

The logo features a stylized orange figure with arms raised, resembling a person or a plant, positioned to the left of the text. The text 'Green Up' is in a bold, green, sans-serif font, and 'Yourself' is in a bold, orange, sans-serif font. A green leaf is integrated into the end of the word 'Yourself'.

Green Up Yourself

Esigenze formative in materia di
competenze green e imprenditorialità per
la popolazione giovanile rurale europea



empleo e
inclusión social



Co-funded by
the European Union

1. INTRODUZIONE	3
2. OBIETTIVI DEL PROGETTO	4
3. METODO	4
4. ULTIMI SVILUPPI	5
4.1. GREEN JOBS IN EUROPA. ORIGINE E DEFINIZIONE.....	5
4.2. OPPORTUNITÀ PER L'IMPRENDITORIALITÀ GREEN TRA I GIOVANI EUROPEI NELLE AREE RURALI	6
4.2.1. IMPRENDITORIALITÀ TRA I GIOVANI EUROPEI.....	6
4.2.2. IMPRENDITORIALITÀ GREEN E GIOVANILE NELLE AREE RURALI.....	9
4.3. NECESSITÀ DI FORMAZIONE PER I GREEN JOBS E PER L'IMPRENDITORIALITÀ ...	10
5. RISULTATI	12
5.1. NICCHIE OCCUPAZIONALI GREEN E OPPORTUNITÀ DI FORMAZIONE.....	12
5.1.1. NICCHIE OCCUPAZIONALI GREEN NELL'AMBITO DELLA RIDUZIONE DEI RISCHI CONNESSI AL CLIMA E AI CAMBIAMENTI CLIMATICI.....	13
5.1.2. NICCHIE OCCUPAZIONALI GREEN NEL CAMPO DELLA BIODIVERSITÀ.....	14
5.1.3. NICCHIE OCCUPAZIONALI GREEN TRASVERSALI	15
5.1.4. OFFERTA FORMATIVA RELATIVA ALL'ACCESSO ALLE NICCHIE OCCUPAZIONALI E ALL'IMPRENDITORIALITÀ GREEN.....	16
5.2. SELEZIONE DI BUONE PRATICHE IMPRENDITORIALI	17
5.3. BISOGNI FORMATIVI E OPPORTUNITÀ GREEN PER I GIOVANI RURALI.....	18
5.3.1. BISOGNI FORMATIVI DEI GIOVANI CHE VIVONO IN AREE RURALI PER L'ACQUISIZIONE DI COMPETENZE GREEN E IMPRENDITORIALI	18
5.3.2. SERVIZIO RICHiesto DALLA POPOLAZIONE GIOVANILE RURALE IN RELAZIONE ALLA FORMAZIONE NECESSARIA AD ACCEDERE AL MONDO DEL LAVORO E ALL'IMPRENDITORIALITÀ GREEN	27
5.3.3. LA NECESSITÀ DI PROMUOVERE L'OCCUPAZIONE E L'IMPRENDITORIALITÀ GREEN TRA I GIOVANI RURALI	31
6. CONCLUSIONI	39
7. RACCOMANDAZIONI PER IL SODDISFACIMENTO DEI BISOGNI FORMATIVI DEI GIOVANI RURALI	40
ALLEGATO I: FORMAZIONE IN MATERIA DI IMPRENDITORIALITÀ GREEN E GREEN JOBS	48
ALLEGATO II: SELEZIONE DI BUONE PRATICHE DI IMPRENDITORIALITÀ GREEN	50

GREEN UP YOURSELF
Progetto Erasmus+;
2022-2-ES02-KA220-YOU-000096446



Il progetto Green Up Yourself è cofinanziato dal programma Erasmus+ dell'Unione Europea. Il contenuto di tale presentazione è di esclusiva responsabilità della partnership e né la Commissione Europea né l'Agenzia Nazionale Spagnola sono responsabili dell'utilizzo che può essere fatto delle informazioni in esso contenute.

1. INTRODUZIONE

Il progetto Green Up Yourself è parte del programma "Erasmus +". L'obiettivo principale del progetto è quello di **promuovere l'imprenditorialità e l'occupabilità dei giovani che vivono nelle aree rurali dell'Unione Europea (UE).**

Il progetto mira a sviluppare un programma formativo volto a incentivare l'occupabilità di tali giovani nei green jobs e la loro imprenditorialità sulla base dei risultati di un'ampia ricerca illustrati nella presente relazione.

Pertanto, l'obiettivo del presente studio è quello di individuare i bisogni formativi della popolazione giovanile rurale, in relazione a quanto descritto nel quadro europeo per le competenze in materia di sostenibilità (GreenComp) e in quello per le competenze imprenditoriali (EntreComp), raccogliere le migliori pratiche sull'imprenditorialità green e individuare le nicchie occupazionali green all'interno di ciascun Paese partecipante.

Il progetto, coordinato dalla Spagna attraverso la Fondazione Santa María la Real (FSMLR), vede la partecipazione di cinque enti coinvolti nella raccolta delle informazioni ottenute e situati in diversi Stati membri dell'UE in cui è stata condotta la ricerca, quali Cipro (CARDET)¹, Slovenia (STEP)², Grecia (iED)³, Italia (CIAPE)⁴, Macedonia del Nord⁵ (LAG)⁶.

