



CASYE

CULTURAL & SOCIAL YOUTH ENTREPRENEURSHIP

RACCOMANDAZIONI PER LE AGENDE POLITICHE

101



Cofinanziato
dall'Unione europea



diesis
network



Fondazione
Trulza



Disclaimer

Finanziato dall'Unione Europea. Le opinioni e le opinioni espresse sono tuttavia solo quelle degli autori e non riflettono necessariamente quelle dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). L'Unione Europea e EACEA non sono responsabili dell'uso che può essere fatto delle informazioni qui contenute.

Riconoscimento

Questo documento è stato prodotto da Diesis Network (BE) grazie al contributo fornito da tutti i partner: IARS (UK), Asociación Caminos (E) e Fondazione Triulza (IT).

Maggiori informazioni e contatti

Diesis Network

Boulevard Charlemagne 74, Bruxelles, Belgio

www.diesis.coop

Sommario

Introduzione	4
1. Informazioni sul progetto	4
2. Informazioni sui partner	4
3. Informazioni su questo documento	4
Creare le raccomandazioni per le agende politiche	5
1. Elaborazione delle raccomandazioni	5
2. Struttura delle raccomandazioni e gruppi target	5
Raccomandazioni per le agende politiche	7
1. Investire nei giovani, nell'imprenditoria sociale e nel settore creativo	7
Background	7
Industrie Culturali e Creative (ICC)	7
L'economia sociale	7
Raccomandazioni per le agende politiche	8
Serie di risultati 1	8
Serie di risultati 2	8
Serie di risultati 3	9
Serie di risultati 4	10
2. Industrie culturali creative come nuovo motore di crescita e veicolo per l'empowerment della comunit	11
Background	11
Raccomandazioni per le agende politiche	12
Serie di risultati 1	12
Serie di risultati 2	12
Serie di risultati 3	13
3. Promuovere l'imprenditoria sociale giovanile tra i giovani	14
Background	14
Raccomandazioni per le agende politiche	14
Serie di risultati 1	14
Serie di risultati 2	15
Serie di risultati 3	15
Allegato – Partecipanti al seminario di co-creazione delle raccomandazioni strategiche	16

Introduzione

1. Informazioni sul progetto

Il progetto CASYE (Cultural and Social Youth Entrepreneurship) mira a sviluppare strumenti innovativi e accreditati per lo sviluppo e la formazione professionale continua (CPD) per supportare i giovani con minori opportunità nel diventare imprenditori nei settori sociali e culturali. Questo avverrà attraverso un percorso di *capacity building* e certificazione degli operatori giovanili e di altri professionisti che promuovono l'imprenditorialità, fornendo loro nuovi approcci per migliorare il loro lavoro, sviluppare le loro competenze e aumentare la qualità dei loro interventi.

L'obiettivo di CASYE è sostenere l'imprenditoria giovanile nel settore culturale e sociale creativo europeo attraverso lo sviluppo e la sperimentazione di un ecosistema sostenibile e di modelli di economia sociale, con un'enfasi sull'empowerment dei giovani con minori opportunità (ostacoli sociali, geografici e/o economici).

Data la capacità dei giovani, in particolare adolescenti, di utilizzare le nuove tecnologie e i media, è importante sviluppare metodologie adatte alle situazioni in cui stanno attualmente vivendo. L'efficacia delle metodologie e degli strumenti per gli operatori giovanili è strettamente correlata alla capacità di motivare il destinatario e promuoverne la partecipazione alle attività proposte. CASYE ha l'obiettivo di aiutare gli operatori giovanili a raggiungere un pubblico giovane affamato di imprenditorialità sociale e culturale, attraverso azioni ampiamente seguite dai giovani e che possono influenzarli direttamente e indirettamente. Il nostro progetto consentirà agli operatori di ottimizzare il loro attuale lavoro con i giovani, e allo stesso tempo convaliderà le nuove conoscenze acquisite fornendo loro certificati di sviluppo professionale continuo (CPD).

2. Informazioni sui partner

Il progetto Cultural & Social Youth Entrepreneurship (CASYE) riunisce una partnership strategica di quattro organizzazioni di Regno Unito, Belgio, Italia e Spagna per affrontare una serie di priorità settoriali e orizzontali del programma Erasmus.

- IARS, Regno Unito
- Rete DIESIS, Belgio
- Fondazione Triulza, Italia
- Asociación Caminos, Spagna

3. Informazioni su questo documento

Questo documento è l'ultima parte dell'Intellectual Output 1 del progetto CASYE: è un insieme di raccomandazioni strategiche per le agende politiche e per gli educatori e operatori che affrontano l'importanza di promuovere l'imprenditoria sociale giovanile nel settore creativo. Questo documento è stato sviluppato dopo l'implementazione di una ricerca di base sull'argomento, di una raccolta di buone pratiche e di un programma di tutoraggio per educatori.

Creare le raccomandazioni per le agende politiche

Questo documento mira ad individuare una serie di raccomandazioni strategiche per le agende politiche in grado di supportare efficacemente i giovani imprenditori sociali nel settore culturale e creativo a livello locale, nazionale ed europeo.

