



Associazione per la
Mobilitazione Sociale



Unione degli Assessorati
alle Politiche socio-sanitarie
e del Lavoro



Governo italiano
Ministro della *Gioventù*

Finanziato dal Fondo per le Politiche Giovanili 2009



Università degli Studi
di Palermo



Università per Stranieri
"Dante Alighieri"
di Reggio Calabria



Università degli Studi
di Enna "Kore"



Provincia di
Reggio Calabria



Università degli Studi
"Mediterranea" di
Reggio Calabria



IL PROGETTO

Crea.Re è un progetto finanziato nell'ambito del bando per la presentazione di progetti volti a promuovere la cultura di impresa tra i giovani, indetto dalla Presidenza del Consiglio - Dipartimento della Gioventù. Il progetto riguardava in particolare le priorità relative all'Orientamento al lavoro autonomo e alla promozione della cultura di impresa. Il nome è l'acronimo di Creare Imprese in Rete. I destinatari dell'intervento sono stati studenti universitari, di età compresa tra i 18 e i 30 anni, residenti in Calabria e in Sicilia. Educare alla cultura d'impresa è uno strumento di grande importanza per consentire l'avvio di un rapporto attivo dei giovani con la realtà economica e produttiva e trasferire un insieme di valori, attitudini e convinzioni in un contesto economico di libertà d'iniziativa e di concorrenza. Nelle due regioni, caratterizzate dal più alto tasso di disoccupazione giovanile, sono stati selezionati due gruppi di studenti universitari che hanno partecipato ad un percorso formativo sulla cultura d'impresa e successivamente si sono sperimentati nell'ideazione di un progetto imprenditoriale. Nei gruppi di lavoro, un team di consulenti ha seguito gli studenti che intendevano creare un'impresa ed è stato inoltre fornito un accompagnamento per l'accesso al credito e a tutto ciò che implica la creazione di impresa.

600 giovani sensibilizzati

150 partecipanti al percorso formativo

70 giovani coinvolti nel laboratorio

ARCHITETTI EMERGENTI

Calabria

L'idea è quella di realizzare una **rivista specializzata di settore dedicata in particolare a diffondere studi e progetti di giovani architetti**. Il prodotto magazine sarà realizzato sia in formato cartaceo sia diffuso on-line. Venduto solo per abbonamento, avrà come mercato sia il mondo universitario che gli studi professionali ed anche alcune aziende. I tre proponenti, laureandi in architettura, hanno già avviato la realizzazione di un sito web per raccogliere idee e proposte. Considerando i bassi costi di investimento e produzione, l'iniziativa è sostenibile anche con un mercato inizialmente ristretto. I proponenti hanno già lavorato per diverse pubblicazioni in ambito scientifico e hanno inoltre un forte orientamento alle nuove tecnologie per l'architettura ecosostenibile. I potenziali clienti sono tutti coloro (in ambito scientifico o professionale) che



SIMONE VARTOLO, MARCO MICELI E GIUSEPPE RUDI, 24 ANNI
laureandi in architettura

necessitano di aggiornamento sulle novità nel campo dell'architettura nonché quel target non raggiunto dalle riviste specializzate per motivi di costo o di diffusione. Il settore di riferimento è quello delle pubblicazioni e della comunicazione via web, attraverso la creazione di un portale web di settore (architettura), che attraverso la raccolta di progetti promuove i giovani architetti italiani. Avendo constatato a proprie spese la difficoltà ad entrare nel mondo del lavoro (in Italia ci sono circa 90.000 architetti su un totale europeo di circa 200.000), abbiamo pensato che fosse utile creare una vetrina per promuovere le qualità dei neo laureati nel campo dell'architettura. Il mercato di riferimento è potenzialmente nazionale ed europeo. Un'utile esperienza per la fase di start up d'impresa deriva dal fatto che abbiamo già lavorato a diverse pubblicazioni in ambito universitario, acquisendo competenze e dimestichezza con i software dedicati alla grafica e al web publishing. Inoltre la conoscenza delle tematiche architettoniche derivante dal nostro percorso di studi, ci fornisce la competenza di base per affrontare la redazione del magazine.

Rispetto alla concorrenza, il punto di forza è lo spazio dato a giovani che non riescono a pubblicare su riviste altamente qualificate pur avendo proposte di studi o progetti di qualità. L'originalità della formula sta nel fatto che il fornitore dei materiali è anche consumatore.

“Gli uomini comuni guardano le cose nuove con occhio vecchio, l'uomo creativo osserva le cose vecchie con occhio nuovo”.

Gian Piero Bona



IO GETTO... TU SWATY Sicilia

Io getto tu Swaty nasce in risposta ad uno dei problemi odierni della nostra società e dall'insoddisfazione di due ragazzi siciliani nei confronti delle condizioni poco efficienti della raccolta differenziata in Italia. La constatazione di come tale strumento non venga sfruttato a sufficienza e di come si utilizzino tecniche non all'avanguardia, nonostante il progresso tecnologico raggiunto ai nostri giorni, sta alla base dell'idea. Una delle motivazioni preponderanti è ovviamente il desiderio di contribuire alla salvaguardia dell'ambiente non più sensibilizzando la gente (tentativo ancora utilizzato in gran parte della nazione), ma creando uno strumento che aiuti e semplifichi l'approccio alla raccolta differenziata. Il prodotto che s'intende creare è un **separatore automatico di rifiuti riciclabili**, cioè un apparecchio che riconosce e differenzia opportunamente i vari tipi di rifiuti nelle loro aree merceologiche. Il mercato di riferimento è costituito da centri di aggregazione di pubblico come parchi divertimento e, in generale, parchi di qualsiasi tipo ma anche centri commerciali o aeroporti. Il tipo di clientela a cui è rivolto il prodotto è la grande azienda che giornalmente riceve una quantità considerevole di pubblico e che necessita di un sistema automatico per la raccolta differenziata per meglio gestire la raccolta dei rifiuti e facilitarne lo smaltimento. In questo modo si assicura una percentuale maggiore di prodotti di rifiuto finalizzati al riciclaggio in ambienti dove il controllo umano è spesso ingestibile. I fattori di successo sono l'eco-sostenibilità e la tecnologia avanzata per la produzione di rifiuti "Purificati" mentre i vantaggi per il cliente sono il concreto risparmio di tempo e di denaro, l'immagine orientata al rispetto ambientale e l'opportunità di business generata dai rifiuti.



