



JA crede profondamente nei giovani e nelle loro potenzialità, per questo li affianca negli anni della scuola orientandoli e ispirandoli nella realizzazione del proprio futuro personale e professionale.

La realtà di oggi diventa sempre più complessa e valorizzare le tante opportunità che offre richiede uno sforzo sempre maggiore ai ragazzi che escono dalle nostre scuole.

JA mette in gioco risorse, tempo, idee e valori, in uno scambio tra generazioni e culture, per rendere le nuove generazioni protagoniste del cambiamento.



Guarda questo video:

<http://y2u.be/j36lRL9iQGU>





Coltiviamo partnership con aziende, fondazioni e istituzioni locali, nazionali e internazionali. Grazie a loro quest'anno abbiamo raggiunto più di **20.500 studenti**.

Ancora pochi rispetto ai **7.830.650*** che frequentano ogni anno le scuole d'Italia.

Ecco perché stiamo lavorando a un **ambizioso piano di sviluppo** che ci consentirà di **ampliare il nostro network per la promozione dell'Education economica e imprenditoriale tra i giovani**.

* Fonte: Ministero dell'Istruzione, Università e Ricerca – anno scolastico 2010/2011

WARMUP

Investire nell'education: una scelta coraggiosa e responsabile

di
Stefano Scabbio

Anche in un momento come quello attuale di profonda crisi economica internazionale e di complesse sfide che si presta ad affrontare il nostro Paese, credo che decidere di puntare sui giovani investendo sul loro potenziale e sulla loro formazione sia un atto di responsabilità e coraggio.

Per questo continuo a sostenere con passione la crescita e lo sviluppo di Junior Achievement in Italia. I numeri che l'organizzazione raggiunge annualmente cominciano a essere importanti, ma abbiamo ancora molta strada da fare per riuscire a impattare in modo significativo sul futuro professionale e sulla qualità della vita delle nuove generazioni.

Il piano di crescita ambizioso varato nella primavera 2011 punta a privilegiare la promozione della cultura imprenditoriale e della creatività a livello nazionale e a misurare l'impatto della didattica nelle scelte scolastiche e di carriera dei partecipanti. La valenza strategica di tale piano si esplicherà anche nella capacità che avremo nel perseguire una politica di alleanze a livello nazionale e locale con imprese, istituzioni e network professionali.

Per il gruppo di aziende e istituzioni che supportano questo progetto di promozione dell'Education economica è vitale disporre di capitale umano di qualità e di talento. Da qui la scelta di investire in primis nella scuola e di affiancare attraverso programmi di volontariato il corpo docente e dirigente per offrire agli studenti un contributo relazionale e d'esperienza fresco e alternativo.



- Stefano Scabbio -

È urgente promuovere nel nostro Paese un ripensamento della cosiddetta "economia dell'education" che affianchi alle logiche di qualità, valutazione ed efficienza anche nuovi progetti pedagogici, contenuti e metodologie per facilitare la comprensione della realtà alle nuove generazioni.

Da qui il valore che può derivare dal contributo in know-how di organizzazioni che fanno dell'alleanza continuativa e strategica tra scuola e impresa il proprio punto di forza.

Tutto questo a favore di un miglioramento tangibile della carriera scolastica ancorché lavorativa dei giovani. Perché ciò di cui abbiamo più bisogno è ridare attrattività alla scuola e risvegliare tra gli studenti il desiderio di apprendere e di investire nella propria formazione.

Stefano Scabbio
Presidente
stefano.scabbio@jaitalia.org

START

Il futuro è già cambiato

di
Miriam Cresta

Junior Achievement si avvia ad avere una presenza quasi decennale di intervento nella scuola e nelle imprese a favore della promozione economica dei giovani.

Questo comporta da un lato la possibilità di godere di una retrospettiva, dall'altro l'esigenza di essere capaci di innovare la propria proposta. Da qui la scelta di questo titolo che sintetizza la tensione in atto nell'organizzazione, tensione positiva fatta di energia e vitalità spese nel ridefinire le potenzialità insite nel progetto.

Un progetto ambizioso perché culturale ed educativo, ma soprattutto perché agisce su una fascia di popolazione giovane che potrà avere in un futuro ravvicinato la possibilità e la responsabilità di determinare le scelte economiche del nostro Paese.

La promozione dell'economia si rivela ogni volta essere un pretesto importante per avvicinare i bambini e i ragazzi alla realtà e per ricordare loro che il futuro personale di ciascuno dipenderà dalle scelte che saprà compiere oggi con senso d'iniziativa e consapevolezza insieme.

Per questo l'associazione intende potenziare ed estendere il proprio raggio di intervento raggiungendo un numero sempre maggiore di giovani - **100 mila nel 2015** - esplorando nuovi canali di coinvolgimento da affiancare a quello tradizionale della scuola.

Questo sarà possibile solo con l'irrobustimento della propria rete di partner coinvolti sui territori nella promozione dei progetti localmente e con un'intensa attività di raccolta fondi che assicuri all'associazione la stabilità e la sostenibilità nel tempo.



- Miriam Cresta -

Junior Achievement è soprattutto una comunità di pratiche e di professionisti della scuola e d'impresa accomunati dal desiderio di "migliorare" la proposta educativa della scuola italiana nei contenuti e nei metodi valorizzando un concetto molto semplice: quello dell'alleanza tra gli adulti - insegnanti e volontari d'impresa - che passa attraverso il reciproco scambio esperienziale.

Le storie che vi raccontiamo e che vi invitiamo a leggere hanno per registi proprio costoro, insieme naturalmente ai tanti studenti che sono stati partecipanti attivi e innovativi delle proposte didattiche.

Anche questo è un altro concetto molto semplice ma assolutamente fondamentale per preservare la storia stessa di un'organizzazione. Le organizzazioni tutte, anche quelle più tecnologiche e innovative, hanno alle spalle persone che con il loro impegno e con la loro responsabilità, unite spesso a passione ed entusiasmo, le rendono vitali e ne danno senso.

Grazie a tutti voi.

Miriam Cresta
Direttore Generale
miriam.cresta@jaitalia.org

Indice

STORIE DI SUCCESSO	9
Le migliori imprese JA	12
Express Yourself	17
In Tour Sardinia	18
Le città del futuro	19
Innovazione sociale	20
CHI SIAMO	21
La mission	24
La strategia	25
Il metodo	26
La crescita	27
La nostra storia	28-29
COSA FACCIAMO	31
Alfabetizzazione finanziaria per i più giovani	34
BIZ Factory: l'entusiasmo di essere protagonisti	36
Dal locale al globale	37
Innovazione a scuola	38
Arte, tradizione e creatività	39
Quanta differenza può fare la scuola	41
Giovani & Futuro	42
PARTNER PER LA SCUOLA	45
Investi nei giovani e loro faranno il resto	48-49
Esperti d'azienda: gli ingredienti del nostro successo	50
LE NOSTRE PERSONE	51
Mappa degli stakeholder	55
Staff e collaboratori esterni	57
Il Consiglio di Amministrazione e l'Assemblea degli Associati	58
L'IMPATTO ECONOMICO	59

Storie di successo



Capoclasse



Capitano d'impresa



Junior Achievement
giovani menti al lavoro

LE MIGLIORI IMPRESE JA

1 VENETO EYS JA

Primo premio Junior Achievement
“Migliore Impresa JA” a BIZ Factory 2011

La **borsa a tracolla** prodotta dal Liceo Aleardi di Verona è un prodotto ecologico utile e accattivante, dal design minimal e con ampie possibilità di personalizzazione. Disponibile in tre linee diverse, l'obiettivo è quello di offrire ai clienti, privati o aziende, l'occasione per “esprimere al meglio se stessi” (Eys è infatti acronimo di Express Yourself), complice la tasca trasparente esterna per contenere l'immagine desiderata. Risultato: un accessorio in grado di conquistare target differenti, accomunando abitudini, passioni e interessi fra i più svariati.



Sono “imprese di studenti”, uno strumento didattico per educare all'imprenditorialità, con un metodo che valorizza la creatività, il teamworking e l'iniziativa degli studenti delle scuole superiori.

Sviluppate nell'ambito del programma “Impresa in azione”, rappresentano un'esperienza unica che consente ai partecipanti di sviluppare concretamente un'idea di business (un prodotto o un servizio) e presentarla al pubblico, completa di piano strategico, di produzione e di marketing.

LOMBARDIA

S4L JA

Premio Accenture “Innovazione e Progetto”
a BIZ Factory 2011

I giovani imprenditori dell'I.S.I.S. Facchinetti di Castellanza (Varese) si inseriscono nel settore dell'elettronica realizzando sistemi di protezione ad alta tecnologia, volti a migliorare la sicurezza di tipo preventivo in caso di incidenti stradali. Tra i loro prodotti: Headrest, il poggiatesta automatico che approda sui mercati emergenti grazie alla partnership con l'azienda keniana Infinite di Nairobi. Perché la sicurezza, finalmente, non è più un optional.

2



SICILIA

MARINE ADVICE JA

Premio Edenred
“Valorizzazione e Territorio locale”
a BIZ Factory 2011

3

“Con i piedi per terra sempre vicino ai naviganti.” Sono i ragazzi dell'Istituto Nautico Arezzo della Targia che, con Marine Advice, sono in grado di offrire un pacchetto integrato di servizi di terra e di mare alle imbarcazioni da diporto e ai piccoli yacht in transito e in soste stagionali nel porto di Siracusa. Un front-end tra gli utenti di mare e gli operatori a terra attivi nel campo della marineria, della fornitura di prodotti e prestazioni d'opera in genere, che non disdegna l'offerta originale di servizi a carattere turistico e culturale.



4 VENETO GLEV JA

Premio Daiet “Ambiente e Sostenibilità” a BIZ Factory 2011

Una novità assoluta nel segmento delle biciclette a pedalata assistita arriva dall'I.I.S. Luzzatti di Mestre: è Spring Bike, il kit irrinunciabile per gli amanti del mezzo di trasporto più ecologico che, nel rispetto dei principi della green economy, si fonda su un meccanismo originale di accumulo e rilascio di energia, elastica e non elettrica. I giovani di Glev dicono no all'inquinamento atmosferico e scelgono salute fisica e risparmio energetico, in linea con le ultime direttive enunciate nel 2009 dal Summit del G20 a Copenaghen. Per un futuro più sano ed ecologico!



5 TOSCANA BIOCARBO JA

Un nome, una mission per i ragazzi dell'I.T.C.G. Niccolini di Volterra: un'impresa che vive di “bio”, come rispetto della natura, e di “carbo”, come... bicarbonato. Il bicarbonato che è racchiuso in Gu-Gu Fresh, il primo prodotto deumidificante e cattura odori privo di agenti chimici, anallergico e realizzato con stoffe e altri materiali di riciclo a km zero. Il simpatico gufetto, ispirato dall'iconografia etrusca, col suo aspetto trendy strizza l'occhio ai giovani e col suo cuore di sale ed essenze naturali evoca gli odori e i luoghi del volterrano. Ma l'esatto mix di ingredienti rimane un segreto, al pari della formula della Coca Cola.



SICILIA

CHEMITECH JA

6

In natura esistono molte sostanze odorose che l'uomo ha appreso nei secoli a riprodurre artificialmente. L'I.T.I. Fermi di Siracusa non è da meno, attivo com'è nella realizzazione e nella commercializzazione di essenze per ambienti: la sua linea di fragranze Idèo, esteri sintetizzati in laboratorio, è presente sul mercato in quattro varietà fruttate. Lasciatevi trasportare dai profumi del gelsomino, della pesca, della mela e dei fiori d'arancio, evocativi delle quattro stagioni. Non lasciatevi sfuggire Idèo, "il deodorante ideale"!