Queste raccomandazioni sono particolarmente indirizzate a responsabili politici, formatori, professionisti e organizzazioni del terzo settore operativi in ambito culturale, creativo e imprenditoriale giovanile.

1. Elaborazione delle raccomandazioni

Nel settembre 2021, i partner CASYE hanno organizzato un seminario di co-creazione per sviluppare le raccomandazioni per le agende politiche CASYE. L'evento è stato organizzato a Milano da Diesis Network e Fondazione Triulza, con il supporto di IARS e Caminos.

Abbiamo invitato un'ampia gamma di *stakeholder* che ci hanno aiutato a raccogliere input significativi per lo sviluppo delle raccomandazioni da condividere con i responsabili politici e gli educatori per affrontare l'importanza di promuovere l'imprenditoria sociale giovanile nel settore creativo. Abbiamo organizzato questo seminario con rappresentanti di imprese sociali e attori dell'economia civile, Industrie Culturali e Creative, università, fondazioni, associazioni, banche, settore privato e centri di ricerca (elenco completo nell'allegato 1).

Al fine di ricevere input sugli aspetti chiave relativi al tema, abbiamo diviso gli *stakeholder* in tre gruppi:

- Workshop 1 - Perché investire nell'imprenditoria sociale giovanile nel settore creativo?
- Workshop 2 - Industrie culturali creative come nuovo motore di crescita e veicolo di empowerment della comunità
- Workshop 3 - Come si può promuovere l'imprenditoria sociale culturale tra i giovani?

Ogni workshop è stato moderato da uno dei partner CASYE. Sono state fornite diverse domande e sotto-argomenti per guidare la discussione e consentire alle parti interessate di confrontarsi fornendo input significativi.

Gli input sono stati poi raccolti, organizzati e analizzati da Diesis Network.

2. Struttura delle raccomandazioni e gruppi target

Diesis Network ha svolto successivamente un'analisi dei principali risultati di ciascuno degli workshop di co-creazione. Per ogni argomento, abbiamo sviluppato una breve analisi di base, identificato i sottotemi principali, redatto una serie di raccomandazioni per le agende politiche e indicato il gruppo target.



I principali gruppi target identificati per le raccomandazioni sono:

- Decisori politici: alcune delle raccomandazioni sono rivolte a decisori politici europei e/o nazionali e/o istituzioni in generale.
- Educatori, professionisti del settore giovanile, tutor e formatori, operatori giovanili: alcune delle raccomandazioni sono rivolte alle persone che lavorano, educano e interagiscono direttamente con i giovani, per supportarli al meglio.

Raccomandazioni per le agende politiche

1. Investire nei giovani, nell'imprenditoria sociale e nel settore creativo

Background

Sia le industrie creative e culturali che le imprese dell'economia sociale sono un motore per l'economia europea. Tuttavia, gli investimenti in questi settori, in particolare quando si tratta di giovani imprenditori, sono ancora percepiti come un rischio.

Industrie Culturali e Creative (ICC)

I settori creativi contribuiscono notevolmente al PIL dell'UE, contribuendo anche alla coesione sociale e alla valorizzazione della diversità culturale. Le ICC rappresentano fino al 4,5% del PIL dell'UE, in quanto costituiscono l'11,2% di tutte le imprese private e danno lavoro al 7,5% di tutte le persone occupate: forniscono posti di lavoro di qualità (8 milioni), soprattutto per i giovani. Inoltre, nelle ICC vi è una predominanza di PMI, poiché il 95 % delle ICC sono imprese con un massimo di nove persone occupate¹. Le ICC sono tra i settori più imprenditoriali dell'UE, in quanto sviluppano competenze trasferibili come il pensiero creativo, il *problem-solving*, il lavoro di squadra e l'intraprendenza².

Le ICC svolgono un ruolo chiave nel benessere economico e nella crescita, ma promuovono anche lo sviluppo sociale e culturale e hanno ricadute su altri settori, agendo da catalizzatori per l'innovazione nell'economia generale. La nuova Agenda Europea per la Cultura riconosce il ruolo dei settori culturali e creativi nella "generazione di soluzioni innovative che abbiano un impatto positivo in altri settori e contribuiscano a rafforzare la competitività della nostra economia".³

Tuttavia, questo settore deve affrontare anche diverse sfide che gli impediscono di esprimere appieno il suo potenziale, come ad esempio: accesso ai finanziamenti, gestione delle risorse umane (modalità di lavoro e forme di lavoro), domanda inconsistente di servizi e prodotti culturali, difficoltà di networking e cooperazione, rischi legati all'internazionalizzazione, sfide e costi relativi alla digitalizzazione e all'innovazione e molti rischi di mercato.