ANGELO PARISI, 26 ANNI

è iscritto alla facoltà di Economia e commercio. Ha sviluppato competenze su affiancamento e supporto aziendale, gestione fiscale e raccolta fondi



MICHELE CALÒ, 27 ANNI

è iscritto alla facoltà di Ingegneria delle telecomunicazioni e le sue competenze sono in particolare su aspetti tecnici riguardanti la produzione di software

ARBOREA SAPORI IN CALABRIA E PRODOTTI CASEARI DI PECORA Calabria

L'idea originaria è di **un'azienda agricola lattiero-casearia** mirata alla parte industriale, di produzione e trasformazione di prodotti derivati dal latte. La produzione dovrebbe essere orientata a prodotti di alta qualità e di origine locale. I prodotti che intende vendere derivano tutti dal processo di trasformazione del latte. Quindi l'obiettivo è la realizzazione di un caseificio. Tale caseificio avrà la capacità di trasformare la materia prima, di origine animale, in prodotti vendibili al consumatore, quale pecorino calabrese, ricotta di pecora, canestrato, fiore sardo. I potenziali clienti sono e esercizi commerciali ed esercizi pubblici di ristorazione. Il mercato di interesse è quello locale.

“Grandezza significa imprimere una direzione. Nessun fiume è grande e ricco di per sé, ma è il fatto di ricevere e convogliare in sé tanti affluenti a renderlo tale”.

Nietzsche



ANNA MARIA IACOPINO ha conseguito la laurea in Scienze e Tecnologie Agrarie con indirizzo zootecnico e il dottorato di ricerca in Produzioni zootecniche nel bacino del Mediterraneo

L'idea parte dalla passione per l'equitazione e dall'esperienza acquisita in attività dilettantistiche. L'attività proposta vuole coniugare in un'unica struttura **servizi per lo sport ed il tempo libero e servizi di tipo riabilitativo a finalità sociale**. In quest'ottica, l'equitazione è uno sport utilissimo per la crescita psico-motoria dei più giovani perché sviluppa un forte senso di responsabilità e lealtà. Il punto di forza di questa pratica sportiva è che può diventare anche terapeutica perché il cavallo, a differenza degli strumenti inanimati utilizzati nelle attività ludico-ricreative, è vivo, si muove, reagisce, sente e pensa. Questo, stimola il bambino a stabilire un rapporto non solo fisico con il proprio compagno ma anche empatico. Inoltre è importante sottolineare che le attività equestri si svolgono in massima parte all'aperto, a contatto con la natura, quindi si avranno benefici in termini di benessere psico-fisico, dal momento che i bambini di oggi sono coinvolti da attività e interessi svolti per lo più in casa causando sedentarietà e isolamento.

Il servizio offerto consiste sia nel costruire un rapporto di crescita psico-motoria tra cavallo e individuo, ove vi si presenti la necessità, sia nell'usufruirne come un vero e proprio sport dal quale trarre diversi benefici: vi saranno persone che praticheranno l'equitazione in termini di attività fisica, ed altri che lo faranno con un fine diverso quale quello agonistico. Gli esercizi saranno rivolti a specifiche attività: monta inglese, monta americana, salto ostacoli, dressage, ognuna delle quali richiederà una preparazione diversa. E' prevista la presenza di istruttori professionisti regolarmente iscritti all'albo.



DOMENICA GRAMUGLIA, 22 ANNI
laureata in Scienze
economiche

POTENZIALI CLIENTI:

- Associazioni o enti che si occupano di soggetti a rischio o di riabilitazione motoria
- Singoli o gruppi interessati ad attività sportive

STRATEGIE:

- Formule di abbonamento annuale
- Convenzioni con Enti
- Tariffe per singole prestazioni (passeggiate o attività sportive)

MERCATO DI RIFERIMENTO:

● La provincia di Reggio Calabria ed in particolare il comune di Bagnara Calabria dove attualmente risiedo. L'impresa si collocherà nello splendido scenario della Costa Viola, a pochi minuti dallo svincolo di Bagnara Calabria, facilmente raggiungibile.



L'intenzione è di proporre un'evoluzione nel settore agricolo in stretta connessione con la realtà della produzione energetica rinnovabile e con i criteri di eco-sostenibilità. Il progetto consiste nella **realizzazione di un ciclo produttivo di colture fuori suolo (pomodoro), abbinato a sistemi di produzione di energia**. I cicli produttivi dei vegetali avranno luogo all'interno di ambienti protetti e controllati, strutture serricole altamente tecnologiche. Questi impianti saranno completamente autonomi dal punto di vista energetico, dato che l'energia necessaria al funzionamento dei processi verrà fornita da appositi impianti fotovoltaici installati sulle falde delle serre e da generatori microeolici. L'energia in eccedenza verrà immessa quindi sulla rete elettrica per essere venduta e costituirà una parte importante del fatturato dell'impresa.

POTENZIALI CLIENTI:

● Nei primi anni di attività, piccoli esercizi commerciali del settore ortofrutticolo della provincia di Reggio Calabria. Si punta ad offrire un prezzo più basso rispetto a quello dei mercati generali, con una qualità comparabile o addirittura superiore.



GIUSEPPE FAMILIARI

laureato in Architettura, buone competenze nell'uso di programmi CAD, applicazione di principi di eco-sostenibilità, interessi nel settore agro-alimentare e nella ricerca e sviluppo di produzioni alternative

DAVIDE SERGI

laureato in Ingegneria elettronica, competenze nella progettazione di impianti, applicazione di principi di eco-sostenibilità, interessi nel settore agro-alimentare, nella ricerca e sviluppo di produzioni alternative

STRATEGIA:

● Fidelizzare i clienti in modo da ottimizzare il processo di distribuzione dei prodotti. Il surplus di produzione energetica è invece rivolto interamente al gestore nazionale. L'attività di marketing sarà improntata ad informare la clientela sui punti di forza dei prodotti: qualità e convenienza economica. Importanza sarà data alla caratteristica, rara sul mercato, di una produzione agricola a impatto zero.