Il secondo capitolo del presente documento definisce gli obiettivi del progetto, mentre il terzo capitolo descrive il metodo adottato. Il quarto capitolo illustra gli ultimi sviluppi riguardo l'occupazione e l'imprenditorialità dei giovani rurali nell'ambito dei green jobs e gli attuali bisogni formativi; il quinto capitolo evidenzia i risultati ottenuti, suddividendoli in tre paragrafi; il sesto capitolo termina con le conclusioni principali emerse dalla ricerca e, infine, l'ultimo capitolo contiene le raccomandazioni da considerare per lo sviluppo del programma formativo.

¹ Centre for Advancement of Research and Development in Educational Technology LTD-CARDET.

² STEP Institut, zavod za psihologijo dela in podjetnistvo.

³ Institute of Entrepreneurship Development.

⁴ CIAPE - Centro Italiano per l'apprendimento permanente.

⁵ Secondo il Consiglio dell'Unione Europea, la Macedonia del Nord è in fase di adesione all'UE e gode dello status di Paese candidato da dicembre 2005. <https://bit.ly/471a4zz>

⁶ LAG Agro Lider Krivogastani.

2. OBIETTIVI DEL PROGETTO

L'obiettivo generale del progetto Green Up Yourself è quello di "incentivare l'imprenditorialità e l'occupabilità dei giovani che vivono nelle aree rurali dell'Unione Europea attraverso la formazione sulle competenze green e imprenditoriali, nonché attraverso la promozione dell'imprenditorialità green".

Nello specifico, la presente relazione intende rispondere all'**Obiettivo Specifico 1**, che mira a "**identificare i bisogni formativi, le nicchie occupazionali green e le buone pratiche relative all'occupazione green nell'Unione Europea**", al fine di sviluppare un modulo formativo dedicato ai giovani che vivono nelle aree rurali e promuovere l'occupabilità e l'imprenditorialità green di quest'ultimi nell'UE.

Il programma formativo si baserà sulla presente ricerca che include gli "ultimi sviluppi" relativi ai green jobs e all'imprenditorialità all'interno dei sei Stati coinvolti, membri dell'UE. Esso, inoltre, contribuirà a definire i contenuti che dovrebbero caratterizzare le unità di apprendimento del programma formativo stesso e porrà in risalto le iniziative originali relative ai green jobs e all'imprenditorialità.

3. METODO

Al fine di raggiungere tale obiettivo, è stato adottato un **metodo misto**, costituito da tecniche differenti che combinano l'esame delle fonti secondarie a metodi qualitativi e quantitativi, suddivisi nelle seguenti fasi:

1. Fase di revisione delle fonti secondarie:

In primo luogo, è stato condotto uno studio preliminare sulla situazione attuale dell'occupazione green in Europa e sulle caratteristiche imprenditoriali dei Paesi partner del progetto. Infine, è stata effettuata una revisione della letteratura riguardo le opportunità offerte dall'imprenditorialità green, giovanile e rurale. In totale, sono stati revisionati **83 riferimenti bibliografici**. In secondo luogo, dopo tale revisione, **sono state individuate le nicchie occupazionali green emergenti e le tipologie di formazione utili ad accedervi, che sono state successivamente integrate con le informazioni ricavate dalle interviste.**

2. Fase di selezione delle migliori pratiche:

Gli enti coinvolti nel progetto hanno selezionato un totale di **68 buone pratiche di green business**⁷, tra cui sono state esaminate le iniziative promosse dai giovani e/o realizzate nelle aree rurali.

3. Fase di analisi quantitativa:

Dopo aver analizzato il contesto dell'occupazione giovanile e rurale e dell'imprenditorialità green all'interno dei sei Stati membri dell'UE che partecipano al progetto, sono stati implementati i metodi quantitativi, **attraverso la realizzazione di 4**

⁷ Secondo la definizione dell'OIL (2016), si parla di "green business" quando un'impresa si occupa di una o più delle seguenti attività: incrementare l'efficienza del consumo di energia e di materie prime, contribuire a limitare le emissioni di gas serra, ridurre al minimo i rifiuti e l'inquinamento, contribuire alla protezione e al recupero degli ecosistemi.

indagini relative a profili differenti, coinvolgendo un totale di 430 partecipanti: 322 giovani che provengono da aree rurali⁸, 14 aziende che operano nei settori green, 71 professionisti che lavorano con i giovani e con la popolazione rurale, e 23 professionisti della pubblica amministrazione e del terzo settore⁹.

4. Fase di analisi qualitativa:

Al fine di approfondire le informazioni precedentemente acquisite, nel corso di tale fase sono state realizzate **32 interviste**: 12 rivolte ai giovani provenienti dalle aree rurali, 11 ai professionisti che lavorano con tali giovani o che intendono lavorare nelle aree rurali e 9 alle aziende green le cui attività principali sono legate alla salvaguardia del pianeta.

5. Fase di analisi finale:

Infine, le informazioni acquisite attraverso i diversi metodi di ricerca sono state confrontate allo scopo di riprodurre l'analisi nel capitolo che illustra i risultati. In seguito, è stata redatta la presente relazione, che si conclude con una serie di raccomandazioni da seguire per lo svolgimento del modulo formativo presentato in seguito.