TOSCANA

GIOCHINFORMA JA

10

Appena nata e già vanta un contratto di collaborazione con l'Azienda per i Servizi Ambientali della sua città: è Giochinforma, dietro cui si nasconde l'I.T.C. Vespucci di Livorno, che informa e diverte con un'innovativa linea di giochi da tavolo. E allora "giocate, divertitevi, imparate" con il Green Game, che combina quiz e puzzle, social e green, affronta il tema della raccolta differenziata dei rifiuti domestici ed è già usato nelle campagne informative di sensibilizzazione ambientale nelle scuole primarie locali.

7 SARDEGNA
CO.IN.A.A. JA

Chi l'ha detto che il social network non è un paese per vecchi? E se le sue potenzialità collaborative venissero applicate all'universo della terza età? Se lo sono chiesti i ragazzi dell'I.I.S. Azuni di Cagliari, che hanno ideato un social network unico nel suo genere, studiato appositamente per un'utenza over 65: Senior Social, uno strumento semplificato nell'utilizzo e dotato di collegamenti al meteo, al Tg, alle prime pagine dei giornali più visitati, a Skype e alle chat... Per incontrare l'esigenza di socialità di una vasta fetta della popolazione, d'ora in poi un po' meno lontana dalla net generation.



LAZIO

HELIOS JA

11

Helios, alias l'I.I.S. di Via Copernico di Pomezia, è un marchio JA operante nella progettazione e realizzazione di prodotti innovativi a energia fotovoltaica, un must per clienti dallo stile di vita eco-compatibile. Il suo Sun-Batt è un parasole per auto dotato di celle fotovoltaiche flessibili, che permette di ricaricare la batteria del veicolo durante la sosta. Attraverso un adattatore collegato all'accendisigari dell'automobile, leggero e maneggevole, Sun-Batt evita il fenomeno dell'auto-scarica della batteria al piombo. Utile anche per le barche.



LOMBARDIA

C.P. TECH JA

8

"Free Energy, Clean World" è il motto scelto dall'I.I.S. Pesenti di Bergamo per significare la forza di un'idea capace di rinnovarsi come la natura. Smart Guard è un dispositivo elettronico dalle caratteristiche uniche, nato per proteggere gli oggetti personali contro il furto e lo smarrimento in modo sostenibile. Alimentato da energia rinnovabile, solare o dinamica, il brevetto è semplice da usare, poco invasivo e applicabile direttamente dall'utente.



BASILICATA

FIUO JA

9

"Carneade! Chi era costui?", o piuttosto "Eroi del Risorgimento! Chi erano costoro?": nel 150° anno dell'Unità d'Italia se lo chiedono i ragazzi del Liceo Classico Quinto Orazio Flacco di Lavello, e rispondono con Quibus, il primo info-game patriottico lanciato sul mercato. Ispirato al classico "Indovina chi?", il prodotto di Fiuo fonde cultura e svago, riportando in vita i grandi italiani dell' '800, con un occhio all'attualità: testimonianza ne è l'impiego di materiali riciclati, grazie al coinvolgimento di imprese di artigianato locale.



TOSCANA

I BISCHERI EDITRICE JA

12

La novella... non una bischerata, anzi. Una testimonianza di vita semplice, in prevalenza contadina, forse ormai irrimediabilmente perduta. Del valore di questo genere letterario sono consapevoli i giovani del Liceo Scientifico Marconi di Grosseto, che promuovono la conoscenza del territorio locale attraverso la valorizzazione della cultura popolare. Per rinfrescare la memoria di chi, soprattutto tra i giovani, sta dimenticando il sapore delle proprie origini, ecco le Novelle del Tarabuso, la Maremma racconta, l'audiolibro illustrato che raccoglie un patrimonio di racconti orali, narrati con la tipica cadenza toscana. Il tarabuso, un raro volatile che sverna in Maremma, è eletto a simbolo di un patrimonio da proteggere e "consegnare" ai posteri.

IN TOUR SARDINIA JA

13

Una joint-venture internazionale per la promozione del turismo interattivo. Ecco il risultato della collaborazione tra gli studenti dell'I.I.S. Angioy, fondatori In Tour Sardinia, e le mini-imprese In Tour Italy di Bergamo, In Tour Denmark di Odense e In Tour Bulgaria di Velingrad. In Tour Europe è un'agenzia di viaggi europea che offre servizi turistici partecipativi, responsabili, creativi e sostenibili nelle quattro diverse località.



PUGLIA

NEW WORLD JA

Dafne non è solo la ninfa che fece innamorare Apollo con la sua bellezza sensuale. Grazie a dieci ragazze coraggiose e intraprendenti, alunne dell'I.I.S.S. Rosa Luxemburg di Acquaviva delle Fonti (Bari), oggi è anche un abito da sera double-face, realizzato con stoffe pregiate, in raso e cadì. Per tutte le donne, giovani e meno giovani, che non rinunciano ad essere alla moda in ogni occasione. Venduto con un kit di accessori intercambiabili, Dafne è ancora più personalizzabile, l'ultimo grido per chi si sente innovativa e creativa.

14

15

PUGLIA

REMEMBER JA

Lasciatevi trasportare dai ricordi, sembrano dire gli allievi del Corso Operatore Amministrativo Segretariale del C.F.P. Unisco di Bari: dai loro prodotti, realizzati a mano con la tecnica del punto croce, riaffiorano le tradizioni del passato, che si nutre della bellezza del ricamo. Dalle bavette agli asciugamani, dai segnalibri ai biglietti d'auguri, fino ai calendari e ai copricuscini, gli articoli personalizzabili di Remember vivono tra antico e moderno, ispirati all'individuazione di un nuovo distretto della moda nella regione.



LOMBARDIA

WHY JA

L'istituto Maria Consolatrice di Milano ci aiuta (Why è We Help You) ad affrontare le difficoltà del "lavoro" di genitori con una marcia in più: Tempolo, la soluzione ideale per i giovani e gli adulti desiderosi di vivere un tempo libero di qualità, nel segno dell'aggregazione e del risparmio energetico. Il timer di spegnimento per dispositivi elettronici, programmabile fino a sei fasce orarie, favorisce un uso più razionale di pc, apparecchi televisivi e... tanto altro ancora!

16



EXPRESS YOURSELF ALBO NAZIONALE DELLE ECCELLENZE

Riccardo Scattolini, Amministratore Delegato di Eys, e **Monica Sacchiero**, Marketing Manager, sono i vincitori di **BIZ Factory 2011**, l'annuale competizione di Junior Achievement che premia la creatività e l'intraprendenza imprenditoriale dei giovani studenti delle scuole italiane.

Con i compagni di classe del liceo veronese **Aleardo Aleardi**, hanno fondato una mini-impresa e sbaragliato la concorrenza, grazie al mix tra prodotto ideato (un'originale borsa a tracolla) e servizio offerto. Un successo che deve molto al supporto dei professori e al mentoring dei manager Volkswagen.

Con un marchio che è l'acronimo di **Express YourSelf**, non sorprende che per questi ragazzi conti "dare la possibilità ai giovani come noi di potersi esprimere." Non solo l'accessorio moda è personalizzabile, ma l'impresa JA ha ingaggiato un gruppo di artisti emergenti del veronese che hanno collaborato alla realizzazione dei modelli per la Limited edition. E i giovani imprenditori hanno già



l'intraprendenza di chi sa cosa significa "fare networking": per "piazzare il prodotto abbiamo partecipato a diversi eventi, sfruttando al meglio il nostro giro di conoscenze; ci siamo fatti un nome con il passaparola."

Per Riccardo, l'iniziativa di Junior Achievement "ci ha aperto gli occhi su un sacco di cose che si imparano solo facendo." E Martina, a cui "studiare non piace granché", si è resa conto di essere portata per le attività pratiche ed esperienziali... e, forse, di avere il pallino degli affari: "mi piacerebbe proseguire lungo questa strada, che prima non avevo considerato."

Nel mese di agosto 2011 la classe ha rappresentato l'Italia alla XXII edizione europea della Company of the Year Competition che si è tenuta a Oslo. Nel futuro: "A breve ci aspetta l'esame di maturità, poi verrà il momento di sederci attorno a un tavolo e decidere se proseguire tutti insieme con il progetto imprenditoriale Eys."

Riccardo e Martina, insieme ai compagni **Monica Sacchiero**, **Silvia Venturelli**, **Lorenzo Cordioli**, **Anita Accordini**, **Federico Ghinato**, grazie a questa esperienza, sono stati inseriti nell'Albo Nazionale delle Eccellenze del Ministero dell'Istruzione.





INTOUR SARDINIA INTERCULTURA E GLOBALIZZAZIONE

La Sardegna, scrisse D. H. Lawrence, “non assomiglia ad alcun altro luogo.” La Sardegna “è un'altra cosa: incantevole spazio intorno e distanza da viaggiare, nulla di finito, nulla di definitivo. È come la libertà stessa.”

Quasi un secolo dopo, un gruppo di ragazzi dell'**Istituto di Istruzione Superiore Angioy di Carbonia** lancia la sua sfida: valorizzare l'“incantevole” territorio della regione, attraverso la promozione di un turismo interattivo, creativo, responsabile e sostenibile. Dall'offerta di corsi di scrittura fenicia e scarabeo sacro al kitesurf, dalla degustazione del vino alla pesca subacquea, alla gastronomia dei Culurgiones e dei Malloreddus, la loro mini-impresa In Tour Sardinia guida i visitatori alla scoperta del vero significato del “vivere alla sarda.”

In Tour Sardinia si definisce una “multinazionale del turismo.” Perché, nel segno della glocality, è parte di una joint-venture, “**In Tour Europe**.” Partner internazionali: tre scuole europee, con i loro **In Tour Bulgaria** (Velingrad), **In Tour Denmark** (Odense), **In Tour Italy** (Bergamo).

Con le altre imprese di studenti, l'Istituto Angioy di Carbonia è protagonista del programma di Junior Achievement **Enterprise without Borders** (EwB). Il professor **Gianfranco Giaschetti**, che dei ragazzi di **in Tour Sardinia** è stato il coordinatore, afferma: “L'iscrizione al circuito EwB consente di comprendere i meccanismi del commercio internazionale, di guardare

oltre, aprendo nuove prospettive che non sono solo locali; grazie al portale web, una vetrina su cui pubblicizzare la propria impresa e monitorare l'attività altrui, si stringono alleanze di business.” “L'Europa è un mercato, un'opportunità, e insieme un'occasione di confronto e arricchimento: in una joint-venture ogni membro porta con sé le proprie competenze, per sviluppare qualcosa insieme. Nel nostro caso, **In Tour Europe** si è potuta avvantaggiare, per esempio, dell'esperienza dei ragazzi della ragioneria di Bergamo in materia di bilanci e del know-how dei miei alunni nel settore tecnologico, che ha portato allo sviluppo del sito web.”

Racconta **Andrea Sabiu**, imprenditore in erba: “Con le imprese straniere abbiamo intrattenuto rapporti a distanza: riunioni virtuali, videoconferenze, mailing per la definizione comune di un business plan e per lo scambio di idee e contributi ...il tutto ovviamente in inglese.” E finalmente è arrivato anche l'incontro dal vivo, grazie alla partecipazione di alcuni membri del team alla JA-YE Europe Trade Fair di Bratislava.

“Ho sempre creduto in questa iniziativa” racconta il docente. “Nel nostro territorio, a vocazione prettamente turistica, c'è davvero bisogno di diffondere la cultura d'impresa. Sono diventato JA Regional Teacher perché credo che sensibilizzare studenti e insegnanti allo sviluppo socio-economico e culturale sia una cosa per cui io debba impegnarmi. E spero che sempre più scuole aderiscano a questo programma.



