and 3 fading trends for 2022. The Enterprisers Project. <https://enterpriseproject.com/article/2022/1/digital-transformation-5-future-and-3-fading-trends-2022>

Ozdemir, G., & Turker, D. (2019). Institutionalization of the sharing in the context of Airbnb: A systematic literature review and content analysis. *Anatolia*, 30(4), 601–613. <https://doi.org/10.1080/13032917.2019.1669686>

Rawat A. S., (2021). 8 Most Effective Marketing Techniques. Analytic Steps. Consultato da <https://www.analyticssteps.com/blogs/most-effective-marketing-techniques>

Sahut, JM., Iandoli, L., & Teulon, F. (2021). The age of digital entrepreneurship, *Small Business Economics*, 56, 1159–1169, <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00260-8>

Somers, M. (2022). Consultato da <https://mitsloan.mit.edu/ideas-made-to-matter/3-traits-entrepreneurial-mindset#:~:text=An%20entrepreneurial%20mindset%20is%20resilient,are%20critical%20thinkers%2C%20Barrett%20said>

Staff Writer., (2020). What Is the Impact of Technology on Marketing?. Reference*. Consultato da https://www.reference.com/business-finance/impact-technology-marketingbac8794dbac521ba?utm_content=params%3Ao%3D740005%26ad%3DdirN%26qo%3DserpIndex&ueid=4b9d643b-41ba-4cbb-b056-f0dc71d8784f

Staff Writer., (2023). How to Maximize Your Online Digital Marketing Strategy. Simpli. Consultato da https://www.simpli.com/lifestyle/maximize-online-digital-marketing-strategy?utm_content=params%3Ao%3D740008%26ad%3DdirN%26qo%3DserpIndex&ueid=4b9d643b-41ba-4cbb-b056-f0dc71d8784f

Talin, B. (2022, November 28). 11 Digital Business Models you should know incl. Examples. *MoreThanDigital*. <https://morethandigital.info/en/11-digital-business-models-you-should-know-incl-examples/>

Tenney, M., Tenney, M., & Tenney, M. (2023). What is a sustainable business strategy? Business Leadership Today - the Resource for Leaders Working to Build and Sustain World-class Teams and Organizations in Today's Business Environment. <https://businessleadershiptoday.com/what-is-a-sustainable-business-strategy/#:~:text=A%20sustainable%20business%20strategy%20is,of%20conserving%20and%20protecting%20resources.>

The Wisdom of Digital Transformation | blog. (2019, August 22). Blog. <http://raamayatechnologies.com/blog/technology/the-wisdom-of-digital-transformation/>

University of Oxford. (n.d.). Business Model Canvas Explained. *EnSpire Oxford*. <https://eship.ox.ac.uk/business-model-canvas-explained/>

Wijayasinha R., (2021). Eight Marketing Strategies Every Startup Or Small Business Can Afford. Forbes. Consultato da

<https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2021/03/30/eight-marketing-strategies-every-startup-or-small-business-can-afford/>

Youth Entrepreneurs, Inc. (2023). A community of growth-minded teachers. Consultato da <https://teachempowered.org/>

Zhao, F., & Collier, A. (September 2016). *Digital Entrepreneurship: Research and Practice*, 9th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business, https://www.researchgate.net/publication/309242001_Digital_Entrepreneurship_Research_and_Practice



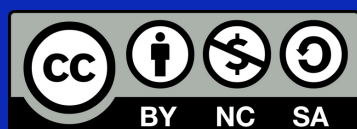
Cofinanziato
dall'Unione europea



Progetto: GameON - 2021-1-ES02-KA220-YOU-000028541

Queste **Linee Guide** sono pubblicate sotto la licenza **Creative Commons Attribution NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License** (CC BY-NC-SA 4.0.)

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)



Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agencia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.