L'economia sociale

L'economia sociale è uno dei principali attori dell'intero sistema economico dell'UE, di cui rappresenta l'8% del PIL. Sono 2,8 milioni le imprese e le organizzazioni dell'economia sociale: cooperative, organizzazioni mutualistiche, associazioni, fondazioni, banche etiche, imprese sociali e altre forme giuridiche nazionali. L'economia sociale è presente in tutti i settori. Sommando sia l'occupazione retribuita che quella non retribuita, le imprese dell'economia sociale presentano una forza lavoro di oltre 19,1 milioni di persone, con oltre 82,8 milioni

¹Commissione Europea (2015), Promuovere la competitività delle Industrie Culturali e Creative per la crescita e l'occupazione. Pubblicato dalla Commissione Europea.

²Commissione Europea (2019), Impulse paper sul ruolo dei settori culturali e creativi nell'innovazione dell'industria europea. Pubblicato dalla Commissione Europea.

³ Commissione Europea (2018), Una nuova agenda europea per la cultura. Pubblicato dalla Commissione Europea

di volontari e 5,5 milioni di lavoratori a tempo pieno. Inoltre, cooperative, organizzazioni mutualistiche e imprese assimilate hanno più di 232 milioni di soci.⁴⁵⁶

Raccomandazioni per le agende politiche

Serie di risultati 1: la cultura è la base della società, ma il suo valore non è sufficientemente riconosciuto.

Le entrate delle Industrie Culturali e Creative portano 2,25 miliardi di dollari all'anno e rappresentano il 3% del PIL mondiale. Le ICC generano 29,5 milioni di posti di lavoro nel mondo, una cifra superiore a quella dell'industria automobilistica in Europa, Giappone e Stati Uniti insieme. Il settore genera occupazione principalmente nelle arti visive, nella musica e nell'editoria. Ma qual è l'aspetto più importante? Questa produzione culturale è giovane, inclusiva e intraprendente. In Europa, il settore culturale e creativo impiega più lavoratori di età compresa tra i 15 e i 29 anni rispetto a qualsiasi altro settore, e si tratta principalmente di lavoratori di piccole imprese e liberi professionisti.⁷

Raccomandazioni:

- Aumentare la consapevolezza sul ruolo e sull'importanza della cultura nelle nostre società;
- Diversificare e allineare le politiche relative alla cultura;
- Promuovere networking a livello locale per valorizzare la cultura;
- Rendere i finanziamenti per la cultura accessibili in maniera diretta (non tramite gli enti locali);
- Creare più ponti tra le comunità/paesi dell'UE e promuovere la creazione di partenariati.

Target: decisori politici dell'UE e nazionali

Serie di risultati 2: la cultura non è riconosciuta come un investimento strategico.

Cultura e creatività non si limitano al valore artistico. Lo sviluppo delle esperienze dell'industria creativa si è dimostrato particolarmente vantaggioso nel guidare la trasformazione verso un'economia basata sulla conoscenza e sulla progettazione di nuovi prodotti e servizi. La cultura e la creatività possono essere importanti motori e fattori abilitanti dell'innovazione, nonché una fonte importante di imprenditorialità. In quanto parte di strategie di innovazione più ampie, questo tipo di investimenti può generare nicchie di mercato di alto valore anche nelle regioni periferiche. La cultura è un fattore chiave per aumentare le entrate del turismo, poiché il turismo culturale è uno dei segmenti più grandi e in più rapida crescita a livello mondiale. Inoltre, la cultura ha un ruolo importante da svolgere nella promozione dell'inclusione sociale.⁸

Raccomandazioni:

- Facilitare gli investimenti tra i paesi dell'UE: è necessaria una maggiore liquidità tra gli Stati membri;

⁴ Sito web Social Economy Europe: <https://www.socialeconomy.eu.org/the-social-economy/>

⁵ Pagina "Economia sociale nell'UE" sul sito della Commissione Europea: https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy-eu_en

⁶ CIRIEC (2017). Recenti sviluppi dell'economia sociale nell'Unione Europea,

⁷ EY (2015) Cultural times, la prima mappa globale delle Industrie Culturali e Creative, pubblicata dall'UNESCO

⁸ https://ec.europa.eu/regional_policy/en/policy/themes/culture/

- Le ICC sono per definizione resilienti, ma il COVID-19 ha evidenziato che i diritti delle persone che lavorano in questo settore dovrebbero essere ulteriormente tutelati;
- Creare un mercato più ampio per i prodotti culturali e artistici in Europa;
- Creare più collegamenti tra i finanziamenti disponibili, in particolare quelli ad impatto.

Target: decisori politici dell'UE e nazionali

Serie di risultati 3: la sostenibilità economica a lungo termine è ancora una delle principali sfide delle imprese sociali creative e culturali.

A causa della mancanza di conoscenze in materia di finanza e gestione, il settore creativo ha spesso difficoltà ad accedere ai finanziamenti e non è raro vedere organizzazioni così sottocapitalizzate da dover fare tagli significativi. Di conseguenza, le organizzazioni perdono regolarmente opportunità per esplorare nuovi progetti o assumersi gli importantissimi rischi creativi. Inoltre, la sostenibilità a lungo termine è minacciata dalle numerose sfide che caratterizzano le industrie creative (vedi sopra, paragrafo “Background”).