PUNTI DI FORZA:

- Minori tempi di produzione
- Maggiori quantità prodotte per unità di superficie
- Utilizzo più efficace dello spazio
- Maggiore qualità del prodotto
- Minore impiego di acqua e nutrienti
- Assenza di diserbanti e pesticidi
- Indipendenza dal terreno e dal clima
- Automatizzare i processi produttivi

VANTAGGI PER I CLIENTI:

- Prezzo conveniente
- Elevata qualità media garantita e l'uniformità del prodotto

I clienti avranno anche la possibilità di poter esporre un marchio che accerti la provenienza dei nostri prodotti da agricoltura eco-sostenibile, con tutto l'impatto che questo potrebbe avere su una clientela finale sempre più attenta ai problemi del pianeta.

“Qualunque cosa tu possa fare o sognare di fare, incominciala... L'audacia ha in sé genio, potere e magia. Incomincia adesso”.

Goethe



APTS AGENZIA POLIFUNZIONALE PER IL TURISMO SPORTIVO
Sicilia

Nasce dall'idea di 3 giovani laureati che hanno svolto un'analisi in ambito universitario sui diversi aspetti delle attività sportive strettamente connesse al turismo. Dopo aver approfondito gli studi del settore del turismo sportivo hanno deciso di costituire un'impresa che si inserisce nel panorama del terziario ed ha l'obiettivo principale di offrire servizi turistico territoriali utili a soddisfare il turista sportivo e rendere ottimale il suo soggiorno nell'ambito della competizione sportiva. **L'APTS** si propone come network fra tutti gli stakeholders del settore turistico sportivo siciliano. Inizialmente prende in considerazione il settore motoristico siciliano con preciso riferimento a quegli eventi che richiamano nella mente del turista sportivo elevate emozioni derivanti dalla carica emozionale dell'evento stesso (targa Florio, Trapani - Erice).



FABRIZIO CINÀ, 27 ANNI

laurea di 1° livello in Economia e Gestione dei Servizi Turistici. Competenze di base sul turismo, sul turismo sportivo e imprenditorialità

PIERANGELO LONGO, 26 ANNI

laureando magistrale in Ingegneria Gestionale. Competenze di base sulla gestione di impresa e imprenditorialità

VALERIO ZIMBARDO, 27 ANNI

laureando di 1° livello in Economia e Finanza. Competenze di base nel settore economico-finanziario e imprenditoriale

OBIETTIVI:

- Posizionarsi nel mercato di nicchia per favorire e rendere efficiente l'incontro tra organizzatori di eventi e utenti
- Assicurare un vacanza sportiva perfettamente conforme alle aspettative e alle esigenze del turista sportivo

TURISMO SPORTIVO:

● Viaggi basati sul tempo libero che portano gli individui a spostarsi dalla propria residenza per partecipare ad attività sportive o come spettatori di attività o di spettacoli basati su attività sportive, con un soggiorno minimo di 24 ore. Il turismo sportivo rappresenta un'estensione dello sport alle attività di loisir/vacanza (sportivizzazione della vacanza); un modo per sfruttare alcune valenze "attraenti" di un territorio tutto l'anno, così da allungare la stagione turistica (destagionalizzazione della vacanza); un'alternativa alla tradizionale vacanza "spiaggia, sole, mare" (diversificazione della vacanza).

FATTORI DI SUCCESSO

- First mover
- Assenza di concorrenza diretta
- Settore in continua crescita
- Destagionalizzazione del turismo
- Bassi costi fissi e di realizzazione

VANTAGGI PER LA DOMANDA

- Godere di una vacanza sportiva conforme alle aspettative e alle esigenze del turista sportivo
- Assistenza diretta per gli affiliati al turista sportivo (pacchetti servizi per i familiari)
- Piena visibilità degli eventi a carattere amatoriale e agonistico
- Possibilità di una crescita sensibile delle attività sportive dell'isola

VANTAGGI PER L'OFFERTA TURISTICO-SPORTIVA

- Incremento della domanda a carattere nazionale e internazionale
- Prima analisi settoriale sulla pratica sportiva
- Connessione diretta tra domanda e offerta tramite il network di APTS
- Piena visibilità dell'evento

La mia idea è scaturita dalla passione per la cucina nostrana ma soprattutto per via dei miei studi che attualmente svolgo presso la facoltà di Agraria. Lo scopo è quello di intraprendere un'attività commerciale atta alla **rivendita di beni di prima necessità, legata alla valorizzazione dei prodotti** che il nostro territorio ci offre favorendo una crescita dei piccoli produttori e artigiani ed inoltre valorizzare e caratterizzare i nostri prodotti tipici calabresi. La mia idea è quella di mettere in atto un'attività dinamica nella quale i clienti nostrani e stranieri possano trovarsi in comunicazione fra loro trasmettendosi esperienze interculturali differenti, in quanto ho previsto una sala di degustazioni e meeting nella quale si possono dedicare serate a tema con professionisti del settore ed artigiani del territorio calabrese.

FATTORI DI SUCCESSO:

- Dinamicità dell'attività da avviare
- Innovazione rispetto alla zona visto che sarebbe l'unico al centro di Reggio Calabria
- Disponibilità a 360° per clienti esteri
- Apertura al web con un sito dedicato all'e-commerce dove ampliare la vendita dei prodotti a livello nazionale e internazionale

VANTAGGI PER I CLIENTI:

- Eterogeneità del target di clienti (del luogo e visitatori)
- Favorire la comunicazione
- Seguire la dieta mediterranea
- Filiera corta
- Facile reperibilità dei prodotti grazie al sito web



MARIA CRISTINA IARIA,
laureanda in Scienze
e Tecnologie Alimentari



Crea.Re Sicilia visita l'incubatore di imprese dell'università di Palermo

S intende realizzare una **piattaforma multimediale rivolta a tutte le realtà territoriali che vogliono promuovere e dare visibilità ad eventi di varia natura**. Un contenitore in grado di mettere in rete, in modo innovativo, la domanda e l'offerta di servizi attraverso l'utilizzo di mappe navigabili. Il progetto nasce dall'esigenza di trovare la giusta visibilità sul web, traducendosi poi in riscontro effettivo nella vita reale oltre che virtuale. Ecco allora l'idea di creare uno spazio sviluppato appositamente per ospitare utenti che vogliono promuovere e diffondere sul proprio territorio eventi di ogni genere. Questi possono utilizzare strumenti innovativi, muovendosi all'interno di ambienti in grado di dare massima espressione alle loro esigenze comunicative/commerciali. Gli utenti sono invitati a utilizzare gratuitamente la piattaforma e ognuno di essi, promuovendosi, contribuirà a generare un sistema dinamico in grado di funzionare, sia localmente che globalmente, come strumento a disposizione di chi cerca intrattenimento, svago, cultura, formazione.