4. ULTIMI SVILUPPI

4.1. GREEN JOBS IN EUROPA. ORIGINE E DEFINIZIONE

L'intensificarsi degli effetti prodotti dal cambiamento climatico a livello globale ha generato un crescente impegno politico volto alla salvaguardia della biodiversità e all'interruzione del degrado ambientale. Nel 2015 è stato adottato a livello internazionale l'Accordo di Parigi, un trattato che si impegna a contenere e a ridurre l'innalzamento della temperatura media globale (Nazioni Unite, 2015). Da allora, **la riduzione del numero di emissioni di gas serra (GHG) è diventata una priorità per l'Europa**, che ha emanato vari regolamenti e direttive con l'obiettivo di orientare la transizione energetica verso un maggiore utilizzo delle energie rinnovabili, **impegnandosi a raggiungere la neutralità climatica entro il 2050** (Commissione Europea, 2019).

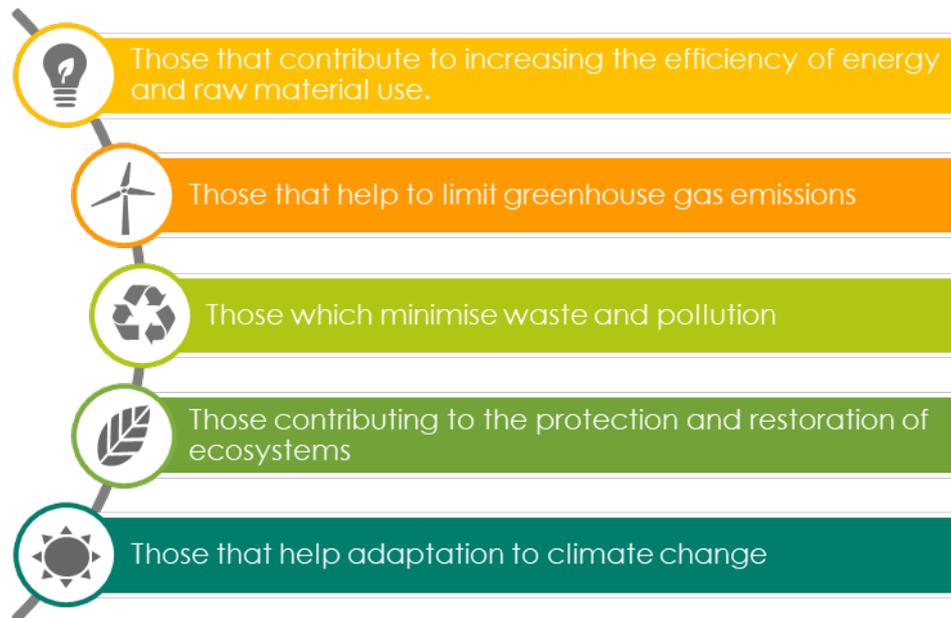
Negli ultimi due decenni, tale contesto ha determinato **lo sviluppo di nuovi posti di lavoro**, comunemente noti come **"green jobs"**, **finalizzati al raggiungimento di uno sviluppo più sostenibile**. Attualmente non esiste una definizione univoca di ciò che viene considerato un green job; esiste, però, una descrizione chiara delle attività che ne fanno parte. Istituzioni come l'Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL) e il Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente (UNEP) definiscono i green jobs come dei lavori che contribuiscono al

⁸ Per la selezione della popolazione rurale è stata impiegata la classificazione DEGURBA (DEGREE of URBANIZATION), che identifica i giovani che vivono nelle categorie 2 e 3, ovvero nelle aree a densità intermedia (dove meno del 50% della popolazione vive in celle rurali e meno del 50% in cluster ad alta densità) e nelle aree scarsamente popolate (dove più del 50% della popolazione vive in celle rurali) (Eurostat, 2022).

⁹ Nota: ciascun ente ha tradotto le indagini dall'inglese nella propria lingua nazionale, ad eccezione di Italia e Slovenia, dove le indagini sono state diffuse in inglese. Nel caso di Cipro, invece, sono state tradotte in greco.

raggiungimento di uno sviluppo sostenibile, ovvero quei **“lavori dignitosi che contribuiscono a salvaguardare e ripristinare l'ambiente”** (OIL, 2016:1). Essi possono appartenere sia ai settori tradizionali, come quello manifatturiero o edile, sia a settori nuovi ed emergenti, come quello dell'energia rinnovabile o dell'efficienza energetica (UNEP, 2008). Pertanto, **nell'ambito del progetto, sono stati considerati green jobs tutti quei lavori che, indipendentemente dal loro settore di appartenenza, consentono di svolgere una o più delle attività previste dall'OIL (2016), descritte nella Figura 1:**

Figura 1. Elenco dei green jobs



Fonte: elaborazione propria

A livello internazionale, **sono stati creati decine di milioni di green jobs che, secondo le previsioni, aumenteranno ulteriormente** (UNEP, 2011) generando potenzialmente fino a 24 milioni di posti di lavoro in tutto il mondo entro il 2030 (OIL, 2018). Il Green Deal europeo (Commissione Europea, 2019) stabilisce che la transizione verso una nuova economia decarbonizzata deve essere equa, soprattutto per i gruppi colpiti negativamente da tale processo e per quelli situati in aree geografiche più vulnerabili, come le zone rurali (OIL,2018).