Raccomandazioni:

- Promuovere la formazione in economia e management fin da giovanissimi per dare a tutti l'opportunità di avere conoscenze economiche di base e sull'imprenditorialità;
- Sviluppare più programmi educativi incentrati sia sull'economia che sul valore sociale dell'investimento nella cultura;
- Aumentare gli investimenti volti allo sviluppo delle competenze dei giovani, comprese le *soft skills*;
- Aumentare la consapevolezza sull'importanza del lavoro di squadra nello sviluppo di un'impresa;
- Promuovere programmi di incubazione tra i paesi dell'UE. Questo aiuterebbe ad affrontare i problemi sociali a livello dell'UE e migliorerebbe la coesione tra i paesi;
- Promuovere gli investimenti per lo sviluppo di programmi nel settore culturale creativo per i giovani attraverso gli strumenti europei;
- Rendere il settore culturale più attraente per gli investitori contribuendo a cambiare la narrativa sia sull'economia sociale che sugli investimenti nella cultura.

Target: decisori politici a livello UE e nazionale

Serie di risultati 4: sono necessari strumenti per misurare l'impatto dell'investimento nelle ICC e nelle imprese sociali.

Diversi studi hanno esaminato la relazione tra la partecipazione alle arti e alla cultura e i risultati sociali come l'aumento del livello di istruzione, la riduzione dei tassi di criminalità, la salute e il benessere generale. Molti di questi risultati non sono così facili da quantificare per mostrare il loro valore aggiunto e impatto sociale ed economico (Carnwath, 2014)⁹. Alcuni dei benefici creati dalle arti, ad esempio la coesione della comunità e l'impegno civico, sono difficili da concettualizzare a livello individuale, poiché sono comunitari per loro stessa natura (Throsby 2001)¹⁰.

Raccomandazioni:

- Aumentare la consapevolezza su quale sia l'impatto sociale delle imprese culturali e sociali;
- Raccogliere le buone pratiche di investimento nelle imprese culturali (sociali) e sostenere la creazione di una banca dati europea per condividere tali buone pratiche;
- Creare linee guida e sviluppare nuovi strumenti (come nuovi KPI, nuovi benchmark, ecc.) per misurare l'impatto dell'investimento nella cultura e nella società.

Target: decisori politici a livello UE e nazionale

⁹ Carwath, J. et al. (2014). Capire il valore e gli impatti dell'esperienza culturale, © 2014 Arts Council England

¹⁰ Throsby, David. (2001). Economia e cultura. Cambridge University Press.

2. Industrie culturali creative come nuovo motore di crescita e veicolo per l'empowerment della comunità

Background

La cultura è il quarto pilastro dello sviluppo sostenibile. La cultura svolge un insieme cruciale di ruoli a livello sociale, dalla promozione della coesione in contesti socialmente diversi (Everingham, 2003)¹¹ all'empowerment per lo sviluppo socialmente guidato del potenziale umano. Il capitale culturale è un facilitatore per obiettivi rilevanti come la rigenerazione sociale e la definizione di una visione condivisa e avvincente dello sviluppo economico locale (Sacco et al., 2008)¹².

Ad esempio, la cultura svolge un ruolo essenziale nella riabilitazione delle discariche o delle aree dismesse. La creazione di "scatole culturali" in regioni spopolate e controverse è generalmente considerata una mossa intelligente per ridurre la percezione individuale e collettiva del rischio dell'area. In questa prospettiva, la cultura è vista come uno strumento politico sofisticato che fornisce una piattaforma per la consapevolezza e il dibattito collettivi, contribuendo a ridefinirli in modi più costruttivi. Di conseguenza, le politiche culturali stanno acquisendo una rilevanza sempre maggiore nella "cassetta degli attrezzi" dei decisori politici nelle varie dimensioni: sociale, economica, ambientale.

Le Industrie Culturali e Creative (ICC) che prosperano a livello locale e regionale, sono in una posizione strategica per collegare creatività e innovazione al fine di promuovere la crescita economica e l'empowerment delle comunità. Possono contribuire a rilanciare le economie locali, stimolare nuove attività, creare nuovi posti di lavoro sostenibili, avere importanti ricadute su altri settori e aumentare l'attrattiva delle regioni e delle città. Le industrie creative sono quindi catalizzatori del cambiamento strutturale in molte zone industriali e aree rurali e hanno il potenziale per ringiovanire le loro economie e contribuire a cambiare l'immagine pubblica delle regioni.¹³

Una delle più recenti iniziative ispiratrici lanciate dalla Commissione Europea sembra essere perfettamente in linea con questi principi. Il New European Bauhaus (NEB) è un progetto interdisciplinare, che funge da ponte tra il mondo della scienza e della tecnologia e il mondo dell'arte e della cultura, e ripensa alle opportunità che le sfide legate alla sostenibilità ambientale e alla digitalizzazione potrebbero portare nelle nostre vite. Il NEB chiede uno sforzo collettivo per immaginare e costruire un futuro sostenibile (compresa la circolarità), inclusivo (compresa l'accessibilità economica) e di qualità dell'esperienza (compresa l'estetica) per le nostre menti e anime, e per lavorare insieme alla rigenerazione dell'ambiente urbano/rurale, economico e sociale. Quest'ultima si riferisce in particolare alla creazione di nuove opportunità, promozione del benessere e riduzione delle disuguaglianze dove le persone vivono, ora e in futuro, per migliorare le loro vite e rafforzare le comunità. Il NEB richiede anche un collegamento diretto con le sfere culturali e creative, al fine di sviluppare la rigenerazione delle comunità e dei territori in modo bello e inclusivo.