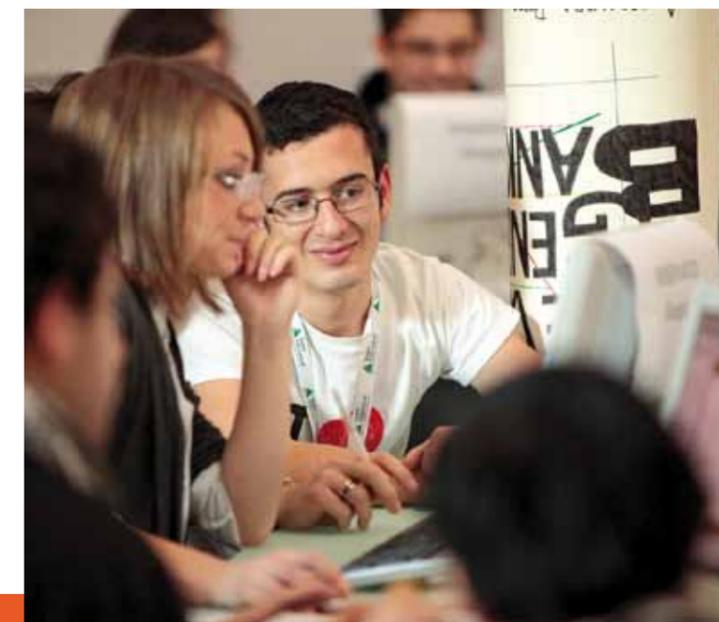
LE CITTÀ DEL FUTURO EDUCAZIONE FINANZIARIA INNOVATIVA

Che un adolescente si senta fare i complimenti da un manager di Citi per essere stato in grado di “applicare la logica di una vera banca” non è cosa da tutti i giorni. Succede durante la Global Entrepreneurship Week, iniziativa globale per la valorizzazione dello spirito imprenditoriale tra i giovani. Succede a Milano il 17 novembre 2010, al gruppo di studenti che ha conquistato la medaglia d'oro della seconda edizione dell'Innovation & Creativity Camp, patrocinato dalla Commissione Europea.

Premiati da **Alberta Brusi**, Chief of Staff di Citi, e altri autorevoli giudici, i ragazzi di LeB@nque - **Antonella Bruccolieri, Marco Gusso, Andrea Mariani, Davide Ribecchi, Elisabetta Scaltrini e Gaia Tondini** - hanno ideato una App per dispositivi mobili che facilita e velocizza i pagamenti, grazie alla tecnologia bluetooth. E hanno messo a punto partnership e strategie di mercato con i requisiti giusti per sfondare.

I ragazzi, improvvisatisi banchieri, sono stati “incaricati di sviluppare una soluzione, un prodotto o un servizio” per “agevolare le transazioni economiche in modo innovativo, rapido e sicuro e facilitare, così, l'accesso dei cittadini e dei visitatori ai servizi della città” in vista dell'Expo 2015.

Quando l'universo finanziario si incontra con una didattica innovativa, attiva e concreta, si innesca una logica win-win, per scuola e banca, e naturalmente per i loro protagonisti. È così che la finanza accoglie sotto il suo vituperato cappello l'energia dei giovani, l'ingegno, la fantasia, pronte ad allearsi con la scienza, per una volta meno fredda, meno seria, dei “grandi.”



INNOVAZIONE SOCIALE SFIDA TRA GIOVANI EUROPEI



Sara Zampedri oggi è una studentessa universitaria. Non più di qualche mese fa, alunna dell'istituto **Lunardi di Brescia**, si è trovata alle prese con un interrogativo che governi e establishment si pongono ogni giorno: come far fronte alla disoccupazione giovanile?

E se, questa volta, fossero le nuove generazioni a rispondere? Ecco cosa è successo a Bruxelles, nell'ambito del **Social Innovation Camp 2011**, con un centinaio di studenti provenienti da 14 paesi europei chiamati a escogitare soluzioni innovative, con tanto di business plan, per abbattere la disoccupazione del 50% ...in soli due giorni!

La creatività si esercita meglio a contatto con il mondo reale. Sara lo sa bene e, in squadra con studenti di diversa nazionalità, ha ideato un'associazione non profit che supporta percorsi scolastici non convenzionali, per un più rapido inserimento dei giovani nel mercato del lavoro.

L'allieva del Lunardi si è guadagnata un posto in Europa dopo essere salita sul gradino più alto del podio alla terza edizione dell'Innovation & Creativity Camp

italiano: 90 ragazzi, 24 ore di tempo e un traguardo ambizioso, l'ideazione di una nuova soluzione di business per ABB Italia, azienda leader nelle tecnologie per l'energia e l'automazione.

Sara ha vinto la scommessa, complice la sua capacità di negoziazione, di condividere idee e conoscenze con i compagni di squadra. "Di farmi capire", insomma. "Non pensavo di farcela", racconta. "Ho imparato a credere in me stessa." E aggiunge: "A scuola ho studiato le lingue straniere, ma non le ho mai messe in pratica. Eppure anche a Bruxelles siamo riusciti tutti ad andare oltre le difficoltà di comunicazione, dovute non solo alle differenze linguistiche, ma alla varietà delle idee."

L'**Innovation & Creativity Camp** è una formula già sperimentata da diversi anni nel network europeo di Junior Achievement. Sostenuta dalla Commissione Europea e da alcune aziende, ha raggiunto negli ultimi 3 anni più di **7.800 ragazzi**, promuovendo, accanto all'uso delle tecnologie e delle lingue straniere, i valori della creatività, della cooperazione, dell'intercultura, del cambiamento.

Chi siamo



Interrogazione a scuola



Colloquio di orientamento



MISSION

Abbiamo l'esperienza, i contenuti e i metodi per affrontare una delle questioni più importanti e urgenti per il futuro dell'economia: l'occupabilità delle nuove generazioni.

Incoraggiare i giovani a realizzare il proprio potenziale attraverso iniziative di educazione economica, finanziaria e imprenditoriale secondo la metodologia dell'imparare facendo.

Un'adeguata preparazione economica favorisce il benessere futuro della persona in quanto cittadino, lavoratore, consumatore.



STRATEGIA

Lavoriamo per creare efficaci partnership tra scuole, aziende e volontari.

La stretta collaborazione tra noi e queste realtà consente di trasferire ai giovani l'ispirazione, la motivazione, le conoscenze, le competenze e le opportunità necessarie per sviluppare il proprio potenziale. I benefici concreti ritornano anche alla società civile e al tessuto aziendale e culturale dei territori in cui questi giovani vivono.

Offriamo esperienze didattiche innovative e coinvolgenti che coprono l'intero ciclo d'istruzione, dai primi anni della scuola primaria agli ultimi della scuola superiore.



METODO

Progettiamo e promuoviamo percorsi di economia, finanza e imprenditorialità, che comprendono contenuti di matematica, scienza e tecnologia, business plan e brevetto, innovazione sociale, commercio internazionale e intercultura.

Queste proposte variano per obiettivi, contenuti, impegno. Alle classiche lezioni in classe sviluppate attraverso la metodologia del learning-by-doing, ricche di esercitazioni, giochi, simulazioni e discussioni con l'esperto d'azienda, abbiamo affiancato nuove proposte per rispondere sempre più alle esigenze dei giovani, della scuola, delle famiglie, delle aziende.

Oggi offriamo: programmi e competizioni di imprenditorialità a carattere locale, nazionale, internazionale; sfide di innovazione e creatività; workshop di finanza personale; lezioni interattive su benessere, etica, sostenibilità.

Dai kit didattici completi di manuali per studenti e docenti, materiali per le attività, poster e attestati di partecipazione, il nostro portfolio si è arricchito con video-lezioni, quiz e sfide online, eventi didattici e, in ultimo, il primo libro di finanza personale per i preadolescenti.

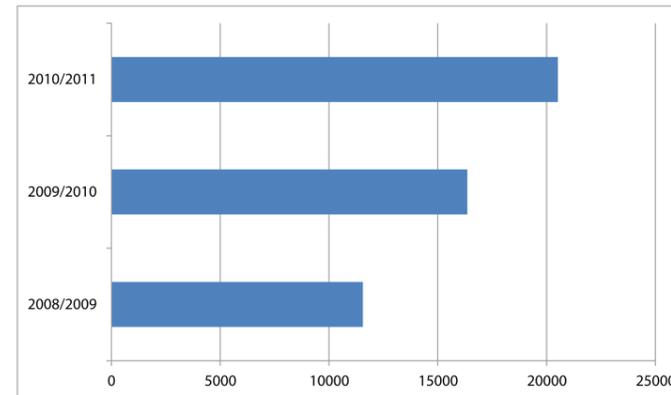


CRESCITA

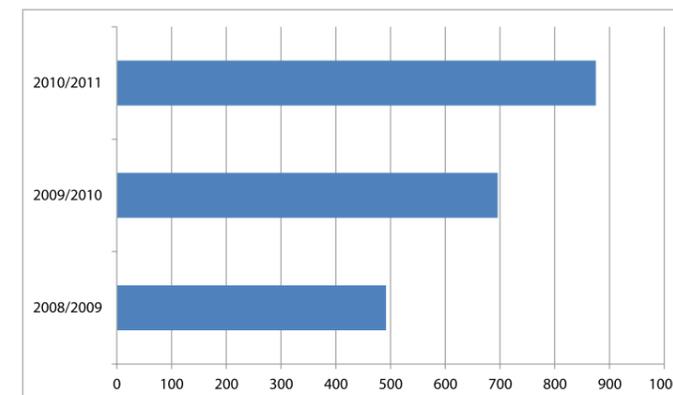
L'impatto delle nostre attività può essere misurato attraverso questi tre parametri chiave:

- Studenti raggiunti
- Classi coinvolte
- Volontari d'azienda

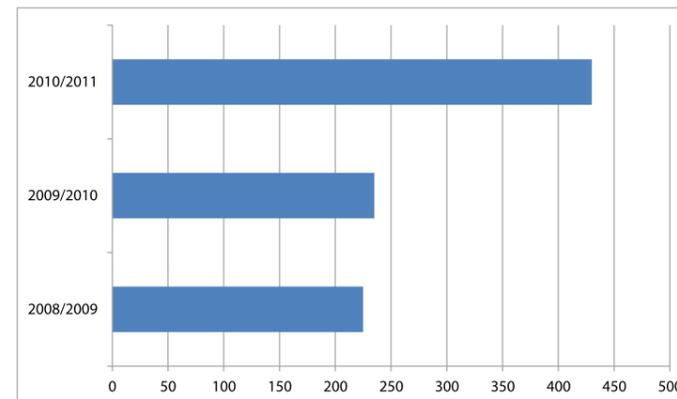
Studenti



Classi



Esperti d'azienda



La nostra storia

2002

Crack argentino: la crisi finanziaria è dietro l'angolo. Si sviluppa l'idea di avviare in Italia un progetto di educazione finanziaria nella scuola. **NASCE JUNIOR ACHIEVEMENT ITALIA.** Il primo Presidente è Luca Toniutti, Ad di Citi. JA entra nel network JA-YE Europe.

2003

10 scuole secondarie di primo grado sperimentano lo e l'economia con la partecipazione del **PRIMO NUCLEO VOLONTARIO DI ESPERTI D'AZIENDA.**

In autunno parte il programma di educazione imprenditoriale nella scuola superiore **Impresa in azione.**

2004

Si tiene la prima edizione del Premio Nazionale Migliore Impresa JA ospitato a Palazzo Mezzanotte a Milano. Vince Star Light dell'Imiberg di Bergamo. **PER LA PRIMA VOLTA UNA CLASSE ITALIANA PARTECIPA ALLA XV JA-YE EUROPE COMPANY OF THE YEAR COMPETITION A MALTA.** Io e l'economia raggiunge 10 mila studenti nelle principali città italiane.

