

**“GIOVANI IDEE CAMBIANO L’ITALIA”  
BANDO DI CONCORSO PER L’ASSEGNAZIONE DI CONTRIBUTI AI  
GIOVANI PER LA REALIZZAZIONE DI IDEE INNOVATIVE**

**DOMANDA DI CANDIDATURA**

**Parte I. Identificazione dell’idea progettuale**

**Area tematica**

*(barrare l’area di intervento)*

Innovazione tecnologica

■ **Utilità sociale e impegno civile**

Sviluppo sostenibile

Gestione di servizi urbani e territoriali per la qualità della vita dei giovani

**Titolo del progetto**

Scegliendo s’impara: **l’alternativa equosolidale per la scuola**

**Durata del progetto**

*(Indicare la durata complessiva del progetto, dalla fase di programmazione a quella finale delle attività)*

Durata complessiva delle attività in mesi: \_\_\_\_\_ **12** \_\_\_\_\_

## Parte II. Il gruppo informale candidato

(a cura del gruppo informale che presenta la domanda di contributo)

### A. Profilo del gruppo informale che presenta la domanda

#### Nome del gruppo informale

Il nome del gruppo informale dovrà essere lo stesso dell'associazione o ente che verrà costituita prima della sottoscrizione della Convenzione

**“Vicini di banco”**

### B. Indicare la tipologia di organizzazione (associazione, società, cooperativa sociale, etc.) che s'intende costituire qualora il progetto sia finanziabile

**associazione**

## Cosa s'intende realizzare e perché?

(sintetizzare in massimo venti righe l'idea progettuale)

Siamo un gruppo di giovani di **diverse estrazioni e con vari percorsi e competenze professionali** ma da sempre **accomunati**, impegnati e fortemente **motivati nell'impegno sociale**; convinti che la costruzione di un mondo migliore passi, non solo attraverso le scelte dei governi e delle macro organizzazioni, ma anche e soprattutto dall'impegno quotidiano e dall'iniziativa di ciascuno.

Intendiamo realizzare un **progetto pilota sull'area di Genova** volto a fornire alle famiglie con figli in età scolare e ai ragazzi delle scuole superiori **una concreta** ed effettivamente praticabile **alternativa etica ed ecologica ai tradizionali prodotti per la scuola (quaderni, matite, cartelle, astucci...)**.

Ad oggi **l'offerta presente sul mercato** induce a scelte più basate sui personaggi che vi sono raffigurati che sulle reali qualità funzionali dei prodotti e, il loro prezzo (non trascurabile nel budget familiare) è dettato più dalla notorietà della marca che dal reale costo produttivo che, non raramente, nasconde sfruttamento sociale.

Tutto ciò ci pare particolarmente **“stonato” con l'ambiente scolastico** che costituisce, dopo la famiglia, il principale **veicolo educativo e formativo delle nuove generazioni**.

Riteniamo che nell'ambito di un'indubbia crescita e **“successo” delle offerte di prodotti equo-solidali** esista una evidente lacuna, proprio legata al settore scolastico, ove massima è la coerenza. La vera sfida sarà quella di individuare **in Italia e all'estero i produttori migliori**, sotto ogni punto di vista, per poter progettare con loro **oggetti contemporaneamente davvero etici e davvero utili**.

Siamo abituati a sognare ma riteniamo che il progetto che di seguito andremo a dettagliare abbia oggettivamente i presupposti per costituire una reale **occasione di riflessione e di crescita** per i giovani e preludere, per una parte di essi, ad una svolta nelle abitudini di acquisto.

## Sez. b) *Utilità sociale e impegno civile*

### 1. Descrizione dell'idea progettuale

Come già anticipato brevemente, **il gruppo** è stato creato seguendo un ideale comune e prevede già al suo interno un ventaglio di competenze professionali e personali in grado di offrire una buona **base sia motivazionale che consulenziale** al progetto (**cooperazione internazionale, commercio equo, comunicazione e pubblicità, consulenza e formazione nelle scuole**).