¹¹ EVERINGHAM, C. 2003, Social Justice and the Politics of Community, Ashgate, Londra.

¹² Sacco, P.; Bessi, G.; Nuccio, M. (2008) La cultura come motore dei processi di sviluppo locale: i distretti culturali di sistema.

¹³ Commissione Europea, Politica regionale che contribuisce alla crescita intelligente in Europa 2020, 2010

Abbiamo visto che le attività delle Industrie Culturali e Creative generano spesso impatti positivi nelle aree in cui vengono svolte, perché la loro apertura e interazione con altre realtà danno luogo a cluster e raggruppamenti e tendono a generare una quota elevata del valore aggiunto totale a livello locale. Diverse esperienze suggeriscono che le Industrie Culturali e Creative potrebbero fornire nuove opportunità per migliorare lo sviluppo locale in aree scarsamente popolate e sottopopolate e mitigare l'emigrazione dei giovani dalle regioni rurali nel trovare posti di lavoro sostenibili e di buona qualità. Le attività artistiche e culturali migliorano la vita: forniscono attività creative partecipative che aiutano a ripristinare il benessere delle persone e ad aumentare la loro autostima, fiducia e responsabilizzazione, oltre a favorire la coesione sociale, l'istruzione e lo sviluppo personale.

Raccomandazioni per le agende politiche

Serie di risultati 1: è necessario promuovere l'apprendimento tra pari, condividere buone pratiche e storie di successo per sensibilizzare le comunità verso le ICC.

L'apprendimento tra pari è una tecnica di apprendimento che promuove la collaborazione e il lavoro di squadra per acquisire conoscenze. Infatti, sono gli studenti che, partendo da un concetto e da informazioni diverse, devono risolvere un problema senza l'intervento di un insegnante. Questo metodo, così come la condivisione di buone pratiche e storie di successo, consentirà sia ai giovani che agli aspiranti imprenditori di imparare dall'esperienza di altri imprenditori. Allo stesso tempo, consentirà alle comunità in cui queste persone agiscono, di comprendere i benefici delle imprese socioculturali.

Raccomandazioni:

- Promuovere l'apprendimento tra pari, la collaborazione transnazionale e la condivisione delle migliori pratiche europee in materia di cultura e imprenditorialità sociale;
- Cambiare la mentalità delle istituzioni verso approcci più flessibili e interdisciplinari nei programmi educativi per la cultura e l'imprenditorialità;
- Imparare dai giovani dando loro la possibilità di lavorare con gli adulti e fornendo loro gli strumenti di cui hanno bisogno per impegnarsi in attività culturali e/o programmi di imprenditorialità.

Target: decisori politici dell'UE e nazionali

Serie di risultati 2: le industrie creative e culturali sono uno strumento sottovalutato che può coinvolgere le giovani generazioni nella loro comunità.

In generale, ai giovani piace divertirsi, stare con gli altri ed esprimersi. Al giorno d'oggi, a volte può essere difficile per i giovani impegnarsi e accedere alle attuali attività artistiche e culturali, nonché all'imprenditorialità, poiché vi sono diversi ostacoli.¹⁴ Le industrie creative e culturali potrebbero essere uno strumento per incanalare i bisogni e le aspirazioni dei giovani e coinvolgerli nelle comunità, aumentando così la coesione sociale.

¹⁴ Rachel Tait, Angela Kail, Jennifer Shea, Rosie McLeod, Nicola Pritchard, Fatima Asif - New Philanthropy Capital (2019), Come possiamo coinvolgere più giovani nelle arti e nella cultura? Una guida a ciò che funziona per i finanziatori e le organizzazioni artistiche.

Raccomandazioni:

- Promuovere la cultura come spazio di espressione dei giovani che devono essere compresi;
- Eliminare i due principali ostacoli per i giovani: mancanza di fiducia e di motivazione.

Target: decisori politici dell'UE e nazionali

Serie di risultati 3: garantire la sostenibilità a lungo termine delle attività nella comunità è una delle principali sfide del processo di rigenerazione.