4.2. OPPORTUNITÀ PER L'IMPRENDITORIALITÀ GREEN TRA I GIOVANI EUROPEI E NELLE AREE RURALI

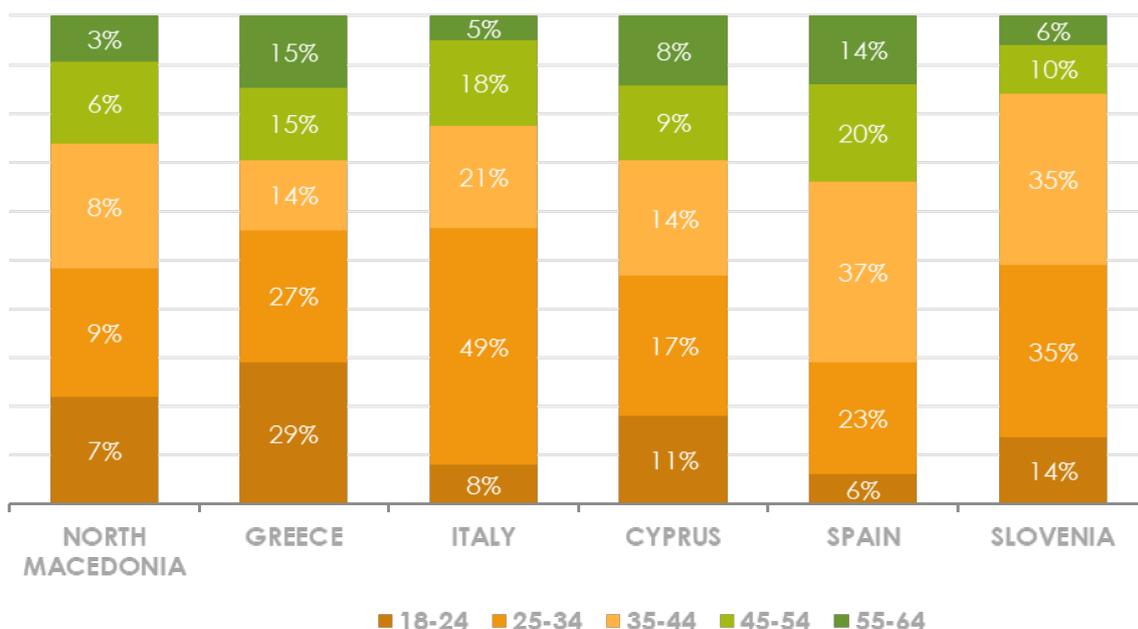
4.2.1. IMPRENDITORIALITÀ TRA I GIOVANI EUROPEI

Secondo il Global Entrepreneurship Monitor (GEM), ovvero il principale strumento di rilevazione dell'attività imprenditoriale, l'imprenditorialità si riferisce al processo attraverso cui un individuo diviene proprietario, co-proprietario o fondatore di una o più imprese che sono rimaste sul mercato per un periodo compreso tra 0 e 42 mesi (3,5 anni) (GEM, 2023a). Pertanto, **l'imprenditorialità green è concepita come la base di un'azienda dedicata alla salvaguardia e/o al ripristino dell'ambiente.** I profili imprenditoriali risultano essere molto diversificati e si rivolgono agli individui che si trovano nelle fasi iniziali di consolidamento di un'azienda (Díaz-Catalán e Díaz-Chorne, 2016).

Secondo il GEM, **l'iniziativa imprenditoriale è associata da un lato a fattori legati alle caratteristiche dell'individuo, dall'altro alle condizioni favorevoli offerte dal contesto** (GEM, 2023b). Inoltre, il grado di sviluppo che tale attività imprenditoriale riuscirà a raggiungere dipenderà dagli strumenti forniti dal governo (González-Morales et al., 2020). Relativamente alle caratteristiche dell'individuo, il profilo dei giovani imprenditori è caratterizzato dall'elevato entusiasmo e dalla notevole conoscenza che essi possiedono riguardo le nuove tendenze e tecnologie, nonostante abbiano una minore conoscenza ed esperienza riguardo al mondo aziendale (GEM, 2023a); le loro motivazioni, inoltre, risultano essere maggiormente legate a ragioni extra-economiche, come il desiderio di autonomia, autorealizzazione, utilità e merito (Soto-Simeone e Kautonen, 2020). In merito alle condizioni fornite dal contesto, in Europa esistono varie linee d'azione volte a promuovere l'imprenditorialità, che sono motivate dalla **Strategia Europa 2020** (Commissione Europea, 2010) che, in collaborazione con l'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE), prevede delle linee di finanziamento per gli Stati membri dell'Unione Europea, al fine di migliorarne le politiche e le misure a sostegno dell'imprenditorialità. Finora, **la microfinanza è stata uno degli strumenti europei più importanti per incentivare la creazione di imprese** (González-Morales et al., 2020). **Alcuni gruppi, inoltre, come i giovani o le donne, possiedono linee di finanziamento dedicate, allo scopo di promuovere l'imprenditorialità giovane ed equa** (Commissione Europea, 2010).