POTENZIALI CLIENTI:

- Esercenti commerciali o privati che vogliono dare visibilità alle proprie iniziative, in modo da garantire un alto bacino d'utenza ed un grande utilizzo e diffusione della piattaforma. Inizialmente il progetto si concentrerà su precise aree geografiche per poi continuare la diffusione a 360°

FATTORI DI SUCCESSO E VANTAGGI PER I CLIENTI:

- Innovatività del servizio poichè sul mercato non sono presenti piattaforme che mettono a disposizione del cliente gli innumerevoli servizi annessi da noi offerti



SALVATORE MONTANA, 21 ANNI studente di Economia e finanza. Suona in una band il basso elettrico, ricopre il ruolo di segretario della Giovane Italia di Favara ed è impegnato nel campo dell'associazionismo attraverso Giovani Idee ed Eureka. Ha competenze sul campo dell'informatica, oltre quelle inerenti al suo percorso di studi

- Gratuità della piattaforma per una localizzazione territoriale precisa (paese, zona, contrada), e prezzi modici per una visibilità maggiore (visibilità dell'annuncio a livello provinciale, regionale)
- Spazio riservato dedicato così il cliente potrà descrivere l'evento organizzato, con la possibilità di renderlo a partecipazione libera, ad inviti, ad esaurimento posti, riservato
- Portfolio degli eventi organizzati in precedenza, con la possibilità di vedere il livello di gradimento attraverso il rilascio di feedback da parte dei visitatori che hanno preso parte all'iniziativa
- Possibilità di effettuare prevendite direttamente dalla pagina dell'evento tramite invio di sms
- Interazione diretta ed in tempo reale con la piattaforma durante la manifestazione oggetto dell'annuncio così gli utenti/visitatori potranno commentare l'evento invitando altri a partecipare
- Possibilità di utilizzare l'applicazione appositamente sviluppata per smartphone come un navigatore, portando l'utente dal punto in cui si trova sino all'evento



ALESSIA SCALISI, 25 ANNI

laureanda in Sviluppo economico e cooperazione internazionale, facoltà di economia. Ha acquisito la qualifica come regista multimediale e addetta alla somministrazione di alimenti, oltre che alle competenze inerenti il percorso di studi



CLAUDIO MANNINO, 24 ANNI

laureando in Disegno industriale della facoltà di Architettura. Ha competenze di programmazione, progettazione informatica, grafica e marketing acquisite nel corso degli anni di studio



BIOSOLE SICILIA Sicilia

Due giovani studenti universitari siciliani, nonostante i differenti percorsi formativi, hanno la comune passione per il rispetto dell'ambiente e la voglia di mettersi in gioco per creare qualcosa di innovativo. Nasce così un'idea imprenditoriale che consiste nella realizzazione di un'**azienda agricola con l'integrazione delle tecnologie fotovoltaiche per la produzione di prodotti biologici di vario genere**. L'idea si sviluppa in più fasi da realizzare nell'arco di dieci anni. La prima fase consiste nella costruzione di due serre con pannelli di vetro standard di 1.200 mq e la produzione e vendita dei prodotti biologici coltivati. La seconda fase consiste nella conversione delle serre standard in serre fotovoltaiche e la realizzazione di un laboratorio per la lavorazione dei prodotti. La terza fase prevede la realizzazione di un agriturismo con annesso uno store adibito sia alla vendita dei prodotti lavorati sia a degustazioni e incontri con specialisti del settore.

POTENZIALE CLIENTE

● Colui che sta attento all'alimentazione e alla qualità dei prodotti. Ha un'attitudine nei confronti del vivere e mangiare sano e tende ad acquistare principalmente prodotti locali di provenienza controllata. Solitamente va alla ricerca di mercati e fiere locali dove trova il produttore con il quale instaura un rapporto di fiducia e fedeltà. Le dimensioni del mercato potenziale stanno via via crescendo perché è aumentata la sensibilizzazione nei confronti delle tematiche ambientali e alimentari per merito dei media e del più alto livello d'istruzione della popolazione. La gente è disposta anche a spendere di più per prodotti genuini e sicuri dei quali conosce provenienza e metodi di produzione.



GIUSEPPINA SCHIRÒ, 28 ANNI

laureata in Discipline della comunicazione e laureanda in Informatica per la comunicazione del patrimonio culturale, ha la passione per la musica, la lettura e la pittura. Da un paio di anni si occupa di volontariato e insieme ad alcune amiche ha fondato un'associazione di promozione sociale per la tutela delle famiglie meno fortunate



EUGENIO ZARCONI, 23 ANNI

laureando in Scienze biologiche, ha con la passione per lo sport, gli animali e il mangiar bene. Nel tempo libero si diletta ad organizzare eventi per la giovane movida palermitana

POSSIBILI CONCORRENTI:

● Le aziende biologiche in Sicilia sono poche così come quelle annesse ad un agriturismo e la maggior parte di quelle che ci sono producono vini o oli biologici. Non esistono inoltre aziende che sfruttano la tecnologia del fotovoltaico per produrre agricoltura biologica.

FATTORI DI SUCCESSO:

- Produzione e commercio di prodotti agricoli biologici
- Produzione e utilizzo di energia dei nostri impianti fotovoltaici
- Produzione a “zero” impatto ambientale
- Produzione e vendita di ricette realizzate con i nostri prodotti agricoli
- Possibilità di creare occupazione

VANTAGGI PER I CLIENTI:

- Prodotti agricoli coltivati senza l'utilizzo di prodotti di sintesi
- Alimenti con maggiori quantità di antiossidanti contro l'invecchiamento cellulare
- Alimenti con migliori qualità organolettiche
- Rispetto per l'ambiente e la produzione di energia pulita

“Le tre regole di lavoro:

1. Esci dalla confusione, trova la semplicità.
2. Dalla discordia, trova armonia.
3. Nel pieno delle difficoltà risiede l'occasione favorevole”.