2005

Parte Our Community per la scuola primaria. **IMPRESA IN AZIONE VIENE CITATO DALLA COMMISSIONE EUROPEA COME MIGLIORE PRASSI ITALIANA DI EDUCAZIONE IMPRENDITORIALE NELLA SCUOLA SUPERIORE.** JA Italia partecipa al gruppo di lavoro europeo della DG Imprese e Industria sulle mini-imprese di studenti. Snap del Fermi di Pontedera (PI) è la Migliore Impresa JA italiana e vince l'**HIGH POTENTIAL AWARD ALLA COMPETIZIONE EUROPEA IN NORVEGIA.** Giuliano Malacarne, nuovo Ad di Citi, viene nominato Presidente.

2006

Nascono Io e l'economia nel mondo ed Etica in azione. Parte il primo corso italiano per l'insegnamento dell'imprenditorialità nella scuola superiore e la prima edizione dell'European Summit of Educators, a cui prendono parte 3 docenti italiani. **ENJOY** dell'Imiberg di Bergamo vince il premio come **MIGLIORE IMPRESA JA** alla fiera europea in Croazia e alla competizione nazionale e partecipa alla competizione europea in Svizzera. Nascono **JA NETWORK**, rete che riunisce i partner regionali, e **JA ALUMNI** che raduna gli ex studenti di Impresa in azione.

2011

BIZ Factory per la prima volta lascia Milano e fa tappa a Lecce. Vince **EYS** del Liceo Aleardi di Verona che partecipa alla competizione europea in Norvegia. **IMBERG E ANGIOY** di Carbonia, in partnership con altre scuole europee, **VINCONO IL PREMIO EWB HIGH POTENTIAL AWARD.**

A Siracusa si tiene l'**ASSISE NAZIONALE "GIOVANI & FUTURO"** a cui intervengono i Ministri della Gioventù e dell'Ambiente. JA firma un protocollo d'intesa con il Ministero dell'Istruzione.

2010

Per la prima volta in Italia la JA-YE Europe Company of the Year Competition; è la XXI edizione e si svolge a Cagliari. **CLEAN BEACH PROJECT** del Malignani 2000 di Cervignano del Friuli (UD) **È LA MIGLIORE IMPRESA ITALIANA E VINCE IL PREMIO PER L'INNOVAZIONE ALLA TAPPA EUROPEA.** Vengono lanciati gli European Innovation & Creativity Camp a cui partecipano anche gli studenti italiani. **ARMANDO PERSICO** dell'Imiberg **È IL MIGLIOR DOCENTE EUROPEO** mentre **LUCIA OLDTRATI** del Luzzatti di Mestre **È LA DOCENTE DELL'ANNO IN ITALIA.** Pubblicata la ricerca "Educazione finanziaria. Una nuova generazione di risparmiatori" sui preadolescenti italiani. Parte il programma didattico Banks in Action.

2009

È L'ANNO EUROPEO DELLA CREATIVITÀ E DELL'INNOVAZIONE. JA lancia il primo Innovation & Creativity Camp. **ENGRAVING YOUR LIFE DELL'IMBERG VINCE IL PREMIO EUROPEO EWB AWARD, MENTRE START BUSINESS DEL PESENTI DI BERGAMO È LA MIGLIORE IMPRESA JA ITALIANA E PARTECIPA ALLA COMPETIZIONE EUROPEA IN OLANDA.** Style for Fun del Fermi di Pontedera ritira il premio europeo EwB High Potential Award. Stefano Scabbio, Ad di Manpower, è il nuovo Presidente.

2008

NASCE BIZ FACTORY, l'evento che premia la creatività e lo spirito imprenditoriale: premiata YouVisit.it dell'Imiberg che partecipa alla competizione europea in Svezia. **MARILINA SABA** del Fermi di Pontedera è la prima **"JA TEACHER OF THE YEAR."** **JA PARTECIPA ALLA GLOBAL ENTREPRENEURSHIP WEEK** e ospita la European Student Conference a cui interviene anche Kauffman Foundation. Parte Enterprise without Borders per creare reti europee di scuole per l'imprenditorialità.

2007

Viene pubblicata "Giovani, economia e spirito imprenditoriale" sull'impatto dell'educazione imprenditoriale nella scuola superiore. Ancora una classe italiana, iTeam, vince il **PRIMO PREMIO ALLA FIERA EUROPEA IN ROMANIA.** Gli studenti del Maria Consolatrice di Milano brevettano la loro idea imprenditoriale. Eltech del Pesenti di Bergamo è la migliore in Italia e partecipa alla competizione europea in Germania. Dopo i primi 5 anni di attività, **JA VINCE IL PREMIO INTERNAZIONALE JA WORLDWIDE OUTSTANDING NEW MEMBER NATION.**

Dal 2002 a oggi:

58 grandi imprese
hanno creduto nella nostra mission

1.374 uomini e donne d'azienda
hanno partecipato come volontari nelle scuole

1.900 docenti di **1.013** scuole italiane
hanno sperimentato la didattica
del learning-by-doing

116.550 studenti
hanno imparato qualcosa in più di sé,
del mondo del lavoro e dell'economia

Cosa facciamo



Paghetta



Budget





Alfabetizzazione finanziaria per i più giovani

Il 78% degli europei ritiene che i giovani abbiano un livello di educazione finanziaria “basso”, “molto basso”, “nullo.” Il 97% degli stessi sostiene che sia fondamentale che i giovani imparino i fondamenti della gestione finanziaria mentre sono ancora a scuola.

La crisi finanziaria ha sollevato ovunque gravi preoccupazioni sulla effettiva preparazione di ognuno di noi, ma dei giovani in particolare, in materia di gestione responsabile delle proprie finanze. Da sempre ci impegniamo per garantire, già sui banchi di scuola, una migliore e più approfondita comprensione delle principali tematiche economiche e finanziarie.

È in questo quadro che il 19 novembre 2010 si è tenuto l'evento **Educazione finanziaria. Una nuova generazione di risparmiatori** organizzato con il supporto di **Borsa Italiana, Citi Foundation e MasterCard Italia**.

L'evento ha presentato la ricerca, dall'omonimo titolo, condotta da un team interdisciplinare di ricercatori dell'Università Cattolica e coordinato dalla Professoressa **Emanuela Rinaldi**. Il documento fa il punto sulla cultura finanziaria dei preadolescenti italiani e sul loro interesse verso l'economia, proponendosi come riferimento per verificare l'impatto delle proposte di educazione economico-finanziaria nella scuola e strutturare futuri sistemi di valutazione nazionale.

Muovendo dalla considerazione che quasi il 55% degli studenti istituisce una forte associazione tra denaro e felicità – il materialismo sembra crescere con l'età –,

la ricerca illustra che per il 74% dei preadolescenti grande importanza spetta alla motivazione espressiva al lavoro.

“È dunque una generazione diversa dalla precedente?” si interroga la Professoressa Rinaldi: “Le rilevazioni paiono confermarlo, evidenziando una maggiore propensione al risparmio: del resto, quando una generazione attraversa forti mutamenti economici, interiorizza i messaggi enfatizzati da agenzie formative quali famiglia e media (convenienza e risparmio in primis).”

“Il nostro compito è pertanto di incoraggiare e confortare i preadolescenti in tale orientamento, prima che, da adolescenti, siano più esposti al pressing consumistico di marketing e pubblicità.”

Una soluzione possibile, secondo la Rinaldi sta nel “dialogo esplicito” sulle tematiche economico-finanziarie: “La ricerca indica che i programmi didattici promossi da Junior Achievement forniscono agli studenti maggiori competenze e informazioni, rafforzando o attivando il loro interesse per la materia. La scuola ha dunque un ruolo tutto da giocare.”

Parallamente alla scuola, ovviamente, la famiglia: “Sono utili soprattutto l'esempio dei genitori, la discussione aperta e corresponsabilizzante. Una curiosità: dei quattro modelli educativi attraverso cui incentivare il risparmio – oltre all'esempio e al dialogo, l'indipendenza e la paghetta –, ebbene, proprio la paghetta è un mito da sfatare: il 69% di chi non risparmia la riceve, rivelandone la scarsa capacità predittiva.”

2.301 sono stati i questionari raccolti in **65** scuole secondarie di primo grado di **11** regioni, il **70%** dei quali è stato compilato da studenti partecipanti al programma JA “Io e l'economia” e il restante **30%** da non partecipanti.

Il campione degli studenti è risultato infine diviso in 3 profili corrispondenti a 3 cluster: il 24% degli intervistati è poco consapevole delle proprie spese e ha basse conoscenze economiche, con un forte orientamento al presente e poca propensione al risparmio; il 36% è interessato alla gestione del denaro per obiettivi a breve termine, dimostra ancora uno spiccato orientamento al presente e intrattiene un rapporto conflittuale con i genitori, compensati da discreta inclinazione al risparmio e buone conoscenze economiche; il 40% circa del campione è consapevole e economicamente interessato, con una prospettiva intertemporale rivolta al futuro, e uno spiccato orientamento al risparmio e

all'investimento; il livello di conflitto familiare legato alle spese personali è bassissimo, e il rendimento scolastico è generalmente alto.

Per sostenere le inclinazioni di un numero sempre maggiore di preadolescenti, dall'anno 2011/2012 il programma **Io e l'economia** sarà anche libro didattico. Junior Achievement Italia, con la collaborazione di RCS Tramontana, ha infatti lanciato il primo manuale scolastico di educazione finanziaria.

Per scaricare il testo integrale della ricerca: bit.ly/ISZGbv



Un dibattito a cui hanno partecipato: **Andrea Legnani**, Direttore Corporate Communication Citi Italia, **Emanuela Rinaldi**, Docente di Sociologia Università Cattolica di Milano, **Elena Ugolini**, Sottosegretario Ministero dell'Istruzione, **Maurizio Trifilidis**, Direttore Superiore di Banca d'Italia, **Maria Ida Germontani**, Senatrice FLI, **Elsa Fornero**, Ministro del Lavoro e delle Politiche Sociali, **Paolo Battiston**, Direttore Generale MasterCard Italia, con la conduzione di **Marco lo Conte**, giornalista de *Il Sole 24Ore*.

BIZ Factory



BIZ Factory: L'entusiasmo di essere protagonisti

È abitudine comune descrivere i giovani con aggettivi quali audaci, appassionati, esuberanti, aperti, creativi. Per sceglierne uno: sognatori. Non a caso, molte di queste parole sono comunemente attribuite anche alla figura dell'imprenditore. I giovani, come gli imprenditori, dimostrano una naturale inclinazione ad assumersi i rischi e le responsabilità, con la giusta passione che consente di impegnarsi a fondo per realizzare qualcosa di unico e importante.

In un mondo in continua evoluzione che richiede di sviluppare conoscenze e idee in un tempo sempre più veloce, la scuola e la società nel suo complesso devono riconoscere e valorizzare queste doti innate, incoraggiare i giovani a sognare in grande e a tradurre in atto il loro potenziale.

Ogni anno sono oltre 2,5 mila gli studenti italiani alle prese con l'esperienza a più forte impatto educativo tra le proposte didattiche JA, **Impresa in azione**. Solo 500, tra loro, scelgono di mettersi alla prova partecipando allo sfidante road-show delle selezioni regionali, che eleggeranno i 100 ragazzi più imprenditivi d'Italia.

Guarda questo video:

<http://y2u.be/38z4FHRQxdw>



L'ultimo palcoscenico, quello più importante, per questi giovani è **BIZ Factory**, la competizione nazionale, una tre giorni ininterrotta di convegni, mostre, giochi, workshop, occasioni di networking e formazione. BIZ Factory è il luogo per dimostrare le proprie conoscenze e capacità, per creare nuove reti, per dar vita a nuove imprese.

Nel corso della finale nazionale, un'autorevole giuria presieduta dal **Professor Carlo Alberto Carnevale Maffé** di SDA Bocconi e composta da dirigenti d'azienda, imprenditori e docenti universitari è chiamata a valutare le migliori idee di business, quelle con il più alto livello di innovazione, le più interessanti strategie di marketing, il più spiccato spirito imprenditoriale.