Tuttavia, esistono differenze significative tra gli Stati membri dell'UE riguardo la situazione dell'imprenditorialità, poiché **le linee di azione presenti nei Paesi dell'Eurozona risultano essere più favorevoli** (Serrasqueiro et al., 2018; González-Morales et al., 2020). In base all'ultimo rapporto pubblicato dal GEM, generalmente **i giovani di età compresa tra i 18 e i 35 anni sono più propensi ad avviare nuove imprese**, con un TEA (Total early-stage Entrepreneurial Activity) superiore rispetto alla popolazione di età compresa tra i 35 e i 64 anni, in 37 delle 49 economie dell'UE. Tale situazione **colloca i Paesi caratterizzati da un numero maggiore di giovani in una situazione più vantaggiosa riguardo l'imprenditorialità**, a scapito dei Paesi contraddistinti da una popolazione più anziana, come nella maggior parte di quelli del Nord Europa (GEM, 2023a). In linea con l'indicatore proposto dal GEM utile a misurare l'imprenditorialità a livello nazionale, riportiamo di seguito i **TEA degli Stati partner del progetto: Macedonia del Nord, Grecia, Italia, Cipro, Spagna e Slovenia**.

Grafico 1. Percentuale di imprenditorialità ("TEA") per fascia di età negli Stati partner del progetto



Fonte: elaborazione propria basata sui rapporti GEM nazionali di Spagna (OEE, 2023), Italia (FAM, 2020) Slovenia (Širec, K. e Crnogaj, 2023), Grecia (Yiotopoulos et al., 2019), Cipro (Polyviou et al., 2021) e Macedonia del Nord (GEM, 2014). Il grafico è stato realizzato sulla base degli ultimi dati relativi ai TEA di ciascun Paese. In Grecia, Italia, Spagna e Slovenia, il TEA è stato calcolato sulla base del numero totale di imprenditori, mentre a Cipro e in Macedonia del Nord è stato calcolato in relazione alla popolazione totale delle diverse fasce d'età.

In generale, **nelle regioni più sviluppate, l'imprenditorialità sembra essere diretta dagli adulti, mentre nei Paesi in via di sviluppo è più diffusa tra i giovani** (GEM, 2019). Tuttavia, la presente ricerca mostra che esistono differenze sostanziali tra i Paesi partner del progetto. La **Grecia** è il Paese in cui si riscontra il livello maggiore di imprenditorialità tra la popolazione più giovane (tra i 18 e i 24 anni), seguita dai giovani adulti (tra i 25 e i 34 anni) che, invece, prevalgono in **Italia** (49%), **Cipro** (17%), **Macedonia del Nord** (9%) e **Slovenia** (35%). Una maggioranza di imprenditori adulti (tra i 35 e i 44 anni) si riscontra in **Slovenia** (35%) e **Spagna** (37%).

In **Grecia**, è stato riscontrato un livello più elevato di imprenditorialità giovanile che, **presumibilmente, è dovuto dall'elevata disoccupazione che interessa tale fascia d'età nel Paese**. Tale situazione, tuttavia, rischia di non essere favorevole, poiché l'imprenditorialità giovanile può aumentare il rischio di fallimento a causa della limitata esperienza e formazione degli imprenditori, nonostante la passione e il dinamismo che li caratterizza (Yiotopoulos et al., 2019). Nel caso dell'**Italia**, secondo gli ultimi dati disponibili per il 2019, l'attività imprenditoriale è diminuita sia nella fascia d'età adulta che in quella più giovane. **Le limitate opportunità di maturare un'esperienza lavorativa e l'accesso tardivo al mercato del lavoro sono alcuni dei fattori che hanno generato un calo nell'imprenditorialità giovanile** (FAM, 2020). Analogamente, i dati riguardanti **Cipro e la Macedonia del Nord** riflettono l'interesse dei giovani e dei giovani adulti nei confronti dell'imprenditorialità nel corso delle prime fasi della loro carriera professionale (GEM, 2014; Polyviou et al., 2021).

Similmente, il caso della **Slovenia** mostra come, nonostante l'invecchiamento della popolazione, gli individui con un'età compresa tra i 25 e i 44 anni abbiano maggiori probabilità

di essere imprenditori (Širec, K. and Crnogaj, 2023). Tale situazione è paragonabile a quella della **Spagna**, che presenta uno scenario diametralmente opposto rispetto agli altri Stati partner, poiché vede una prevalenza di imprenditori adulti con un'età compresa tra i 35 e i 44 anni. **La popolazione giovanile, invece, risulta essere predominante nelle aziende caratterizzate da livelli tecnologici medio-alti, guidate principalmente da giovani uomini** (OEE, 2023).

Secondo gli ultimi dati del 2022, in termini di differenze di genere osservate è stato riscontrato che, in generale, **gli uomini hanno tuttora maggiori probabilità di essere imprenditori**: per ogni 7 uomini, 4 donne sono imprenditrici (GEM, 2023a).

4.2.2. IMPRENDITORIALITÀ GREEN E GIOVANILE NELLE AREE RURALI

Dalla pubblicazione del Green Paper nel 2023 e dell'European Entrepreneurship Programme nel 2004, **è stata evidenziata l'importanza di promuovere l'imprenditorialità come contributo allo sviluppo rurale e al raggiungimento di una crescita sostenibile e inclusiva**, entrambi obiettivi della Strategia Europa 2020 (Commissione Europea, 2010). Per tale ragione, **la promozione dell'imprenditorialità rurale e la creazione di nuove aziende green sono al centro di tale strategia** che, a tale scopo, prevede un sostegno specifico nel quadro dei programmi di sviluppo rurale, cofinanziati dal Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR) (UE, 2013).