Le imprese creative e culturali e le imprese sociali rispondono ai bisogni della comunità e della società, per questo tendono ad essere sostenibili nel lungo periodo: sono in grado di adattarsi alle esigenze e di trovare sempre nuove modalità innovative per proporre soluzioni. Inoltre, poiché sono profondamente radicate nella società, sono più resilienti delle normali imprese rispetto alle sfide macroeconomiche. Tuttavia, le industrie creative e le imprese sociali sono considerate un investimento rischioso in quanto percepite come non sostenibili a lungo termine.

Raccomandazioni:

- Promuovere un approccio dal basso verso l'alto per valutare i rischi connessi agli investimenti nella cultura e nell'imprenditoria giovanile;
- L'educazione alla finanza e all'imprenditorialità dovrebbe iniziare fin da giovanissimi;
- Comprendere l'importanza di ascoltare i bisogni delle comunità, degli imprenditori e dei giovani;
- Creare fiducia e incoraggiare i giovani imprenditori e la comunità a correre dei rischi;
- Sviluppare ulteriormente la collaborazione tra attori pubblici e privati per creare uno spazio istituzionale più sicuro che garantisca la sostenibilità delle ICC e delle imprese dell'economia sociale.

Target: operatori giovanili, educatori e responsabili politici dell'UE e nazionali

3. Promuovere l'imprenditoria sociale giovanile tra i giovani

Background

Attualmente l'economia sociale è poco presente nei programmi di istruzione formale e non formale per i giovani. Molti giovani in Europa non conoscono l'esistenza dell'economia sociale e dei suoi modelli di business (composti da organizzazioni come cooperative, mutue, associazioni, fondazioni e imprese sociali), e spesso non hanno accesso alle informazioni su come avviare la propria impresa di economia sociale.

Questo dovrebbe cambiare: è urgente trovare modi per promuovere l'imprenditoria sociale tra i giovani e per sostenere l'educazione dei giovani imprenditori sull'economia sociale e sull'imprenditoria sociale. In effetti, l'imprenditoria sociale potrebbe essere estremamente vantaggiosa e attraente per le giovani generazioni, sia economicamente che socialmente, in quanto offre un'opportunità unica di combinare reddito e impatto sociale.

In primo luogo, l'imprenditoria sociale può essere una fonte di occupazione dignitosa ed equa e di stabilità economica, rispondendo in questo modo a una delle maggiori sfide sociali: la disoccupazione giovanile. Il settore dell'economia sociale rappresenta un'opportunità per i giovani cittadini di accedere al mercato del lavoro e/o avviare un'attività in proprio.

Può anche incoraggiare i giovani a trovare soluzioni ai problemi della loro comunità e contribuire al suo sviluppo. In effetti, l'imprenditoria sociale fa leva sui talenti e sulle capacità dei giovani, e può sostenere sia lo sviluppo individuale e sociale che gli sforzi necessari ad attuare il cambiamento.¹⁵

"I giovani sono ancora regolarmente esclusi dalle decisioni politiche che incidono sulle loro vite e l'imprenditoria sociale offre loro un modo per esprimere le proprie opinioni e avere un impatto sulla società"¹⁶. Oggi i giovani sono sempre più consapevoli e responsabili rispetto alla società e all'ambiente, chiedono sempre più una maggiore inclusione e un coinvolgimento significativo. I giovani iniziano molto presto ad agire per affrontare da soli le sfide dello sviluppo. Pertanto, cercano lavori che riflettano i loro valori, che contribuiscano alla società e tengano conto della sostenibilità.¹⁷

La vera sfida resta quella di raggiungere i giovani, soprattutto quelli in situazione di maggiore emarginazione, interessandoli, coinvolgendoli e mettendo i programmi educativi a disposizione di tutti

Raccomandazioni per le agende politiche

Serie di risultati 1: c'è la necessità di nuove modalità pubblicitarie di impatto per coinvolgere i giovani.

Per essere sicuri di raggiungere i giovani, sia i canali che le forme di comunicazione dovrebbero essere adattati a questo gruppo target. Occorre prestare attenzione anche a come viene comunicato il contenuto del messaggio e come viene consegnato.

¹⁵ IED (2017), Tool Kit: Come promuovere l'economia sociale tra i giovani?.

¹⁶ Nazioni Unite (2020), World Youth Report: Youth Social Entrepreneurship e Agenda 2030.

¹⁷ CESE (2021), Workshop 2: Economia sociale e imprenditorialità giovanile per una ripresa sostenibile.

Raccomandazioni:

- Promuovere l'uso dei luoghi e degli incontri fisici (soprattutto dopo la pandemia): consentirà ai giovani di avere uno spazio per dimostrare cultura e creatività;
- Quando si comunica con i giovani, usare il loro linguaggio e le loro emozioni;
- Esplorare nuove forme di comunicazione, in particolare quelle digitali comuni tra i giovani;
- Cambiare la narrativa relativa all'istruzione e al tutoraggio sull'imprenditorialità: dovrebbe essere vista come una risorsa per i giovani, facilmente accessibile e comprensibile da loro.

Target: educatori e operatori giovanili

Serie di risultati 2: è essenziale consentire l'accesso a programmi di istruzione e di tutoraggio a tutti i giovani, in particolare ai gruppi più emarginati e svantaggiati.