Il gruppo migliore viene proiettato in Europa in rappresentanza del nostro Paese alla competizione internazionale, la **JA-YE Europe Company of the Year Competition**. Un evento che, nell'ultima edizione, si è tenuto in Norvegia e ha visto la partecipazione dei 34 migliori team europei.

La valorizzazione delle eccellenze, la promozione dei giovani talenti è la cifra di Junior Achievement, che raggiunge con BIZ Factory il suo livello più alto. Per il suo valore, questa iniziativa è promossa con il patrocinio della **Commissione Europea** e dei **Ministeri dell'Istruzione, della Gioventù e dello Sviluppo Economico**, e la medaglia del **Presidente della Repubblica Italiana**.

Dal locale al globale

Educare all'economia significa innanzitutto presentare ai più giovani in modo pratico e concreto le relazioni che legano le attività più quotidiane e familiari con il mondo del mercato e del commercio.

Oltre le porte della scuola, oltre le pareti di casa, i più piccoli esplorano il mondo armati di curiosità, mille domande alla mano. Il loro viaggio di scoperta inizia con **Our Community ...scopriamola insieme!** per la scuola primaria: un viaggio nella comunità, nel quartiere, nella città.

Tra i "classici" di Junior Achievement, **Our Community** - diffuso in 21 Paesi d'Europa e opportunamente adattato in Italia alla nostra peculiare realtà sociale - è un corso di quattro lezioni in aula che passa in rassegna le professioni, il ruolo dello Stato nell'economia, il flusso del denaro e le principali attività svolte da una banca. Al termine delle lezioni, gli alunni mettono in scena una vera e propria storia. Divertendosi, simulano gli scambi commerciali, le transazioni economiche e apprendono alcuni fondamenti di risparmio.

A un livello successivo, **Io e l'economia nel mondo** per la secondaria di primo grado presenta gli effetti e le regole del mercato internazionale e invita gli alunni ad acquisire la sensibilità e le abilità per competere in un mondo sempre più interconnesso. Sviluppato nel corso di tre incontri in classe con esperti d'azienda, oppure in modalità "workshop" in una sola mattinata, questo programma unisce principi di educazione finanziaria, imprenditorialità e intercultura: "Made in", import/export, flussi di persone, capitali, informazioni.

Promuovere la conoscenza dei principi economici alla base del mercato europeo e offrire un'esperienza innovativa di formazione imprenditoriale in un contesto internazionale, attraverso l'attivazione e la gestione di una partnership con una classe straniera: questo, in sintesi, il programma di imprenditorialità **Enterprise without Borders** per la scuola superiore, sviluppato in 23 Paesi di Europa, Africa e Stati Uniti. Questa esperienza, sostenuta dalla **Commissione Europea**, ha coinvolto nei suoi primi 3 anni più di 20 mila giovani in occasioni di scambio, eTwinning, project work, promuovendo i valori della diversità e dell'intercultura, la comunicazione a distanza attraverso web conference e social network come strumenti di interazione, lavoro e produttività.

Un sito per la promozione e lo scambio www.ewb.ja-ye.org e la partecipazione agli eventi internazionali (summit, fiere e competizioni) consente a insegnanti e studenti di intrecciare partnership strategiche con scuole straniere. Ogni anno questo progetto consente inoltre di concorrere ai premi EwB Collaboration Award ed EwB High Potential Award per gli studenti e EwB Teacher of the Year per i professori.





Innovazione a scuola

Se è vero che le giovani generazione crescono ormai a smartphone e comunicazione digitale, è altrettanto vero che per loro sviluppare un piano strategico innovativo non è certo cosa da tutti i giorni. Lo sanno bene i 200 ragazzi coinvolti nell'anno scolastico 2010/2011 nei JA **Innovation & Creativity Camp**, maratone di 24 ore con un traguardo ambizioso: l'ideazione di un'originale soluzione di business per l'azienda sponsor.

Tra loro Rosa, che è stata spinta a partecipare "soprattutto dalla curiosità, dal desiderio di vincere una sfida con me stessa. Un'esperienza del genere ci consente di entrare in contatto col mondo del lavoro, che a scuola intravediamo solo da lontano." Le fanno eco Massimo: "Anche nel mio prossimo futuro potrei essere messo di fronte al compito di risolvere un problema aziendale... dunque prima inizio, meglio è!" e Riccardo: "da oggi potrò scrivere nel curriculum che ho collaborato con una grande multinazionale allo sviluppo di un piano consulenziale. Non tutti sono in grado di farlo, e non tutti l'hanno fatto: un vantaggio in più per il mio futuro."

Qualcuno non è nuovo alle maratone targate JA: c'è chi, come Stefano, Andrea e Liviu, partecipa al suo secondo Challenge, stavolta in veste di tutor. Ripetono in coro i ragazzi: "Siamo rimasti entusiasti del Camp, un'avventura positiva e divertente, che ha saputo stimolare la nostra creatività e il nostro spirito d'innovazione. Tanto che avremmo voluto concorrere ancora!" Liviu, in particolare, pone l'accento sul team-working "è una bella opportunità per i giovani, coinvolti in prima persona in un progetto di una certa sostanza, in contatto diretto con aziende di primo piano. Non avevo mai lavorato in gruppo, e durante i challenge ho scoperto e messo alla prova le mie capacità in questo senso. Io e gli altri ragazzi abbiamo imparato il gioco di squadra, vincendo la timidezza ed esponendo le nostre idee di fronte a dei professionisti": non è un caso che il loro progetto si sia guadagnato la medaglia d'argento. Andrea, invece, parla della sua nuova responsabilità: "Più che un tutor, mi considero uno del team! I ragazzi si stanno dando molto da fare: discutono, propongono, agiscono, sviluppano - anzi, sviluppiamo - tutti insieme le idee con grinta e determinazione. E questo mi fa davvero piacere."

Guarda questo video:

http://y2u.be/Qs1rsF1_mOY



Arte, tradizione e creatività

Junior Achievement è partner strategico nel progetto europeo **Student Company** con **Unisco**, associazione no profit per lo sviluppo del territorio pugliese, e la **Provincia di Treviso**: destinatari del programma sono studenti baresi con problematiche sociali o familiari, iscritti a un corso di obbligo formativo.

Con questo progetto, i ragazzi di JA e Unisco hanno svolto un percorso per l'inserimento attivo nel mondo del lavoro, per l'autoconsapevolezza e lo sviluppo delle competenze, per l'orientamento. Per riprendersi in mano il futuro.

I giovani imprenditori della mini-impresa dal nome Remember sono ragazzi che hanno abbandonato la scuola e hanno successivamente scelto di intraprendere un percorso alternativo triennale e professionalizzante. **Tiziana Scruci**, orientatrice professionale e formatrice, spiega: "Un'utenza spesso bollata con il pregiudizio di essere svogliata e abulica. In realtà questa esperienza testimonia la loro motivazione e impegno: anche le ipotetiche difficoltà iniziali, come l'apprendimento dei concetti teorici d'impresa, così lontani dalla quotidianità degli studenti, sono state brillantemente superate; utile si è rivelato soprattutto il bilancio di competenze." "Sono ragazzi sorprendenti", afferma l'insegnante, che ha preferito "lasciare loro la libertà, anche la libertà di fare errori: quando mi accorgevo di un passo falso, non

li frenavo, di modo che ne sperimentassero il significato; poi, insieme, abbiamo recuperato."

Con il progetto Remember, l'intento è stato quello di riportare in vita una tradizione locale ormai in disuso: il ricamo, in linea con l'individuazione del nuovo distretto della moda nella regione. "I ragazzi hanno realizzato i loro articoli a mano, con la tecnica del punto croce integrata dall'utilizzo di altri materiali: dalle bavette agli asciugamani, dai segnalibri ai biglietti d'auguri, fino ai quadretti decorativi, i prodotti sono stati messi in commercio, personalizzabili e dal costo accessibile. E devo dire che il riscontro è stato positivo! D'altra parte, quando li si osserva, inevitabilmente riaffiorano alla memoria ricordi lontani."

Come è noto, il mercato del "Made in Italy" viene penalizzato dalla perdita delle sue maestranze qualificate e dalla lenta ma inesorabile scomparsa dei mestieri artigianali, tramandati di generazione in generazione.

E allora antico e moderno si fondono in Remember JA: dopo la vendita dei titoli azionari per la start-up, i ragazzi, imprenditori artigiani, non si sono fatti mancare la promozione on-line, ma non hanno certo rinunciato al passaparola tradizionale e alla vetrina delle fiere espositive. Con un obiettivo: crescere, coinvolgendo sempre più persone, conquistando un mercato sempre più ampio. Perché "la motivazione è forte: gli studenti

erano quasi increduli di fronte al successo ottenuto, un successo in cui non speravano. Nonostante la timidezza e la sfiducia dei primi tempi, sono stati sostenuti e ispirati dall'entusiasmo crescente intorno ai loro articoli, e si sono sentiti gratificati dall'offerta di un prodotto unico. Non a caso, il bilancio è sempre stato in attivo: un motivo di grande soddisfazione per loro."

I progetti di imprenditorialità di JA, continua la docente, "hanno il merito di promuovere tra i giovani un'apertura tangibile di mentalità, con una finestra sulla responsabilità del lavoro estranea al normale percorso di studi: i ragazzi si sperimentano sia come imprenditori, azionisti e membri del Consiglio di Amministrazione, sia come collaboratori, e toccano con mano il proprio futuro professionale. Così acquistano anche la cognizione del valore del denaro e

delle logiche di mercato: già la semplice gestione della cassa è un momento di crescita, in cui matura la fiducia reciproca all'interno del gruppo classe."

Tiziana Scruci si occupa da tempo di minori e di obbligo formativo, in qualità di docente e di tutor, e con Unisco collabora da quattro anni: "Sono stata subito attratta dal progetto perché creare un'impresa, in fondo, è come creare un gruppo", spiega. "Per me è un'esperienza motivante, in cui mi rendo conto di come cambiano costantemente i ragazzi adolescenti; un cambiamento stupefacente e quotidiano, che nasce dal loro impegno: mi piace poter essere al loro fianco mentre è in atto."

Visita il sito di questa iniziativa:
studentcompany.provincia.treviso.it



Quanta differenza può fare la scuola

Junior Achievement può contare sulla collaborazione di un vivace network di ex-studenti attivo nella promozione dell'imprenditorialità tra i giovani.

Davide Coppaloni, classe 1988, studente universitario e lavoratore, racconta il suo impegno, dopo aver svolto a scuola con i compagni di classe un'esperienza che ha lasciato il segno: il progetto di business denominato "Vision" e l'inaspettata collaborazione con i Giovani Imprenditori di Assolombarda che ha consentito di depositare un brevetto, sotto il segno di **Impresa in azione**.

"Ho iniziato a collaborare con Junior Achievement nel 2007, offrendo il mio sostegno all'organizzazione e alla gestione degli eventi, affiancando le scuole partecipanti. Dal 2008, ho avuto il primo contatto con la dimensione europea. A Milano, abbiamo infatti organizzato il nostro primo meeting internazionale denominato **Nice Inside**, un articolato workshop di 4 giornate per sviluppare una nuova visione di leadership, tra etica ed estetica.

È stata un'occasione formativa senza precedenti, che ci ha permesso di entrare in relazione con manager e imprenditori di alto spessore (ricordo Elena Zambon, presidente di Zambon Company). Ma soprattutto ci ha permesso di relazionarci con più di 70 coetanei provenienti da diversi Paesi europei. È da allora che abbiamo deciso di affiancare JA per creare una rete di ambasciatori, entusiasti dell'esperienza svolta a scuola, che potessero ispirare un numero sempre maggiore di giovani verso l'imprenditorialità."



