


**WORKSHOP COOPERATION  
IL SOSTEGNO FINANZIARIO:  
DALLA TEORIA ALLA PRATICA  
ESITI DEL PERCORSO DI  
ACCOMPAGNAMENTO**

TAKING  
FORWARD

 *Torino 22 marzo 2021*

 **Development of Financial Ecosystems for the Promotion of Social Entrepreneurship in Rural Regions (DelFin)**

 **Marcello Bogetti - SAA School of Management University of Torino**

**48 ore di lezione**

**10 ore di tutoring**  
per ogni progetto

**12 ore di mentoring**  
per ogni progetto

**= un percorso di 70 ore**  
per ogni progetto

**$\frac{3}{4}$  = 52 ore di  
partecipazione  
richieste, per  
accedere alla  
seconda fase di  
facilitazione ai  
finanziamenti**

Elisa Copertino  
Carlo Boccazzi  
Davide Caregnato  
Daniele Cattaneo  
Federico Maggiora  
Angelo Perez

# IL NOSTRO PERCORSO



# IL CALENDARIO

DATA	ORE	SEDE	MODULO / LEZIONE	DOCENTE
giovedì 30 luglio	15-18	online	KICK-OFF	
mercoledì 16 settembre	14-18	online	<b>1. Entrepreneurial mindset - cosa vuol dire essere un imprenditore</b>	M. Bogetti
giovedì 24 settembre	14-18	TO / CN?	<b>2. Creativity &amp; Entrepreneurship - consolidamento dell'idea imprenditoriale</b>	C. Boccazzi
martedì 29 settembre	15-18	Torino	WORKSHOP INTERMEDIO	
<i>dal 30 settembre al 13 ottobre</i>			SESSIONE DI MENTORING 1 – VISIONE	
mercoledì 14 ottobre	14-18	Biella	<b>3. Meet the market - Validazione del mercato e profilazione del cliente</b>	D. Cattaneo
mercoledì 21 ottobre	14-18	Biella	<b>4. Ideas to execution - Validazione dell'offerta</b>	D. Cattaneo
<i>dal 22 ottobre al 20 novembre</i>			SESSIONE DI MENTORING 2 - VALIDAZIONE IDEA	
mercoledì 18 novembre	14-18	Cuneo	<b>5. Business modelling</b>	F. Maggiora
mercoledì 25 novembre	14-18	Cuneo	<b>6. Business Planning</b>	D. Cattaneo
<i>dal 26 novembre al 15 dicembre</i>			SESSIONE DI MENTORING 3 - BIZ MODELLING	
mercoledì 16 dicembre	14-18	online	<b>7. Proprietà intellettuale: quando, cosa e come proteggere</b>	Docente SAA
mercoledì 13 gennaio	14-18	online	<b>8. Prospetti economico-finanziari, concetti base di contabilità e fiscalità</b>	D. Caregnato
mercoledì 20 gennaio	14-18	online	<b>9. Principali tematiche legali e amministrative</b>	D. Caregnato
<i>dal 13 gennaio al 2 febbraio</i>			SESSIONE MENTORING 4 - INTERMEDIA	
mercoledì 3 febbraio	14-18	online	<b>10. Funding strategy</b>	C. Boccazzi
<i>dal 3 febbraio al 23 febbraio</i>			SESSIONE MENTORING 5 - TECNICA	
mercoledì 24 febbraio	14-18	Torino	<b>11. Marketing &amp; Strategy - come promuovere e far conoscere il proprio business (Strategie online e offline)</b>	C. Boccazzi (?) o docente SAA
mercoledì 3 marzo	14-18	Torino	<b>12. How to pitch</b>	C. Boccazzi
<i>dal 4 marzo al 25 marzo</i>			SESSIONE MENTORING 6 - COMUNICAZIONE	
WORKSHOP FINALE				

- Accentuata eterogeneità dei progetti e dei contesti di riferimento
- Forte eterogeneità dei team di lavoro
- Ambienti di riferimento coesi ma spesso carenti di «reti lunghe»
- Criticità ambientali (infrastrutture, fragilità, ecc.)
- Territorio come risorsa, opportunità, bisogno, vincolo
- Idea progettuale in divenire: sbocco imprenditoriale come UNA delle possibilità, in genere la meno praticata e conosciuta, «attrattiva» ma non assunta necessariamente come sbocco
- Le forme per dare risposta ai bisogni colti, alle opportunità e alle risorse presenti, muovendosi nei vincoli dati, possono prevedere ma non come direzione univoca lo sbocco della creazione di impresa

## Risultati:

- Avere introdotto, illustrato, fatto comprendere, strumentato la possibilità di intraprendere questa strada
- Aver focalizzato maggiormente il dove si vuole arrivare e le forme attraverso cui farlo
- Aver «stressato» e raffinato l'idea originale
- Aver compreso meglio le risorse di cui si ha bisogno (fra cui quelle finanziarie) attraverso una razionalizzazione di cosa significa comunque costruire un progetto solido, sostenibile, presentabile
- Aver compreso meglio le proprie propensioni, risorse, limiti

# CHE TIPO DI IMPRESA POSSIBILE?

Che tipologia di possibile impresa è emersa:

- Radicata nel territorio, che è risorsa e nel contempo bacino di bisogni
- Nativamente/strutturalmente multistakeholders e sistemica: il suo destino è per molti versi legato a quello del suo territorio, (vicario di risposte mancanti?)
- Che soffre quindi di carenza di reti lunghe (il problema annoso delle aree interne)
- Ibrida da diversi punti di vista
- Intrinsecamente «social driven» alla ricerca del diventare anche «economical driven»
- Che rischia un «mission drift» inverso: non trovare la dimensione economica

# COSA CARATTERIZZA QUESTA IMPRESA?

- E' una impresa che produce beni intangibili, «vende» esperienze senza esserne totalmente conscia
- Che quindi dal punto di vista del marketing deve rafforzare la sua capacità di definire una identità (che non è solo sua) comunicare user experience ed emanare «segnali»
- Ha come bisogno primario la relazione con gli stakeholders
- Non può essere vista come una monade, secondo una logica tradizionale «firm centric», verso invece una logica «network/community centric»
- In tal senso dovrebbero anche evolvere gli strumenti finanziari ed in generale di supporto
- Per favorirne l'affermazione occorre probabilmente una nuova strumentazione di accompagnamento