Albert Einstein







SLOW SICILY CONCEPT

Sicilia

Slow Sicily Concept è un progetto che propone un'ibridazione tra un locale lounge e uno store a Palermo. A tale scopo intende **affiancare le attività e le possibilità tipiche di un locale ad altre di promozione e vendita di prodotti sartoriali, di design e slow food Made in Sicily per il più in ore serali**. Si intende celebrare non il bisogno ma la dimensione culturale dei prodotti attraverso un'innovativa interazione con il cliente. Inoltre, con attività formative, si vorrà puntare al turismo congressuale. L'intento è anche quello di esportare il modello in altre città italiane ed estere. Se certi acquisti o studi fossero meditati culturalmente proprio in ore serali di relax, si valorizzerebbe il gusto e l'importanza nel farlo utilizzando al meglio il tempo sottratto ad altre attività per eseguirli in un luogo lontano e non sempre in linea con le nostre aspettative. Tali considerazioni prendono le mosse dall'anomica frenesia delle città e costituiscono la motivazione a questa ipotesi di business creativa e in odor di lentezza. Si prevede un evolvere sul focus alla persona, al valore e alla complessità socio-economica mediata e mediante come necessità dei prodotti e servizi come quelli formativi.

POTENZIALE CLIENTE:

- Introspezzivi studenti e ricercatori universitari
- Imprenditori in cerca di idee, formazione e network
- Ordini professionali con serate di approfondimento in ore serali e sistemi di turismo congressuale. Una clientela avvicinata da un marketing virale tra tutti i prodotti e servizi.



CALOGERO BONGIOVANNI, 28 ANNI
studente di Scienze politiche



ROCCO SAMPARISI, 29 ANNI
laureando in Ingegneria gestionale

MERCATO D'INTERESSE:

● Sarà portato a una buona mediazione tra domanda di competenza e soggettività ed esborsi monetari per ciò che potrà soddisfare tali bisogni. Nella formula proposta, per creare legame tra i quattro assi in un concept ibridato con un lounge bar basata sull'ozio creativo, cioè a dire studio-lavoro-gioco in un'unica azione possibile grazie alle tecnologie, la creatività e una buona gestione del tempo, crediamo che il consumare questi prodotti e in questo modo, potrà assicurare all'azienda un più agevole fronteggiare eventuali flessioni del mercato nel suo complesso. La differenziazione del mix si presta ad una dimensione del mercato mutevole. Formazione ed attività lounge assicurerebbero un binomio da intendere come asse portante al business. Sartoria e design come satelliti a questo. Il puntare a dimensioni di nicchia prescinde da inseguire elevate quote di mercato.

FATTORI DI SUCCESSO:

- Idea innovativa
- Flessibilità come vocazione
- Now-know delle aziende partners
- Innovativa gestione del tempo proposta
- Forte focus alla dimensione giovanile e al paradigma postindustriale del sociologo Domenico De Masi su cui si basa la mission del progetto

VANTAGGI DEI CLIENTI:

- La centralità della persona in un cantiere di idee, aperto all'arte e in un continuo divenire arricchito dai servizi descritti
- Partecipare a una sorta di social network reale dove condividere cultura, strategie e passioni
- Partecipare all'emergere di nuovi lussi, quali la bellezza, lo spazio e il tempo libero e a una destrutturazione del lavoro sia nel tempo sia nello spazio

“DUE GIOVANI VISIONARI ED ECLETTICI”



MAMY'S CLUB SAFE SCHOOL Sicilia

Il progetto prende spunto dai recenti fatti di cronaca che hanno visto come protagonisti i bambini delle scuole materne vittime di maltrattamenti. La **Mamy's Club Safe School sarà un nido/materna dotato di un sistema di telecontrollo** che, attraverso l'impiego di telecamere speciali, consentirà a tutti i genitori (mediante l'uso di password) di collegarsi al sito della scuola e ad avere quindi sotto controllo i loro bambini. Questo progetto, oltre a dare sicurezza alle famiglie, avvicinerà e renderà partecipi i genitori della crescita educativa del bambino. Altra caratteristica fondamentale è garantire la qualità dei servizi grazie ad un'attenta selezione del personale che tenga conto delle attitudini e delle passioni di questi oltre che della loro esperienza nel settore.

TARGET:

● Bambini di età compresa tra i 3 mesi e i 13 anni e i loro rispettivi genitori. In quanto scuola privata si presuppone che, dovendo pagare la retta mensile, i genitori siano entrambi lavoratori e rientrino in una fascia di reddito medio-alta

FATTORI DI SUCCESSO:

- L'innovazione (sistema di telecontrollo)
- L'affidabilità del personale
- L'erogazione di più servizi sia per i bambini che per le mamme
- La possibilità di un'interazione tra insegnanti e genitori
- La possibilità di iniziare a coltivare le passioni e le attitudini dei bambini

VANTAGGI PER I CLIENTI:

- Visionare come ci si prende cura dei figli all'interno della scuola



ZAIRA TARANTINO, 27 ANNI

ha conseguito la laurea in Scienze e tecnologie dell'arte, della moda e dello spettacolo. Ha frequentato un corso professionale e conseguito il titolo di addetto alle comunità infantili



MARIA ROSARIA MORTILLARO, 25 ANNI

ha conseguito la laurea di primo livello in Filosofia della conoscenza e della comunicazione e conseguirà a breve la laurea specialistica in Filosofia e storia delle idee. Ha frequentato un master di primo livello in Sviluppo delle risorse umane e un corso di programmazione neurolinguistica

- Far frequentare ai bambini corsi di lingua straniera
- Usufruire dei servizi anche il sabato e nelle ore pomeridiane
- Partecipare anche loro ad alcune attività pomeridiane
- Valutare con l'aiuto di personale addetto quelle che sono le capacità psico-attitudinali dei bambini.

“Nell'atto di creazione di ciascun individuo l'arte nutre l'anima, coinvolge le emozioni e libera lo spirito, questo può incoraggiare le persone a fare qualcosa semplicemente perché vogliono farlo”.