Davide Coppaloni

Anche Emanuele Davenia, classe 1989, come Davide, è un ambasciatore di JA. Una laurea in tasca in Comunicazione d'Impresa e un'agenzia di animazione tutta sua, avviata autonomamente dopo aver maturato una certa esperienza nel far divertire grandi e bambini durante gli anni della scuola e dell'università.

A spingerlo verso la strada imprenditoriale, l'amicizia stretta con l'esperto d'azienda JA, conosciuto proprio durante il percorso a scuola. "Da **Impresa in azione** ho imparato soprattutto che le buone idee sono importanti, ma è ancora più importante creare un sistema di relazioni. Avere al proprio fianco persone capaci, critiche e positive, è indispensabile per acquisire coraggio ed evitare di commettere grossi errori."

Davide ed Emanuele oggi si definiscono **Big Brothers & Sisters**, cioè fratelli e sorelle maggiore dei ragazzi 17enni che stanno intraprendendo per la prima volta la strada della creazione d'impresa a scuola. Insieme ad altri 50 colleghi in diverse città italiane, lavorano a fianco degli insegnanti per tenere corsi, organizzare eventi locali, promuovere l'intercultura e prepararli alle competizioni di Junior Achievement.

Per altre storie visita il sito:
alumni.jaitalia.org

← Emanuele Davenia



Giovani & futuro

Nell'annus horribilis della disoccupazione in Italia, Junior Achievement sceglie la città di Siracusa per organizzare la prima edizione dell'Assise Nazionale **Giovani & Futuro**. Obiettivo: riunire voci autorevoli della politica, delle istituzioni, dell'economia e della scuola per formulare proposte concrete al fine di garantire alle nuove generazioni un adeguato livello di qualità della vita.

La recente crisi finanziaria ha, difatti, costretto i governi a ridisegnare i confini tra pubblico e privato anche in settori nei quali l'intervento pubblico è sempre stato predominante quali la scuola, l'università e la sanità. Nel nostro Paese ciò si è tradotto in un ridimensionamento della spesa pubblica per l'Education che era del resto già in atto e in controtendenza anche rispetto ad alcuni Paesi europei, non solo agli Stati Uniti, e in un ampliamento del

ruolo del welfare state sia nella sanità che nell'istruzione. I giovani sono la generazione che più sta pagando gli effetti di questa crisi.

“Le ultime ricerche hanno evidenziato un preoccupante esodo di energie, soprattutto giovanili dalle regioni del Sud d'Italia. È una tendenza che va contrastata al fine di favorire la completa espressione delle grandi potenzialità di sviluppo presenti nella società meridionale. È un obiettivo che va perseguito anche e soprattutto nella prospettiva nazionale e colgo l'occasione per ribadire che la crescita economica e civile del meridione deve essere percepita come una priorità da parte di tutti gli italiani.”

Si apre così, con i messaggi del Presidente della Camera **Gianfranco Fini** e, in video, dell'ex Ministro **Giorgia**



Meloni, il pomeriggio di confronto e idee sui giovani e il loro futuro.

Stefano Scabbio, Presidente JA, in un forte intervento introduttivo indica la necessità di “dare una forte personalizzazione ai percorsi degli studenti riducendo la non corrispondenza fra domanda specializzata di lavoro e l'offerta. Per questo è necessario investire in formazione professionale e, sul versante delle imprese, agire con una premialità fiscale, in particolare, prevedendo la defiscalizzazione degli oneri sociali per le aziende che assumo giovani.” Ma non basta. Aggiunge: “E' necessario sviluppare senso d'iniziativa e istituire ammortizzatori sociali moderni per sostenere la flessibilità.”

I lavori dell'Assise sono proseguiti fino a sera con una serie di focus di approfondimento di specifici aspetti dell'emergenza giovanile realizzati attraverso un incalzante faccia a faccia tra i conduttori - **Francesco Guidara** di CNBC e **Nino Amadore** de Il Sole 24 Ore e i molti ospiti per mettere a confronto le differenti voci e visioni del problema: quella politica e istituzionale, quella educativa, quella del mondo imprenditoriale e del lavoro, quello accademica e socio-economica.

Un innovativa proposta imprenditoriale è stata offerta da Libera Terra: “Un modello di impresa responsabile che riutilizza i terreni confiscati alla mafia creando business e lavoro. Dai prodotti biologici al turismo sostenibile: un



marchio che riunisce otto cooperative, 140 persone impiegate, 7 milioni di fatturato”, spiega **Francesco Galante**, Responsabile Comunicazione.

È da sottolineare il contributo dell'allora neo Presidente dei Giovani Imprenditori di Confindustria **Iacopo Morelli** nel focus dedicato alle aziende: “I posti di lavoro non si creano per decreto. Ecco perché le tre priorità del nostro programma sono legalità, investimento in risorse umane e creazione di infrastrutture. Anche noi – come i giovani che ci hanno preceduto che hanno ricostruito l'Italia dopo il secondo conflitto mondiale – abbiamo una grande responsabilità: dimostrare, attraverso un banco di prova (ogni generazione ha il suo!), la nostra capacità e il nostro valore, per trasformare un'inevitabile sconfitta nella più straordinaria delle vittorie.”

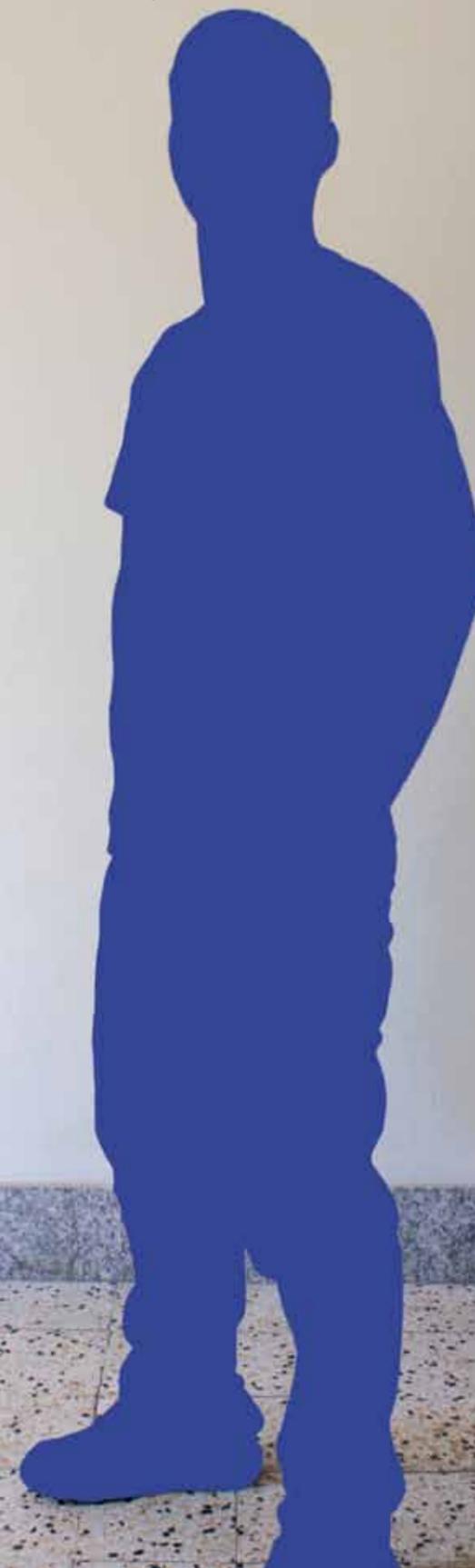
L'esito dell'Assise è tutto condensato nelle conclusioni di **Ivan lo Bello**: “La scuola è lo strumento attraverso cui si ridistribuiscono le ricchezze e le opportunità reali, perché consente a quanti non hanno mezzi economico-sociali e condizioni familiari adeguate di avere un ruolo nella società.”

- **Max Bruschi**, Consigliere dell'ex Ministro Gelmini
- **Miriam Cresta**, Direttore Generale Junior Achievement Italia
- **Carmela Floreno**, Prefetto di Siracusa
- **Francesco Galante**, Responsabile Comunicazione di Libera Terra Mediterraneo
- **Aldo Garozzo**, Presidente Confindustria Siracusa
- **Ivan Lo Bello**, Presidente Confindustria Sicilia
- **Silvano Moffa**, Presidente XI Commissione Lavoro Pubblico e Privato
- **Jacopo Morelli**, Presidente Giovani Imprenditori Confindustria
- **Stefania Prestigiacomio**, ex Ministro dell'Ambiente
- **Giulio Sapelli**, Docente di Storia Economica all'Università Statale di Milano
- **Stefano Scabbio**, Presidente Junior Achievement Italia e ManpowerGroup Italia e Iberia
- **Luigi Tivelli**, Consigliere Parlamentare

Conduttori:

Francesco Guidara, Caporedattore Class CNBC
Nino Amadore, Scrittore e giornalista Il Sole 24 Ore

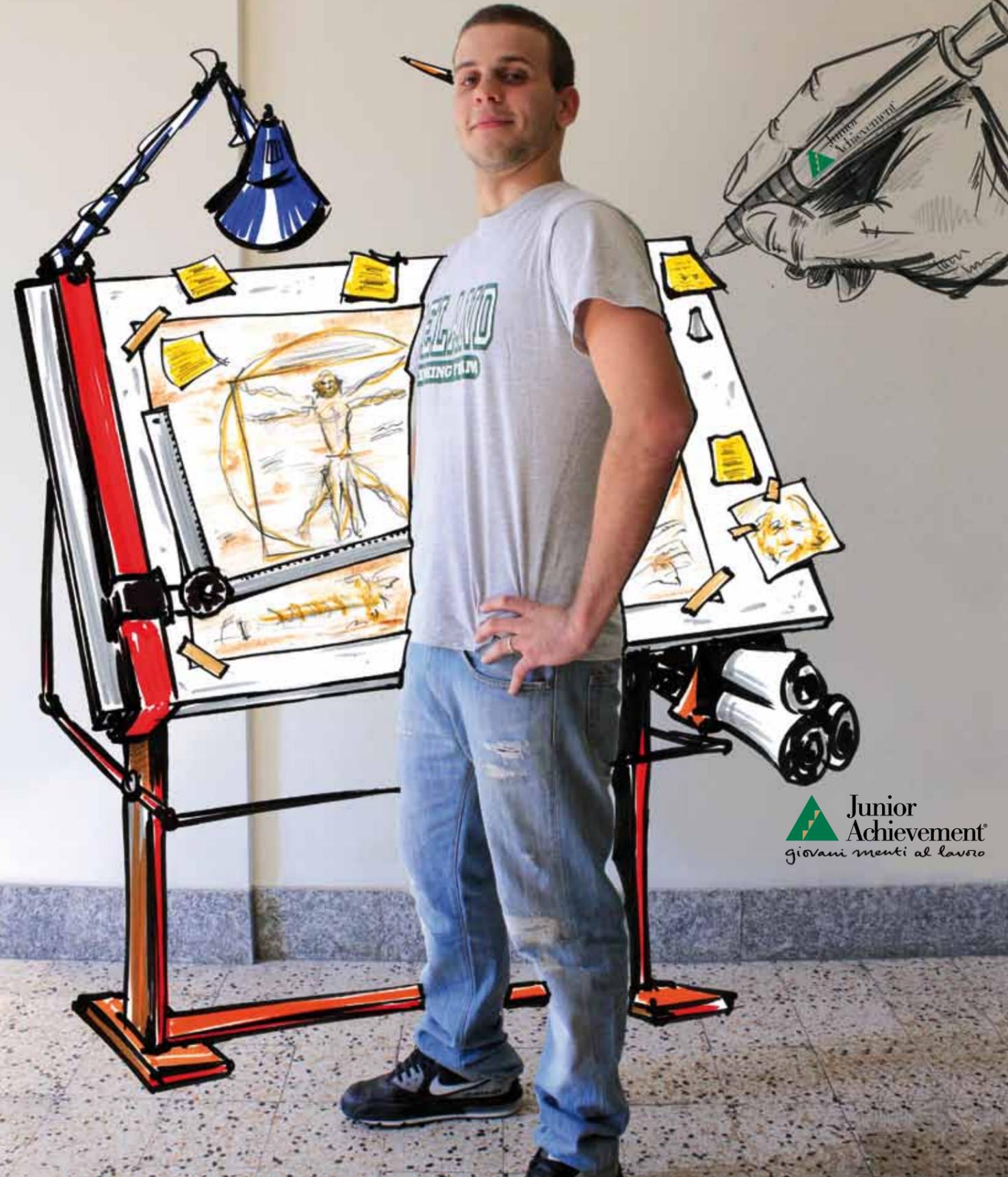
Partner per la scuola



X-Factor



Biz Factory





Investi nei giovani e loro faranno il resto

I ragazzi che oggi riempiono le aule scolastiche sono i cittadini, i lavoratori, i consumatori di domani. Per questo è importante affiancarli nello sviluppo delle loro potenzialità, orientarli e ispirarli nella realizzazione del loro futuro personale e professionale. Per un'azienda è dunque fondamentale saper interloquire con la scuola, istituzione che svolge un ruolo impareggiabile nel formare attitudini, competenze, cultura.