Inoltre, coerentemente con gli obiettivi del progetto stesso, e delle motivazioni che ci spingono a realizzarlo, una **gran parte del lavoro** previsto per alcuni dei membri del gruppo verrà svolto a titolo gratuito e costituirà quindi una forma di **co-finanziamento**.

Coloro che di noi avranno un impegno maggiore sia in termini di tempo che di criticità del ruolo avranno un compenso, così come la nostra amica disabile per la quale questo progetto potrà costituire una concreta possibilità di occupazione.

Ci attiviamo per poter vedere in un prossimo futuro sui banchi e nelle cartelle dei nostri figli e di tanti altri ragazzi italiani matite, quaderni, astucci e chissà quanti altri prodotti **belli e funzionali ma anche testimoni di un nuovo e più giusto modo di consumare**.

Ma il nostro progetto ha un doppio valore sia per la **realtà italiana** che per quella **internazionale** con particolare attenzione per quei paesi dove la situazione socio-economica è più critica.

### 2. Presentazione e analisi del contesto settoriale e/o territoriale di riferimento

Gli ultimi dieci anni in Italia hanno evidenziato una **crescente offerta di prodotti portatori di valori sociali e etici** (sia in termini di assortimento che di reperibilità in canali distributivi sempre più ampi), sempre **premiata da una risposta del consumatore** che ha visto in questo fenomeno una reale opportunità di scelta alternativa.

L'acquisto etico si colloca quindi in una **macro tendenza** per cui non soddisfa solo un bisogno concreto ma dimostra uno stile di vita, sempre più attento non solo al benessere personale.

L'assortimento che il nostro progetto propone al mercato rappresenta, **per la famiglia un'opportunità educativa e per l'adolescente una delle prime occasioni di dimostrazione dei propri valori**.

Innegabile è la difficoltà, allo stato attuale, di competere, in termini di quote di mercato con le maggiori brand: siamo quindi consapevoli di perseguire **obiettivi** di nicchia ma il risultato atteso è sicuramente **più in termini di sensibilizzazione che di diffusione**. Importante sarà quindi anche l'attività di sensibilizzazione che accompagnerà l'introduzione del prodotto sul mercato.

Significativo è il coinvolgimento delle fondamentali istituzioni a cui è affidato il compito di educazione dei giovani: la scuola e la famiglia.

### 3. Caratteristiche del prodotto (o servizio) che s'intende realizzare

Nel rispetto dei **criteri del commercio equo** intendiamo produrre:

- oggetti capaci di **rispondere a bisogni funzionali** degli studenti. Le caratteristiche tecniche dei prodotti saranno meglio definite dall'analisi dei risultati della ricerca di mercato prevista come prima fase progettuale.
- **processi educativi** che coinvolgano profondamente e direttamente i consumatori finali, i ragazzi, che diverranno così capaci di una scelta più consapevole. Immaginiamo processi di coinvolgimento educativo capace di creare un vero e proprio **legame fra produttore e consumatore**.

I tempi e le risorse economiche previste dal bando ci portano a proporre un progetto, di seguito dettagliato in quattro fasi, che ha come obiettivo la realizzazione di prototipi e di un **test di commercializzazione**, che costituisca un modello facilmente replicabile a livello nazionale.

**Criticità** del progetto sono individualibili:

- nella scelta di **fornitori capaci** di rispondere, agli standard tecnici degli oggetti, e di rispetto dei tempi di consegna
- nella capacità del **target giovane** e facilmente influenzabile o adolescente, talvolta ancora in ricerca di una propria identità, di sostenere una scelta etica

### 4. Attività ed azioni tramite le quali si svolge il progetto

FASE 1: **ANALISI DELLA DOMANDA** (1 mesi)

Realizzazione di una ricerca volta a individuare:

- le **caratteristiche tecniche, strutturali e di design** che possano rendere coerente i prodotti offerti con le reali pratiche esigenze dell'utente.
- I livelli di **budget** mediamente destinati all'acquisto dei prodotti che si prevede di sviluppare

Si prevede di sottoporre ad **un campione significativo** (200 responsabili acquisto e 100 educatori/insegnanti, suddivisi equamente tra scuola elementare, media e superiore, e un campione di responsabile vendita di punti vendita del commercio equo) un **questionario** redatto con il supporto di un consulente esterno esperto in ricerche di mercato e con l'ausilio delle specifiche competenze professionali presenti nei membri del gruppo (comunicazione e pubblicità, consulenza e formazione all'interno delle scuole).