Bernie Warren

Il sito è un **gruppo d'acquisto online**, ossia si parte dall'idea che più persone comprano un determinato oggetto e meno lo pagano (ad esempio se 1 persona compra 1 kg di mele

pagherà 1€, se 100 persone comprano 100 kg pagheranno 50€). Il sito propone diversi prodotti o servizi (una cena, un viaggio) a prezzi scontati. Perché l'offerta si concretizzi è necessario che essa venga sottoscritta da un numero minimo di persone entro un certo periodo di tempo. In pratica ci si iscrive alle offerte senza dover pagare nulla all'inizio, se si raggiunge la soglia minima richiesta dall'offerta allora si paga il prezzo del coupon e lo si riceve online. Le offerte sono geolocalizzate, ovvero vengono divise in base alle città, in maniera tale da poter trovare l'offerta più vicina a casa. L'idea è sostenibile in quanto il mercato, nonostante la presenza di numerosi concorrenti, non è ancora saturo. L'incumbent del settore è il sito internet Groupon, il quale si rivolge però ad un mercato globale. Il nostro sito si rivolge invece ad un mercato locale, più facilmente gestibile e controllabile. Un vantaggio competitivo è possibile individuarlo nell'accessibilità ad un elevato numero di utenti, attraverso i numerosi canali di comunicazione da noi posseduti (ad es. Facebook). I siti internet concorrenti non sono conosciuti a livello capillare nel nostro territorio, quindi, agendo (quasi) da first mover, è possibile applicare con successo, anche da noi, un'idea rivelatasi vincente in altre realtà. Osservando i nostri concorrenti è possibile differenziare e migliorare la nostra offerta, cercando di emulare gli aspetti positivi e risolvere quelli negativi.



GIOVANNI ROMANO, GIOVANNI CONIGLIARO, EMANUELE SORRENTINO, GABRIELE VERSO E MARCO DI FILIPPO, 22 ANNI

“L’UNIONE FA LO SCONTO”





PRODUZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DI PRODOTTI DA AGRICOLTURA BIOLOGICA DI ALTA QUALITÀ' Sicilia

La genesi della nostra idea è stata di tipo push e di tipo pull. Cioè in seguito alla frequenza del corso di Creare Imprese in Rete, ci siamo messi nella veste dell'imprenditore e abbiamo valutato la possibilità di fondare un'impresa in base a un mix di idee pervenute da parte del gruppo. L'idea è di tipo pull perchè abbiamo riconosciuto un bisogno insoddisfatto, l'esigenza di **prodotti biologici** per la fascia medio alta dei consumatori, e ci siamo riconosciuti come capaci di soddisfare tale bisogno creando un'impresa e diventando imprenditori. Il progetto ha l'intento di sviluppare una brand extension che vede come protagonisti il mondo dell'alta moda e del cibo biologico creando un'impresa per la produzione/commercializzazione di prodotti alimentari da agricoltura biologica di alta qualità, associando ai prodotti un marchio già noto sul mercato e operante nel settore dell'alta moda.

IL MERCATO:

● Il nostro mercato di riferimento di partenza è quello italiano. L'Italia è all'avanguardia nel settore dell'agricoltura biologica e la richiesta di prodotti alimentari biologici è in costante aumento. Il modello agricolo italiano è vincente nel mondo e il suo primato viene riconosciuto nella qualità e nella tipicità delle produzioni. Inoltre la produzione italiana a tavola è emblema della dieta mediterranea riconosciuta come fondamentale nel mantenimento della salute psicofisica.

FATTORI DI SUCCESSO:

● La firma di un marchio dell'alta moda



FRANCESCA AGRUSA, 25 ANNI
iscritta al corso di laurea in Economia e gestione dei servizi turistici. Le sue competenze personali sono in progettazione, gestione e organizzazione



GIOACCHINO LA RUSSA, 28 ANNI
laureato in Economia e finanza, laureando al corso di laurea specialistica in Economia e gestione del territorio e turismo. Competenze informatiche e ragionieristiche

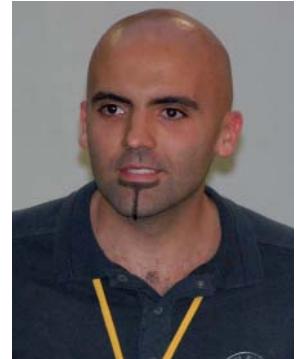
- Immagine consolidata del marchio (alta qualità, tradizione, modernità)
- Il cibo biologico ha un effetto di protezione contro l'esposizione ai pesticidi
- Vasta rete distributiva e alta capacità di marketing del brand
- Design e packaging alternativo
- Attenzione al sistema di qualità dei prodotti
- Il cibo biologico presenta valori nutritivi e organolettici superiori rispetto al cibo convenzionale, mantiene "il sapore di un tempo"
- Potenzialità naturali del territorio siciliano rappresentate dal clima mediterraneo, dall'elevata presenza di terreni agricoli coltivati a colture tradizionali

POTENZIALI CLIENTI:

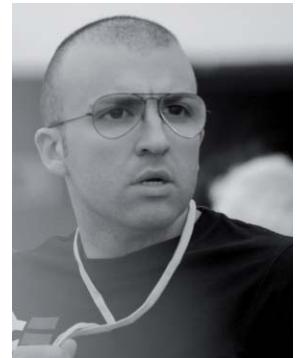
- Individui con reddito medio-alto, alto livello di istruzione, sensibili alle tematiche ambientali, aperti al "nuovo"
- Ristoranti e alberghi disposti ad offrire al cliente prodotti di alta qualità
- Mense scolastiche e ditte di catering

VANTAGGI PER I CLIENTI:

- Benessere psico-fisico derivante da una sana alimentazione
- Entrare a far parte di un nuovo stile di vita dalla forte connotazione fashion
- Comunicare attraverso l'acquisto del bene la propria sensibilità ecologica e sociale
- Dimostrare agli "altri" il proprio status sociale



FRANCESCO GIACCONE, 28 ANNI



MIRKO GIACCONE, 26 ANNI

“La vita non è cento volte troppo corta per annoiarsi?”

Nietzsche

L'impresa ha l'obiettivo di offrire **consulenza informatica e matematica** ad aziende private ed enti pubblici sviluppando soluzioni scientifiche avanzate. Questa idea nasce un po' per casualità e un po' per voglia di creatività, ma soprattutto perché si è visto che molte aziende si troveranno presto o tardi nella condizione di dover investire nel settore "Ricerca e Sviluppo", settore spesso trascurato pur essendo il principale punto di forza dell'economia delle più grandi potenze mondiali. La creazione di questa impresa è coerente con le competenze e le conoscenze di tutti i soggetti proponenti in materia di ricerca e sviluppo di soluzioni innovative ad hoc per le aziende.