Junior Achievement sviluppa partnership con aziende sensibili al tema della formazione delle giovani generazioni e pronte a investire in progetti per la comunità locale. Promuovere l'educazione economica e imprenditoriale tra i più giovani è ancora un investimento di nicchia, ma che ha in sé un enorme potenziale di sviluppo, considerata l'attenzione che i governi e il clima politico europeo concedono a questo tema.

Un intervento educativo nella scuola consente di:

- Aprire un canale di comunicazione privilegiato, trasparente e affidabile con la scuola, i giovani e le loro famiglie
- Offrire una didattica in grado di sviluppare conoscenze e competenze in linea con le proprie esigenze di selezione
- Coinvolgere i propri dipendenti in un inedito percorso di sviluppo e formazione interaziendale in orario lavora-

“L'investimento in education è un'assunzione di responsabilità nei confronti della società. Non ha certo un payback immediato per l'azienda, se non in termini di reputation. Il pubblico potrà apprezzare tanto più l'azienda sapendo che non è fatta solo di prodotti, sistemi e soluzioni tecniche, ma anche di persone responsabili nei confronti dell'attività lavorativa e della società nel suo complesso.”

Barbara Frey
Amministratore Delegato di ABB Italia

tivo, capace di rinforzare le competenze trasversali e la coesione con i colleghi

- Attirare, trattenere e motivare i talenti migliori, creare senso di appartenenza e rafforzare l'adesione alla mission aziendale

L'esperienza maturata a livello internazionale e quella oramai decennale in Italia mette a disposizione diverse opportunità di partecipazione di facile attuabilità e che tengono conto delle logiche produttive e di efficienza alle quali le organizzazioni non possono venire meno.

La partecipazione di un'azienda alle proposte educative di Junior Achievement si riassume in:

- Orientamento professionale
- Innovazione nella didattica

Orientamento professionale

- Sviluppare le competenze chiave per l'occupabilità
- Incoraggiare le attitudini imprenditoriali
- Comprendere l'organizzazione aziendale, i ruoli e le responsabilità
- Conoscere il mercato del lavoro e le prospettive occupazionali
- Presentarsi e saper valorizzare i propri punti di forza

In concreto:

- ▶ Insegnante per un giorno: coinvolgere i propri dipendenti in un'esperienza di insegnamento a scuola, supportati da adeguati materiali didattici
- ▶ Innovation & Creativity Camp: affidare ai giovani lo sviluppo di una strategia aziendale, aprendo eventualmente la propria sede per due giorni
- ▶ Mentoring agli studenti-imprenditori: affiancare una classe nella gestione di una mini-impresa, dall'ideazione di un prodotto o servizio alla sua commercializzazione

Innovazione nella didattica

- Proporre nuovi metodi e strumenti per l'insegnamento
- Arricchire il curriculum scolastico con temi concreti e di attualità
- Favorire il confronto con il mondo aziendale
- Facilitare il contatto con altre realtà scolastiche europee

In concreto:

- ▶ Esperti d'azienda: coinvolgere i propri dipendenti in un percorso variabile da 2 a 4 incontri a scuola, supportati da adeguati materiali didattici e multimediali
- ▶ Giuria: valutare le idee degli studenti nel corso di business plan competition, fiere, elevator pitch, business game
- ▶ Programmi didattici: partecipare ai programmi didattici proposti oppure sostenere la realizzazione di nuove iniziative





Nel 2010/2011 hanno partecipato come volontari, **430 esperti d'azienda**, contribuendo a donare alla scuola più di **8.832 ore lavorative**.

La loro età media è di **38 anni**. Il **39%** è **donna** e il **45%** ha già partecipato in passato a un'esperienza di volontariato con JA.

Guarda questo video:

<http://y2u.be/oxiQ3JbAiA4>



Esperti d'azienda: gli ingredienti del nostro successo

Chiedete a uno studente che ha partecipato ai programmi di Junior Achievement qual è il ricordo più importante dell'esperienza: nel 75% dei casi vi risponderà "l'esperto d'azienda."

Gli esperti d'azienda sono impiegati, imprenditori, banchieri, manager, tecnici che scelgono di mettere gratuitamente a disposizione della scuola conoscenze, abilità, esperienze e tempo - un patrimonio inestimabile anche per lo sviluppo del sistema educativo, della collettività e dell'economia.

Per molti studenti, l'esperto d'azienda rappresenta il primo professionista che incontrano e con cui possono relazionarsi per un periodo variabile da poche ore a più incontri in classe, a volte per mesi. Dal top management di una grande azienda al giovane impiegato, svolge un ruolo di mentore: offre idee e strumenti per affrontare con maggiore consapevolezza la sfida di diventare grandi e contribuisce, al contempo, a chiarire ed elevare le aspirazioni professionali.

Ma si tratta di una situazione win-win.

Uscire dal proprio ruolo e ambiente abituale, entrare in una scuola e confrontarsi con studenti dai 6 ai 19 anni richiede all'esperto d'azienda uno sforzo di adattamento che si traduce nell'acquisizione di nuove competenze che vengono a loro volta trasferite anche sul posto di lavoro.

Una recente indagine condotta in Gran Bretagna per conto della **Education and Employers Taskforce** ha fornito un'indicazione delle **competenze personali soggette a rafforzamento in seguito alla partecipazione a un'esperienza di volontariato**: comunicazione, incluse abilità di comunicare in pubblico e ascolto attivo, capacità di aiutare gli altri identificando obiettivi di crescita personali e valutando le performance, adattabilità ed efficacia in diverse situazioni e con diversi compiti, doti di negoziazione e assertività, capacità di gestire i conflitti e risolvere i problemi.

Si tratta di competenze comunemente considerate come importanti punti di riferimento per valutare le proprie persone e per elaborare programmi di formazione e sviluppo volti al loro potenziamento.

Le nostre persone



I have a dream



I have a dream - team



Più di 3 milioni di studenti in Europa, 9,8 milioni nel mondo. Questi sono i numeri che raggiungiamo ogni anno grazie al network Junior Achievement Worldwide, la più antica e vasta organizzazione non profit per l'Education, fondata oltre un secolo fa e oggi attiva in 123 Paesi nel mondo (39 in Europa) grazie al lavoro e alla passione di più di 400.000 insegnanti e 380.000 volontari d'azienda.



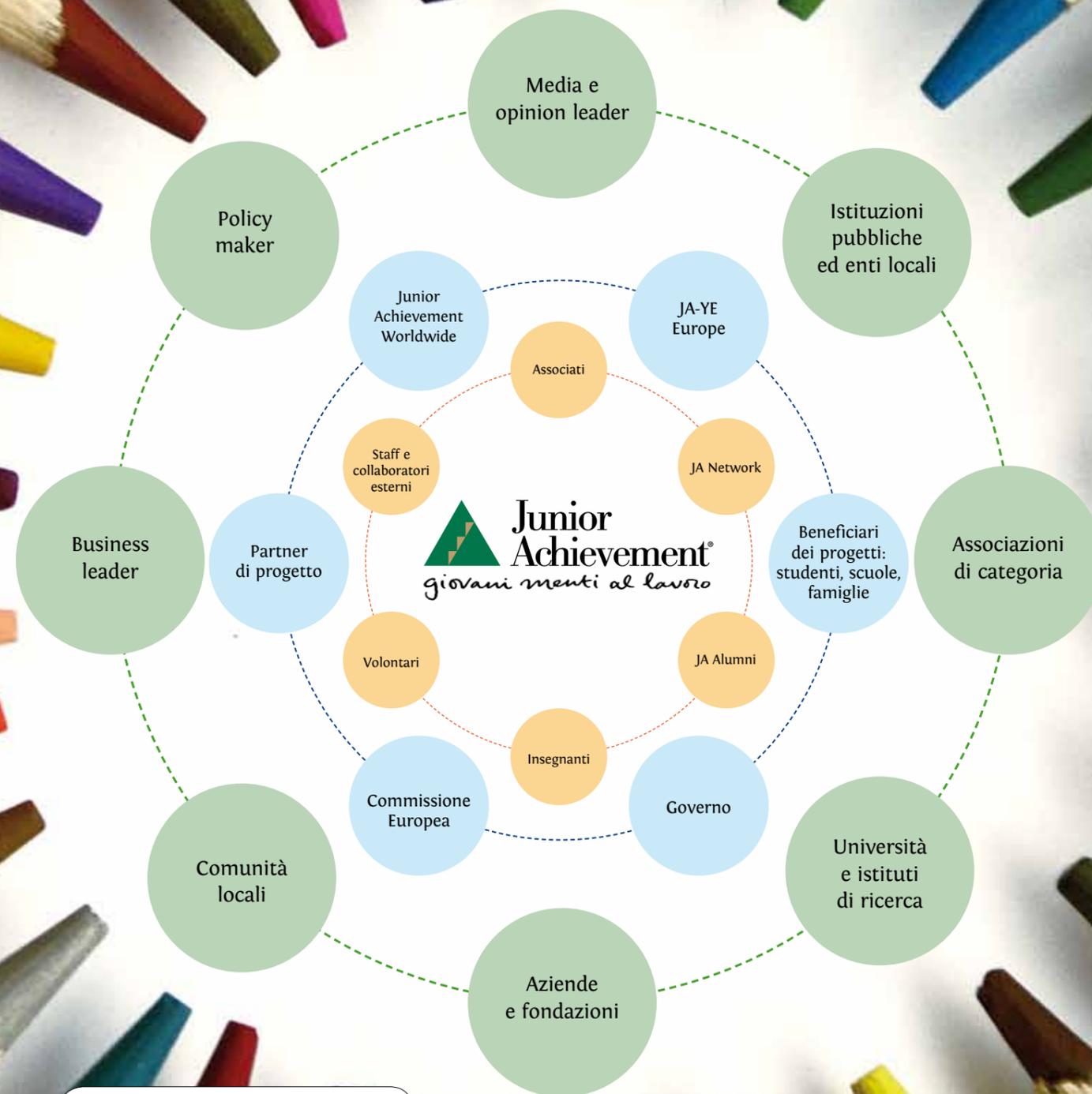
Il successo delle giovani generazioni è un obiettivo che si persegue solo con uno scrupoloso lavoro di squadra.

La nostra forza è saper dialogare con molteplici interlocutori e combinare le risorse che ognuno di loro può offrire. È ascoltando i suggerimenti dei giovani, della scuola, delle aziende che riusciamo a proporre esperienze didattiche efficaci e innovative.