Tuttavia, **l'imprenditorialità rurale non ha beneficiato di condizioni favorevoli a causa dell'invecchiamento della popolazione e della crescente competitività introdotta dalla globalizzazione** (UE, 2012), con un conseguente calo dell'occupazione e dei redditi in ambito agricolo. Nel 2007, l'82% dell'occupazione nelle aree rurali europee riguardava settori non agricoli e il 35% degli agricoltori era impegnato in ulteriori attività remunerative (Commissione Europea, 2017). Tale situazione ha incoraggiato l'attuazione di misure politiche concrete da parte degli Stati membri dell'UE, allo scopo di promuovere l'innovazione soprattutto nelle start-up del settore agroindustriale (UE, 2012), tentando di incentivare l'imprenditorialità tra i giovani (Commissione Europea, 2010).

Sfortunatamente, il contesto predominante di spopolamento delle aree rurali in Europa (Commissione Europea, 2021) comporta che **la popolazione imprenditoriale rurale si trovi ad affrontare sfide particolari, come l'accessibilità, la bassa densità di popolazione o la struttura socio-economica** (UE, 2012), **offrendo ai giovani imprenditori delle aree rurali uno scenario ancora più complesso**. Sempre meno giovani agricoltori si mostrano interessati a portare avanti la tradizione agricola familiare; inoltre, le difficoltà che sono costretti ad affrontare sono in aumento, come le difficoltà per accedere alla terra e al credito, nonché quelle relative ai bassi tassi di rendimento delle imprese agricole (UE, 2012).

Fortunatamente, **l'aumento del lavoro da remoto, la diversificazione delle economie rurali e le imprese green stanno favorendo le opportunità di imprenditorialità nelle aree rurali**. Grazie al lavoro da remoto, sempre più giovani prendono in considerazione l'idea di tornare nelle aree rurali e di avviare un'attività. L'imprenditorialità agroalimentare e quella turistica risultano essere le più popolari, soprattutto in Spagna (UPTA, 2020). A sua volta, il FEASR promuove la creazione di nuove attività economiche e la diversificazione delle attività non agricole, mostrando una particolare attenzione nel facilitare l'integrazione dei giovani e delle donne nelle aree rurali, promuovendo il loro spirito imprenditoriale e gestendo, al tempo stesso, le risorse in modo sostenibile (UE, 2013).

Tale contesto crea uno scenario in cui, nonostante le difficoltà intrinseche all'ambiente rurale, le sfide globali emergenti legate alla sicurezza alimentare, alla salvaguardia della biodiversità e ai cambiamenti climatici offrono nuove **opportunità in termini di occupazione e**

imprenditorialità green, dato il legame imprescindibile che possiedono con le materie prime più importanti e anche con il turismo e le attività ricreative (UE, 2012).

4.3. NECESSITÀ DI FORMAZIONE PER I GREEN JOBS E PER L'IMPRENDITORIALITÀ

La decarbonizzazione dell'economia sta producendo grandi cambiamenti nel mercato del lavoro a causa dell'impatto che ha generato sull'intero sistema produttivo (Governo di Spagna, 2016; 2019) che, a sua volta, necessiterà di nuovi bisogni formativi (CEDEFOP, 2022) **legati non solo alla creazione di nuove imprese, ma anche alla ricerca di un'imprenditorialità più sostenibile, o green**, che contribuirà alla transizione verso una nuova economia decarbonizzata (Commissione Europea, 2019). A tal proposito, l'Unione Europea ha pubblicato due modelli di competenze che contribuiscono al raggiungimento dell'obiettivo: il **GreenComp**, ovvero il quadro europeo per le competenze in materia di sostenibilità (Commissione Europea 2022a), e l'**EntreComp**, ovvero il quadro europeo per le competenze imprenditoriali (Bacigalupo et al., 2016).

Il quadro europeo per le competenze in materia di sostenibilità, note anche come competenze green, è stato **indicato per lo sviluppo delle capacità di apprendimento per la sostenibilità ambientale e viene considerato come l'insieme di conoscenze, abilità e atteggiamenti che riflettono la consapevolezza e l'impegno ad agire per la tutela del pianeta** (Commissione Europea, 2022a). Tale quadro comprende un totale di 12 competenze, suddivise in 4 aree, che sono riportate di seguito nella Tabella 1:

Tabella 1. Competenze in materia di sostenibilità secondo il quadro GreenComp:

AREE DI COMPETENZA	COMPETENZA	DESCRIZIONE
Competenze relative alla valorizzazione della sostenibilità	Dare valore alla sostenibilità	Riflettere sulle azioni personali e sul loro impatto
	Sostenere l'equità	Comprendere il legame tra giustizia ambientale e sociale
	Promuovere la natura	Mostrare un atteggiamento empatico nei confronti del pianeta
Competenze relative alla gestione della complessità nella sostenibilità	Pensiero sistemico	Comprendere l'interconnessione tra i sistemi
	Pensiero critico	Capacità di contestare e affrontare l'incertezza
	Inquadramento del problema	Identificare i problemi all'interno di contesti specifici allo scopo di risolverli
Competenze relative alla visione di un futuro sostenibile	Alfabetizzazione sul futuro	Considerare il futuro come una varietà di alternative e come compatibile con la sostenibilità
	Adattabilità	Capacità gestionale e decisionale di fronte a sfide complesse in materia di sostenibilità
	Pensiero esplorativo	Capacità di mettere in relazione e collegare pensieri provenienti da diverse discipline

Competenze relative all'agire per la sostenibilità	Azione politica	Comprendere come identificare chi è politicamente responsabile e richiedere politiche efficaci per la sostenibilità
	Azione collettiva	Agire per la sostenibilità in collaborazione con gli altri
	Iniziativa individuale	Conoscere il proprio potenziale e contribuire attivamente alla sostenibilità

Fonte: elaborazione propria basata sul quadro GreenComp proposto dall'Unione Europea (Commissione Europea, 2022a).