Dai risultati verrà steso un documento di massima che sintetizzerà le caratteristiche chiave dei prodotti attesi dal mercato.

Su questa base si individuerà:

- l'elenco preciso dei prodotti, per ciascuna fascia, sui quali sviluppare l'offerta (es. quaderni, cartella, astuccio, grembiule...)

Verrà riservata alle altre due fasce di età l'ipotesi di implementazione successiva del progetto.

FASE 2: **ANALISI E CREAZIONE DELL'OFFERTA** (4 mesi)

Verranno **ricercati e selezionati**, sia in ambito nazionale che internazionale **fornitori** coerenti con gli tutti gli intenti sociali e di solidarietà del progetto dal punto di vista:

- **etico** (forme di produzione e remunerazione)
- **ecologico** (basso impatto ambientale)

ma che al tempo stesso siano in grado di garantire

- **capacità produttiva** attuale o potenziale (sia in quantità che in qualità, rispetto dei tempi produttivi)
- **costi allineati** con i budget medi evidenziati dai risultati della ricerca

Ne scaturirà una serie di accordi quadro che porteranno all'avvio della fase 3.

### FASE 3: **PROGETTAZIONE PROTOTIPI E FORMAZIONE FORNITORI** (4 mesi)

Incrociando le **competenze interne al gruppo** (design e concept design, esperienza in accordi commerciali e contrattazione, esperienza di problematiche di importazione) con i risultati delle fasi precedenti e le competenze tecniche specifiche dei produttori, verrà avviata la **realizzazione dei prototipi** (vari modelli/fantasie/colorazioni per ogni oggetto) e di un quantitativo minimo di ciascun prodotto, tale da poter effettuare il test di commercializzazione previsto dalla fase 4.

### FASE 4: **PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE IN AREA TEST** (3 mesi)

Questa fase verrà realizzata avvalendosi delle competenze interne al gruppo e della già concordata **disponibilità della Cooperativa Sociale “La Bottega Solidale” di Genova** che dispone di:

- **6 punti vendita** in Genova (per un fatturato annuo di 2 milioni di euro)
- di una consolidata **competenza, credibilità** ed immagine di marca sull'opinione pubblica del territorio e sul mondo del commercio equo a livello nazionale
- una consolidata **relazione con il mondo della scuola** a livello locale (oltre 300 ore annue di formazione a studenti ed insegnanti sui temi del commercio equo)
- ideatore e attore a livello nazionale della “ristorazione scolastica solidale”

La Bottega Solidale è disponibile ad effettuare:

- il test di **commercializzazione** mantenendo il margine di distribuzione a livello di sola copertura dei costi e, in base al risultato ottenuto, valuterà l'introduzione definitiva dei prodotti nell'assortimento.
- un'attività di **informazione** sulla nuova linea di prodotti sfruttando i già attivi contatti con studenti/insegnanti

A supporto dell'attività di commercializzazione si prevede di realizzare **materiali di supporto espositivo e informativo** per i punti vendita e una campagna di **comunicazione a livello locale**, mirata per tempi e target sull'macro-acquisto di inizio anno scolastico (avvalendosi delle competenze di comunicazione interne al gruppo).

## **8. Trasferibilità dei risultati**

Come già ampiamente argomentato il progetto pilota qui descritto è immediatamente trasferibile a livello nazionale, con costi contenuti (limitati a costi di promozione) con accordi commerciali con un Centro di importazione di Commercio equo e la rete, sopra citata delle Botteghe di commercio equo.