Questo dialogo si sviluppa attraverso innumerevoli incontri, workshop, riunioni e il confronto continuo tra il nostro staff e le reti di docenti, partner locali, alumni, aziende. Partecipiamo inoltre a gruppi di studio nazionali e internazionali sulle politiche giovanili e il volontariato nella comunità.

MAPPA DEGLI STAKEHOLDER



- PRIMARI INTERNI
- PRIMARI ESTERNI
- SECONDARI

JA Teacher Network

È la vivace community composta da **689** docenti italiani che collabora nella promozione e nel coordinamento dei nostri programmi a livello locale. Attraverso il passaparola coinvolge colleghi e nuovi istituti, offrendo formazione, supporto e conoscenze.

Diffonde la nostra mission nel corso di convegni, incontri istituzionali e sui media. Si tratta perlopiù di docenti di economia aziendale o materie tecniche di indirizzo (per la scuola superiore), italiano o matematica (nelle scuole primarie o secondarie di primo grado).



JA Network

È la rete dei partner che localmente promuovono e gestiscono i nostri programmi. Costituita come comitato nel 2007, sostiene e diffonde la nostra mission tra le scuole del territorio, coinvolge istituzioni e imprenditori, si attiva per la raccolta fondi e la creazione di nuove alleanze strategiche.

Fanno parte di JA Network 7 organizzazioni territoriali: Unisco di Bari, Consulta di Potenza, IGS Campania di Napoli, Assefi di Pisa, Struttura Valle d'Aosta di Aosta, Vedogiovane di Novara, Città dell'Impresa di Cagliari.



JA Alumni

Costituito nel 2007, è il gruppo che riunisce i nostri ex-studenti e che promuove iniziative ed esperienze a sostegno dell'innovazione, della leadership, del networking e dello spirito imprenditoriale dei giovani, offrendo l'opportunità ai suoi membri di entrare in contatto con manager e imprenditori di respiro internazionale.

Partecipano a questa esperienza 50 ragazzi tra i 19 e i 25 anni di diverse città italiane.

Comitato Strategico

Costituito nel 2011, è composto da una rappresentanza delle aziende partner e ha il compito di tracciare la strada per una crescita efficace e sostenibile delle attività.



Staff e collaboratori esterni

Lo staff è composto da 5 persone, di cui 3 assunte con un contratto a tempo indeterminato e 2 con collaborazione a progetto, che seguono regolarmente iniziative di formazione, aggiornamento professionale, percorsi individuali di coaching e counselling.

Le attività di formazione vengono definite sulla base di un colloquio individuale di orientamento e definizione degli obiettivi, a cui fa seguito un incontro di valutazione. Annualmente lo staff partecipa a una giornata motivazionale per la discussione e il confronto su tematiche inerenti lo sviluppo dell'organizzazione. Mensilmente tiene "sessioni di creatività" (interne o allargate ai collaboratori esterni) per il problem solving e per aggiornare le proprie proposte didattiche con metodi e contenuti innovativi.

Di conoscenze ed esperienze professionali diverse, sono in grado di affrontare sia gli aspetti educativi e di creatività relativi allo sviluppo dei progetti didattici, coordinamento e valutazione finale, la partecipazione a progetti internazionali e l'organizzazione di eventi e competizioni, sia gli ambiti di gestione, comunicazione e marketing.

Lo staff si avvale, inoltre, di una rete di collaboratori esterni: **ricercatori, visual designer, illustratori, registi, amministratori.**



L'impatto economico

Il Consiglio di Amministrazione e l'Assemblea degli Associati

Junior Achievement è un'associazione senza scopo di lucro non riconosciuta.
L'Assemblea dei Soci è l'organo sovrano a cui spettano le decisioni fondamentali per la vita dell'associazione e le delibere economico-finanziarie.

L'Assemblea nomina il Consiglio di Amministrazione, formato da almeno tre soci, che resta in carica per tre anni con possibilità di essere rieletto. Il Consiglio di Amministrazione, a sua volta, elegge il Presidente (che è anche il legale rappresentante), il Tesoriere e il Segretario.

Il ruolo tecnico è affidato a un Direttore Generale supportato da alcuni collaboratori.

Stefano Scabbio (Presidente) - *Amministratore Delegato ManpowerGroup Italia e Iberia*

Elisabetta Pizzini Gay (Tesoriere) - *EMEA Regional Director GE*

Massimiliano Bianchi - *Partner Clifford Chance*

Lavinia Borea - *Relazioni Esterne Credit Suisse*

Alberta Brusi - *Chief of Staff City Italy*

Graziella Gavezotti - *Amministratore Delegato Edenred*

Gian Francesco Imperiali - *Presidente ABB*

Rodolfo Landini - *Senior Partner Accenture*

Miriam Cresta - *Direttore Generale Junior Achievement Italia*

Rendiconto economico 2010/2011

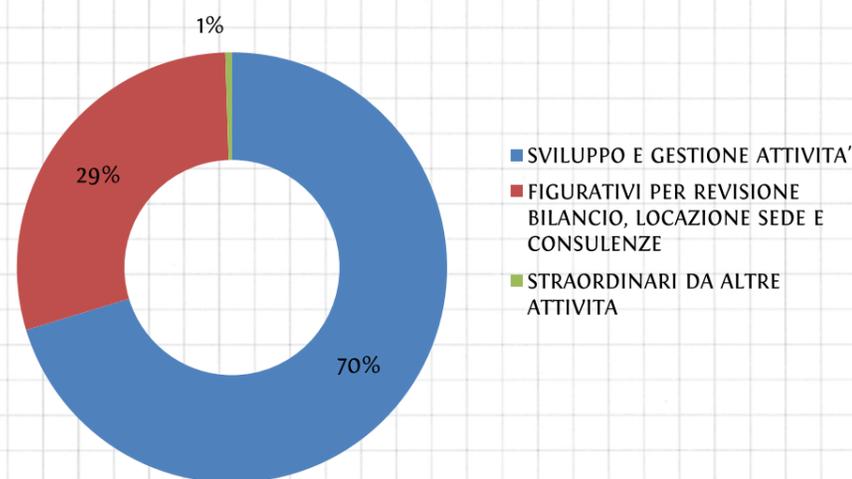
Il seguente rendiconto è predisposto considerando il periodo dal 1 luglio 2010 al 30 giugno 2011 ed è realizzato in conformità alle disposizioni riguardanti le organizzazioni non lucrative di utilità sociale, contenute nel D.lgs.460/97 e alle raccomandazioni della Commissione aziende non profit del Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti.

Il rendiconto sull'attività svolta nell'anno 2010/11 è redatto a sezioni contrapposte ed evidenzia essenzialmente i ricavi

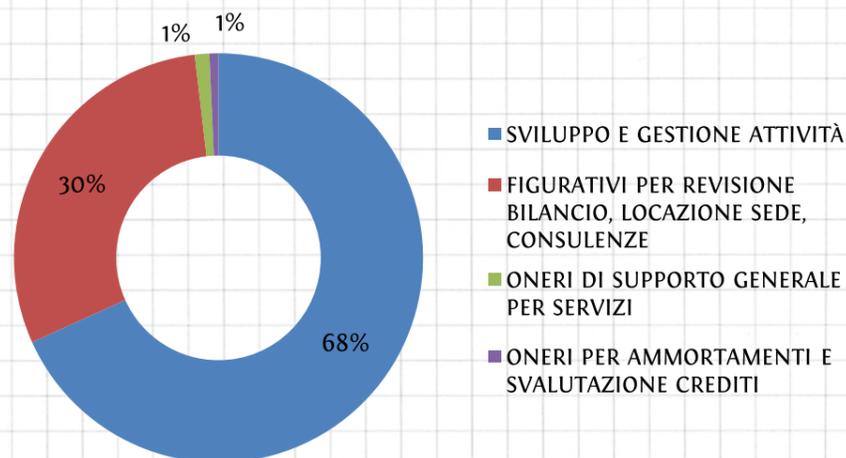
e i costi da raccolta fondi nelle diverse aree gestionali di intervento dell'Associazione.

Il bilancio di Junior Achievement è soggetto alla revisione contabile a cura di PriceWaterhouse Coopers Spa. L'Associazione chiude l'anno finanziario 2010/11 con un risultato in utile pari a € 15.992

PROVENTI

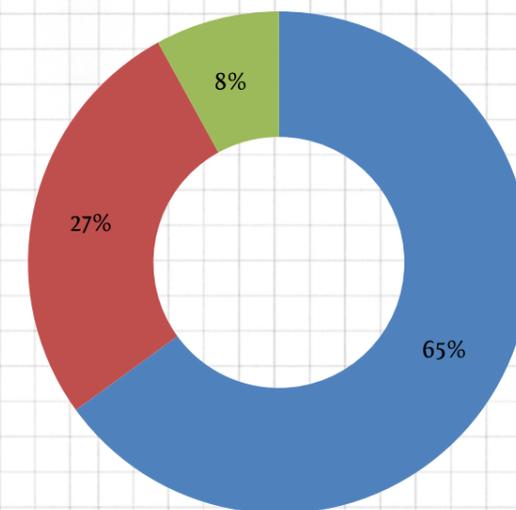


ONERI



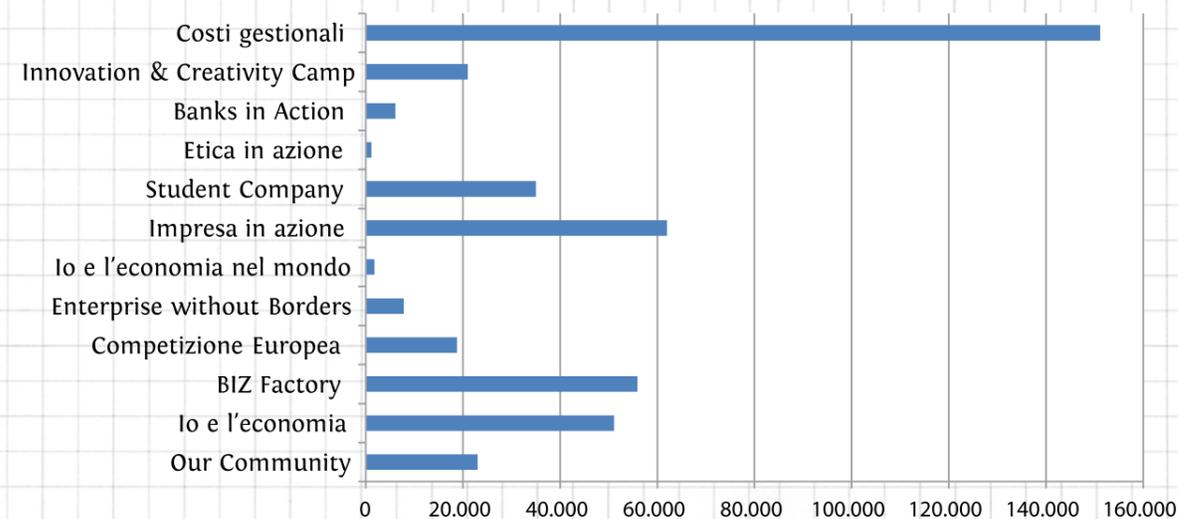
Nel grafico a lato gli oneri sono stati riclassificati mettendo in evidenza le voci di costo di gestione dell'Associazione più significative.

■ GESTIONE PROGRAMMI
■ COSTO PERSONALE
■ ONERI DI FUNZIONAMENTO



Per quanto riguarda l'area "gestione programmi" è stata realizzata una rendicontazione specifica per ciascun progetto che tenga conto anche del relativo costo-persona ad esso attribuibile attraverso i dati forniti dalla rendicontazione mensile dell'impegno temporale dei dipendenti.

PROGRAMMI DIDATTICI



Junior Achievement Italia
Via Rossini 6/8
20122 Milano
T 02 230039100
F 02 230038150

info@jaitalia.org
www.jaitalia.org