Le competenze imprenditoriali, invece, sono illustrate nel quadro EntreComp e **riflettono la capacità di trasformare le idee in azioni che generano valore per gli altri oltre che per sé stessi**. Comunemente note come imprenditorialità, tali competenze trasversali tentano di trasformare le opportunità in valore per qualsiasi ambito, compreso quello dell'imprenditorialità sociale ed ecologica (Bacigalupo et al., 2016). Il quadro EntreComp è composto da 3 aree principali, suddivise in 15 competenze, descritte nella Tabella 2.

Tabella 2. Competenze imprenditoriali secondo il quadro EntreComp:

AREE DI COMPETENZA	COMPETENZA	DESCRIZIONE
Competenze relative a idee e opportunità	Riconoscere le opportunità	Capacità di trovare le opportunità e creare valore
	Creatività	Capacità di sviluppare idee creative e innovative
	Visione	Visualizzare gli scenari futuri e orientare gli sforzi e le azioni per realizzarli
	Dare valore alle idee	Capacità di riconoscere il potenziale delle idee e di ricavarne il massimo
	Pensiero etico e sostenibile	Capacità di valutare le conseguenze e l'impatto delle azioni per agire in modo responsabile
Competenze relative alla gestione delle risorse	Autoconsapevolezza e autoefficacia	Capacità di credere nella propria capacità di influenzare il corso degli eventi
	Motivazione e perseveranza	Capacità di rimanere concentrati e di non arrendersi sotto pressione
	Mobilizzare le risorse	Capacità di ottenere e gestire risorse, materiali o immateriali, e di utilizzarle al meglio
	Conoscenze economico-finanziarie	Possedere le conoscenze finanziarie ed economiche utili a stimare i costi di realizzazione di un'idea e a gestirne il finanziamento
	Mobilizzare gli altri	Capacità di ispirare e motivare gli altri membri di un team
Competenze relative alle	Prendere l'iniziativa	Capacità di agire autonomamente per raggiungere gli obiettivi

azioni	Pianificazione e gestione	Capacità di definire le priorità e sviluppare piani d'azione
	Affrontare l'incertezza, l'ambiguità e il rischio	Capacità di prendere decisioni anche quando il risultato dell'azione risulta incerto
	Lavorare con gli altri	Capacità di collaborare con gli altri e di risolvere i problemi
	Imparare dall'esperienza	Capacità di imparare sia dai successi sia dai fallimenti

Fonte: elaborazione propria basata sul quadro EntreComp proposto dall'Unione Europea (Bacigalupo et al., 2016).

La formazione relativa alle competenze green, insieme alle competenze imprenditoriali, rappresenta un obiettivo strategico per contribuire alla creazione di modelli imprenditoriali che riconoscano la complessità del raggiungimento della sostenibilità. Le prime consentono di sviluppare una mentalità aperta alla sostenibilità e che contribuisce a pensare, pianificare e agire con empatia (Commissione Europea, 2022a); le seconde permettono di rafforzare autonomia e responsabilità quando si agisce per generare valore per la società (Bacigalupo et al., 2016). **La formazione che include entrambe le competenze genera professionisti capaci di ottimizzare le opportunità offerte dal contesto attuale,** contribuendo alla creazione di modelli imprenditoriali sostenibili.

5. RISULTATI

I risultati raggiunti sono illustrati di seguito, suddivisi in tre paragrafi. Il primo raccoglie le opportunità relative ai green jobs nei Paesi partner del progetto; il secondo illustra le buone pratiche raccolte nell'ambito dell'imprenditorialità green; il terzo riporta i bisogni formativi della popolazione giovanile rurale in termini di acquisizione di competenze green e imprenditoriali, nonché l'esigenza di tale popolazione di avere accesso a tali competenze e al mercato dei green jobs.

5.1. NICCHIE OCCUPAZIONALI GREEN E OPPORTUNITÀ DI FORMAZIONE

Secondo l'Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL), la transizione verso un modello economico più sostenibile comporterà cambiamenti all'interno del mercato globale del lavoro e, nonostante si stimi che possa causare la perdita di 6 milioni di posti di lavoro legati ad attività economiche meno sostenibili, si prevede una crescita parallela di circa 24 milioni di posti di lavoro. In totale, **i green jobs potrebbero generare circa 18 milioni di posti di lavoro in tutto il mondo**, soprattutto grazie ai progressi nell'efficienza energetica degli edifici, allo sfruttamento dell'energia proveniente da fonti rinnovabili e all'aumento dell'utilizzo di veicoli elettrici (OIL, 2018). Secondo l'UNEP (2011), nei prossimi anni, saranno otto i settori che subiranno i maggiori cambiamenti dovuti alla transizione: agricoltura, silvicoltura, pesca, energia, produzione, riciclaggio, edilizia e trasporti.