PRODOTTI/SERVIZI OFFERTI:

- Sviluppo software (grafici, elaborazione dati) con assistenza e manutenzione
- Prodotti informatici specializzati (grafica, data base, siti, server)
- Consulenza scientifica, informatica e matematica di alto livello finalizzata alla soluzione di problemi aziendali nelle fasi della realizzazione del prodotto o della messa a punto di sistemi informatici aziendali

POTENZIALI CLIENTI:

- Aziende private ed enti pubblici che necessitano di attività di ricerca e sviluppo finalizzata al miglioramento. Il mercato di interesse è nazionale ed europeo

CONCORRENTI:

- Pur esistendo sul territorio reggino diverse aziende che svolgono attività di consulenza e di ricerca e sviluppo software, si valuta di poter diventare competitivi con progetti più mirati



MARIA ARFUSO, 27 ANNI
 Ingegnere in
 telecomunicazioni



CHIARA SAMMARCO, 27 ANNI
 Ingegnere
 in telecomunicazioni,
 dottoranda di ricerca



SERENA SAMMARCO, 27 ANNI

Dottore di ricerca in matematica,
docente universitario a contratto



DOMENICA IERO, 27 ANNI

Ingegnere
in telecomunicazioni,
dottoranda di ricerca

“Vivendo in modo creativo
ci si rende conto del fatto che
ogni cosa che facciamo
aumenta il senso di essere vivi,
di essere noi stessi,
insostituibili e unici”.

Donald W.Winnicott



IL SENTIERO DEL VERDE Calabria

Il progetto consiste nella creazione di un **vivaio ecosostenibile per la produzione e la commercializzazione di piantine orticole e ornamentali e la fornitura di servizi collegati**. L'obiettivo è di realizzare un centro che si occupi di orticoltura e giardinaggio a 360°, inizialmente svolgendo solo l'attività vivaistica, producendo piantine di alta qualità con agricoltura biologica, sfruttando l'energia prodotta dall'impianto fotovoltaico, contenendo lo spreco e l'utilizzo delle risorse idriche grazie a un impianto di accumulo e riutilizzo dell'acqua piovana; seguendo costantemente i clienti, fornendo consulenza a domicilio, consulenza gratuita via internet, mettendo loro a disposizione schede e materiale vario che sia di supporto alla creazione dei loro orti e piccole serre. Una volta raggiunto un certo volume di produzione e una maggiore notorietà, l'obiettivo sarà trasformarsi in un garden center, ampliare prodotti e servizi, realizzare alcuni progetti per ristabilire un rapporto diretto tra uomo e natura e promuovere la diffusione di pratiche ecosostenibili. La struttura dovrebbe sorgere su un terreno di proprietà della mia famiglia di circa 4000 metri quadrati, in una zona periferica della città. Sarà presente una serra fotovoltaica di circa 1200 metri quadrati che oltre ad assolvere al suo compito tradizionale per le coltivazioni permette di produrre energia elettrica pulita, ridurre le emissioni di CO2 e, data la totale integrazione architettonica dell'impianto, vi è la possibilità di accedere alla tariffa incentivante massima del conto energia. Sarà installato un impianto di recupero dell'acqua piovana, che oltre a contribuire a preservare le sorgenti d'acqua, ridurre gli sprechi, alleggerire i sistemi di depurazione, permetterà un risparmio economico annuo di oltre il 40%.



ANGELA SCILLA, 21 ANNI
laureanda in
Scienze economiche

PRODOTTI/SERVIZI OFFERTI

- Specie orticole e di piante, sarà possibile trovare, inoltre, piantine orticole e ornamentali insolite (peperoncini colorati ornamentali, basilico viola, basilico al limone, pianta scilla) per rispondere al bisogno di novità e diversificazione richiesti anche nel settore del giardinaggio e dell'orticoltura
- Aratura, potatura, trattamenti fitosanitari
- Realizzazione di giardini pensili, terrazzi, giardini e miniserre da balcone/terrazza da sviluppare in collaborazione con architetti paesaggisti, giardinieri e simili

IL MERCATO

- Inizialmente è quello locale per poi estendersi all'intera regione. La zona in cui sorgerà il vivaio è una zona periferica della città caratterizzata dalla presenza di numerosi orti e giardini, di piccoli e medi agricoltori e la domanda potenziale di piantine è elevata

VANTAGGI PER IL CLIENTE

- Gli si offre la possibilità, iscrivendosi gratuitamente al sito internet, di avere consulenza online gratuita, schede e materiale di supporto alla coltivazione, scambiare idee e consigli con altri utenti, grazie a un forum e partecipare alle iniziative che l'impresa intende promuovere per ripristinare, attraverso la pratica agricola, il legame stretto tra uomo e ambiente e diffondere pratiche ecosostenibili

PUNTI DI FORZA

- Ubicazione favorevole e scarsa concorrenza sul territorio
- Eco-sostenibilità (serre fotovoltaiche - impianto riciclo acqua piovana)
- Produzione biologica
- Vasta gamma di prodotti e servizi
- Produzione di piante ornamentali e ortive insolite
- Realizzazione di progetti per riavvicinare l'uomo alla natura, utilizzare terreni incolti, riqualificare zone abbandonate, favorire maggiore coesione sociale

“Faccio sempre ciò che non so fare per imparare come va fatto”

Vincent Van Gogh

L'idea riguarda la **realizzazione di un merchandising** e nasce dall'esperienza turistico-culturale della proponente. La stessa, visto che prima di lasciare la città oggetto di visita, è solita curiosare tra i negozi di souvenirs, al fine di comprarne qualcuno, ha notato che nella propria città non vi è un merchandising. L'impresa andrà ad operare nel settore servizi merchandising per il turismo ed il suo fine è sostanzialmente quello di promuovere e valorizzare il patrimonio storico-artistico-culturale della suggestiva città di Reggio Calabria. L'attività consisterà nella vendita, sia diretta che su commessa, di prodotti raffiguranti le bellezze artistico-culturali della città e riportanti il marchio "Rhegium". Si tratta di penne, matite, notes, peluches, ceramiche (piatti, tazze, anfore, statue), t-shirts, foulards, cappellini, felpe, cartoline, guide turistiche, libri.