L'istruzione, sia formale che non formale, sull'imprenditoria sociale dovrebbe essere messa a disposizione di tutti i giovani, in particolare dei gruppi più svantaggiati che ne trarrebbero il massimo beneficio.

Raccomandazioni:

- È importante non identificare i gruppi svantaggiati /emarginati come estranei, ma prenderli in considerazione come individui e ridurre i divari con gli altri gruppi;
- Interagire direttamente con i giovani e ricercare i loro bisogni, soprattutto dei gruppi svantaggiati/emarginati. In base alle loro esigenze, suggerire strumenti educativi su misura;
- Creare spazi pubblici per riunire i giovani e affidare loro nuove opportunità e responsabilità;
- È importante mescolare gruppi di giovani, evitando separazioni e frammentazioni, per farli lavorare insieme.

Target: decisori politici ed educatori

Serie di risultati 3: lo storytelling sull'imprenditoria sociale è fondamentale.

È necessario condividere ulteriormente le buone pratiche e lo storytelling per ispirare e coinvolgere i giovani: promuovere, mostrare i vantaggi dell'essere coinvolti nell'imprenditoria sociale culturale e condividere modelli è fondamentale.

Raccomandazioni:

- Utilizzare la narrazione e le storie di successo per comunicare con i giovani e coinvolgerli in programmi educativi;
- Promuovere un approccio dal basso verso l'alto sia nel pubblicizzare i programmi educativi che durante la loro implementazione.

Target: educatori, operatori giovanili e responsabili politici nazionali e dell'UE

Allegato – Partecipanti al seminario di co-creazione delle raccomandazioni strategiche

Nome del partecipante	Tipo di stakeholder	Sito web	Breve descrizione
Fondazione Triulza	CASYE partner – Fondazione	https://fondazioneetriulza.org/	Fondazione Triulza ha dato vita ad un Lab-Hub per l'Innovazione Sociale e lo Sviluppo Sostenibile. Promuove l'innovazione nelle organizzazioni non profit e la nascita di imprese sociali ad impatto, creando reti e partnership in tutti gli ambiti, dal profit all'istituzionale, dalla finanza alle università e alla ricerca. Opera in MIND, il nuovo distretto dell'innovazione di Milano, per mettere al centro l'impatto e l'innovazione sociale e coinvolgere i cittadini e le comunità nel progetto di sviluppo del sito.
Diesis Network	Partner CASYE – Rete di economia sociale	http://www.diesis.coop/	La rete Diesis sostiene lo sviluppo dell'economia sociale, dell'imprenditoria sociale e dell'innovazione sociale in Europa attraverso l'attuazione di attività basate sulla conoscenza, come la formazione, la progettazione, i servizi di consulenza, l'assistenza tecnica e la ricerca.
IARS	CASYE partner – Associazione di economia sociale	https://iars.org/	L'Independent Academic Research Studies International Institute (IARS) è una ONG guidata dai giovani che fornisce servizi all'avanguardia in ambito educativo, di ricerca, politico e di networking a livello locale, nazionale e internazionale. Gli ambiti d'intervento spaziano dal settore della gioventù, alle pari opportunità, alla giustizia.
Asociación Caminos	CASYE partner - Associazione di economia sociale	https://www.asoccaminos.org/	L'Asociación Caminos opera nel campo dell'istruzione e del lavoro sociale. Obiettivi principali: la promozione dello scambio e della comunicazione, il miglioramento delle opportunità individuali di sviluppo, il sostegno all'inclusione sociale delle persone svantaggiate e lo sviluppo di metodologie innovative nel campo della formazione, dell'istruzione e dello sviluppo sociale attraverso la cooperazione nazionale e internazionale.
Banca Etica	Banca cooperativa	https://www.bancaetica.it/	Banca Etica è una banca cooperativa che opera in Italia e in Spagna. Nasce grazie all'impegno di alcune persone e organizzazioni che hanno unito le forze per creare un istituto di credito basato sui principi della finanza etica: trasparenza, partecipazione, sobrietà, efficienza e attenzione alle conseguenze non economiche delle azioni economiche.
Fondazione Venture Capital Giordano dell'Amore	Fondazione specializzata nell'impact investing	https://www.fondazione-social-venture-giordano.it/	Fondazione Venture Capital Giordano dell'Amore promuove la diffusione della cultura degli investimenti a impatto sociale ("impact investing"); le realtà del terzo settore e altri soggetti che svolgono attività a impatto sociale e ambientale; modelli di intervento innovativi ed economicamente sostenibili; la crescita delle competenze e delle professionalità.