MERCATO DI RIFERIMENTO

● I prodotti saranno venduti direttamente al singolo, turista o visitatore, che trovandosi nella città di Reggio Calabria vorrà comprare un souvenir e portarlo con sé al suo rientro come ricordo della stessa; saranno invece venduti su commessa ad imprese ricettive (villaggi turistici, campings), enti locali ed organizzazioni (sportive, culturali) che vorranno rilasciare rispettivamente ai loro ospiti e partecipanti pacchetti contenenti gadgets personalizzati, in modo da lasciar in loro un segno creativo tangibile di quella che è stata la loro permanenza nella città e/o provincia di RC.

FATTORI DI SUCCESSO:

● La proponente si andrà ad avvalere di un grafico per la realizzazione di disegni e stampe, il quale poi andrà a trasmetterli all'azienda preposta alla trasformazione



MARIA LUISA ROSSELLO, 21 ANNI
è iscritta alla facoltà di Giurisprudenza, corso di laurea in Scienze economiche.
Le sue aspirazioni sono quelle di dedicarsi al settore economico, o meglio a quello che è il campo tributario ed imprenditoriale

dei prodotti grezzi in prodotti finiti. Disegni e stampe potranno essere personalizzati su richiesta del cliente.

● La proponente andrebbe ad operare in un regime monopolistico. Non vi è infatti alcuna impresa capace di fornire unitamente i prodotti su menzionati e dotati di creatività. Ciò non può che rappresentare un vantaggio, soprattutto in termini di riscontro economico.



“La domanda non è che cosa guardi, ma che cosa vedi”

Henry David Thoreau



PROGETTARE IL FUTURO

Il progetto Creare Imprese in Rete ha voluto diffondere, consolidare e sviluppare la cultura d'impresa tra i giovani, ma anche ideare, sognare, immaginare. Oggi non bastano solo opportunità finanziarie. Servono competenze e motivazione. Il posto fisso ce lo possiamo creare da noi, diventando imprenditori di noi stessi, delle nostre idee, delle nostre capacità. Il coraggio e la creatività dei giovani possono fare la differenza. Ma progettare il proprio futuro non è facile. Spesso le nozioni imparate all'università non bastano e non basta l'entusiasmo. Il percorso ci ha fatto riflettere sulle difficoltà, sul fatto che non tutti possono diventare imprenditori. Oggi crediamo che serva un pizzico di fiducia in più. Viviamo molte difficoltà che impediscono ai giovani di guardare oltre, di immaginare il futuro. Ci siamo resi conto che la capacità di farcela, di portare avanti un progetto, un sogno, dipendono non solo dal singolo giovane, ma anche da chi gli sta accanto: il notaio che ti fa i complimenti mentre sottoscrivi l'atto costitutivo dell'impresa, il direttore di banca che non ti fa un interrogatorio quando apri il conto corrente, il funzionario dell'ufficio pubblico che ti sorride e ti incoraggia mentre compili il modulo di iscrizione alla camera di commercio, l'imprenditore più grande che ti dedica un po' del suo tempo e ti dà qualche consiglio utile, la persona che scrive un bando per lo start up d'impresa e non impone paletti insuperabili per un aspirante imprenditore. Tutto quello che sta attorno a quel giovane che ha deciso di provarci, influenzerà il suo percorso. Non dipenderà solo da lui. Ed è grazie a quello che gli sta attorno, che potrà percepire il bicchiere non più mezzo vuoto, ma mezzo pieno. Il nostro augurio va a tutti i ragazzi che hanno partecipato al nostro percorso, ed in particolare a coloro che decideranno di provare. Di fare la loro parte senza aspettare che qualcosa accada.



MARCO MARCHESE

Presidente dell'associazione
per la Mobilitazione Sociale
Onlus

WWW.MOBILITAZIONESOCIALE.IT
INFO@MOBILITAZIONESOCIALE.IT

L'incendio e l'uccellino

Un giorno la foresta prende fuoco e gli animali fuggono in cerca di un luogo sicuro. Mentre fugge, la scimmia nota un uccellino che vola in direzione delle fiamme.

“Che cosa stai facendo - domanda la scimmia - non vedi che la foresta si è incendiata?”.

“Sì - risponde l'uccellino - ma sto portando nel becco alcune gocce d'acqua per spegnere il fuoco”.

La scimmia scoppia a ridere: “Uccellino scemo e presuntuoso. Come puoi spegnere quel fuoco con poche gocce d'acqua?”.

“So che non posso, ma per lo meno sto facendo la mia parte e mi auguro che tutti gli altri avvertano il mio sforzo. Se tutti gli animali seguiranno il mio esempio, riusciremo a dominare le fiamme e a salvare la nostra foresta”.

Bruno Ferrero



INDICE

Il progetto	3
Architetti emergenti	4
Io getto Tu swaty	6
Arborea, sapori in Calabria e prodotti caseari di pecora	7
Il centauro	8
Green island	10
Atps - Agenzia polifunzionale per il turismo sportivo	12
Agorà	14
TuFlag!	16
Biosole Sicilia	18
Slow Sicily Concept	22
Mamy's club sfe school	24
Sicil Coupon	26
Produzione e commercializzazione di prodotti da agricoltura biologica di qualità	28
Praticamente	30
Il sentiero del verde	32
Rhegium	34
Progettare il futuro	36
L'incendio e l'uccellino	37

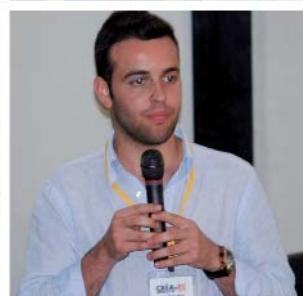
Creare Imprese in Rete è un progetto realizzato dall'associazione per la Mobilitazione Sociale Onlus con il finanziamento del fondo per le Politiche Giovanili 2009 del Ministero della Gioventù e dell'Unione degli Assessorati.

Grafica

WORDMAGE
parole e immagini per comunicare

www.wordmage.it

Stampa Novembre 2011





Associazione per la
Mobilitazione Sociale



Unione degli Assessorati
alle Politiche socio-sanitarie
e del Lavoro



Governo italiano
Ministro della *Gioventù*

Finanziato dal Fondo per le Politiche Giovanili 2009



Università degli Studi
di Palermo



Università per Stranieri
"Dante Alighieri"
di Reggio Calabria



Università degli Studi
di Enna "Kore"



Provincia di
Reggio Calabria



Università degli Studi
"Mediterranea" di
Reggio Calabria