Genera Imprese	Società specializzata nell'impact investing	http://www.generaimprese.it/	Genera è una società che investe in aziende operanti nel campo dell'innovazione e dell'economia cooperativa. Investe in iniziative imprenditoriali di nuova costituzione e in aziende esistenti con progetti di riconversione innovativi e sostenibili. Fornisce risorse finanziarie e consulenza per lo sviluppo.
Lendlease	Gruppo immobiliare e di investimento	https://www.lendlease.com/it/	Lendlease è un gruppo immobiliare e di investimento integrato a livello globale con competenze chiave nel dare forma alle città e nella creazione di comunità forti e connesse. In qualità di sviluppatore della parte privata, Lendlease sta contribuendo alla realizzazione di MIND Milano Innovation District come uno dei principali distretti dell'innovazione in Italia e nel mondo, in cui diversi soggetti – imprese, mondo accademico, istituti di formazione e ricerca, start-up, incubatori e acceleratori, terzo settore – convergeranno per scambiare e condividere risorse, conoscenza e tecnologie e per favorire l'incontro tra eccellenze internazionali.
Shifton - Adriano Community Center	Impresa sociale	https://adrianocommunitycenter.it/	Adriano Community Center è parte di un grande progetto di riqualificazione urbana, che si sviluppa su un'area di 500.000 mq nella periferia nord-est di Milano. Shifton è uno dei partner promotori di questo progetto che mira a creare un modello di integrazione unico, innovativo a livello nazionale e internazionale, tra uno spazio dedicato a residenza sanitaria assistenziale (RSA) e un community hub, un luogo di cultura, socialità, innovazione, aperto allo scambio tra le generazioni, connesso al quartiere e alle sue comunità.
Fondazione di Comunità Milano Onlus	Fondazione di comunità	https://www.fondazionecomunita milano.org/	La Fondazione di Comunità Milano Onlus sostiene idee e progetti che contribuiscono a migliorare la vita delle comunità nei territori della città di Milano. La Fondazione favorisce nuove forme di partecipazione, solidarietà e reti di prossimità, con iniziative che partono dal basso e diventano tasselli di un mosaico di rigenerazione sociale. Indirizza la generosità e la solidarietà verso buone pratiche per la crescita sociale della comunità.
Fondazione Comunitaria Nord Milano	Fondazione di comunità	https://www.fondazioneordmilano.org/	Fondazione Comunitaria Nord Milano è un soggetto territoriale interessato al rafforzamento dell'identità e della coesione della comunità del Nord Milano, una piattaforma di partecipazione, in grado di ascoltare il territorio, intercettarne bisogni, problematiche e opportunità, individuando e promuovendo progetti di utilità sociale su cui catalizzare risorse proprie e di terzi.
Università Cattolica di Milano - ConLab	Università	https://www.unicatt.it/conlab	ConLab è lo spazio di coworking dell'Università Cattolica: un luogo dedicato esclusivamente alle attività di autoimprenditorialità. Il progetto, nato all'interno del Centro per l'Innovazione di Ateneo (ILAB), mira a promuovere la cultura dell'imprenditorialità e dell'innovazione, sfruttando nuovi modelli di apprendimento e stimolando un approccio interdisciplinare.
Fondazione Enaip	Fondazione	https://www.enaip lombardia.eu/	Fondazione Enaip Lombardia - una delle istituzioni più importanti in Italia nell'ambito della formazione professionale - mira a favorire lo sviluppo professionale e civile delle persone, il riconoscimento delle

Lombardia - Valore Italia			pari opportunità sul lavoro e nella società, l'integrazione sociale dei soggetti più esposti al rischio di emarginazione, la crescita delle economie territoriali e del sistema produttivo. Inoltre è uno dei promotori di Valore Italia, Centro Internazionale di Formazione e Ricerca per il Restauro e la Valorizzazione del Patrimonio Culturale.
Consorzio Nazionale CGM	Associazione di economia sociale	http://cgm.coop/	Il Consorzio Nazionale Gino Mattarelli (CGM) mette in rete e valorizza le cooperative sociali in tutta Italia e oggi è una grande rete di consorzi territoriali, distribuiti su tutto il territorio nazionale, che coordinano le attività delle cooperative e delle imprese sociali.
Legacoop Lombardia	Associazione di economia sociale	https://www.legacoop Lombardia.it/	La Lega Nazionale delle Cooperative e delle Associazioni è la più antica delle cooperative italiane. Legacoop opera per promuovere lo sviluppo della cooperazione e della mutua assistenza, della solidarietà e delle relazioni economiche delle cooperative associate e per favorire la diffusione dei principi e dei valori cooperativi. Le altre 15mila cooperative associate sono attive in tutte le regioni e in tutti i settori produttivi.
Stripes Cooperativa Sociale Onlus	Cooperativa Sociale	https://www.pedagogia.it/stripes/	La Cooperativa Sociale Stripes eroga servizi in ambito socio-educativo-pedagogico e assistenziale, operando nel settore pubblico e privato. L'attività principale della Cooperativa comprende la consulenza, la progettazione, l'organizzazione e la gestione di servizi socio-educativi, in particolare di quelli rivolti ai minori. Stripes opera inoltre nell'ambito della disabilità, dei servizi per le famiglie, della mediazione linguistica, della facilitazione, della comunicazione pubblica ed editoriale, delle nuove tecnologie in ambito educativo e collaborativo.