Di seguito, attraverso l'analisi di fonti secondarie e interviste ad aziende green, verranno illustrate le **nicchie occupazionali green individuate tra i Paesi partner del progetto** nei quali è stato riscontrato un impegno diffuso: **Italia, Grecia, Cipro, Slovenia, Macedonia del Nord e Spagna**. In tutti i casi, tali Paesi si stanno adoperando per aumentare il numero di green jobs e, in modo più o meno esteso, stanno adottando misure politiche per promuovere tali impieghi.

Come precedentemente menzionato, la green economy offre enormi opportunità nella creazione di posti di lavoro, interessando settori tradizionalmente associati all'ambiente, come la gestione delle energie rinnovabili e il riciclaggio, fino ad includere altri settori emergenti, come la mobilità sostenibile (Avsec e Kaučič, 2018). Data la portata e la diversità delle nuove nicchie occupazionali green individuate nei Paesi oggetto della ricerca, verrà adottata la categorizzazione proposta dalla Fundación Biodiversidad (2023), suddividendo i **lavori in tre aree**: in primo luogo, **quelli legati al clima**, ovvero le attività dedicate alla riduzione delle emissioni di gas serra (GHG) e del rischio del cambiamento climatico; in secondo luogo, **quelli legati alla salvaguardia della biodiversità**, ovvero i settori economici dedicati alla tutela e alla gestione responsabile delle risorse naturali e biologiche; in terzo luogo, quelli **legati trasversalmente a entrambi**.

5.1.1. NICCHIE OCCUPAZIONALI GREEN NELL'AMBITO DELLA RIDUZIONE DEI RISCHI CONNESSI AL CLIMA E AI CAMBIAMENTI CLIMATICI

In tale ambito, sono state identificate in particolare **attività economiche volte alla produzione di energie rinnovabili, alla riqualificazione energetica degli edifici e alla realizzazione di mezzi di trasporto più sostenibili**.

In termini generali, in merito alle **nicchie occupazionali nei settori delle energie rinnovabili**, la transizione verso l'utilizzo di tali energie offre un enorme potenziale alla creazione di nuovi posti di lavoro. Secondo il rapporto "A 100% Renewable Energy Vision for the European Union", pubblicato dal Consiglio Europeo per le energie rinnovabili, **l'occupazione in tale settore potrebbe aumentare nell'UE del 30-36% l'anno fino al 2030** (rispetto ai dati del 2009) se si raggiunge l'obiettivo del 45% di energia rinnovabile entro tale anno (Gospodarska zbornica Slovenije, 2017).

In merito a ciò, **sono state individuate nicchie occupazionali in ogni Paese partner del progetto**. Il miglioramento e l'ottimizzazione dei sistemi energetici sta portando alla creazione di nuovi lavori legati alla realizzazione di fonti di energia rinnovabili, in particolar modo il solare fotovoltaico e l'energia eolica (IRENA, 2023), nonché di lavori specializzati, come l'energy manager (Gelasio e Gisotti, 2019). Si prevede che, nel prossimo futuro, tali nicchie occupazionali aumenteranno ulteriormente, soprattutto in Grecia (AIE, 2020) e a Cipro (IRENA, 2023).

La ricerca di una maggiore efficienza energetica sta incentivando lo sviluppo di nicchie occupazionali green parallele all'interno del settore edilizio. Si tratta, nello specifico, di quelle **attività volte alla riqualificazione energetica degli edifici**, praticate soprattutto in Slovenia (Avsec e Kaučič, 2018), Macedonia del Nord (Nedanovski, 2013), Italia (Unioncamere, 2021a) e Spagna (Fundación Biodiversidad, 2023). Tali nicchie occupazionali sono caratterizzate dal bisogno di profili specializzati, come gli ingegneri energetici, o di profili più tecnici, come gli elettricisti o gli idraulici professionisti (Russo, 2022; Forética, 2022; ATEI, 2022a).

Trasversalmente, stanno emergendo nicchie occupazionali green legate alle **innovazioni tecnologiche relative alla ricerca di una maggiore efficienza energetica** negli edifici e nei materiali come, ad esempio, la produzione e l'installazione di sistemi di controllo energetico, l'isolamento termico o la tecnologia di illuminazione a LED. Tutto ciò rappresenta una grande opportunità per la creazione di nuove imprese e lavori, soprattutto nei Paesi in cui le misure di efficienza energetica sono ancora carenti, come nella Macedonia del Nord (Nedanovski, 2013; Mitevaska et al., 2019). Di conseguenza, **stanno emergendo nicchie occupazionali anche nel settore manifatturiero**, come sta accadendo in Slovenia, dove si prevede un aumento

significativo nello sviluppo delle tecnologie dedicate all'incremento dell'efficienza energetica e dei materiali (soprattutto nei settori della lavorazione del legno, della metallurgia, dell'industria elettrica e di quella elettronica) (Avsec and Kaučič, 2018). In Italia e in Spagna, invece, nel campo dell'edilizia, si stanno sviluppando in modo significativo le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) ed è stata riscontrata una crescente richiesta di profili IT e di ingegneri dei sistemi TIC per svolgere attività legate all'ottimizzazione dei sistemi energetici (Russo, 2022; Unioncamere, 2022a; ATEI, 2022b; Fundación Biodiversidad, 2023).

Infine, vengono promosse nicchie occupazionali importanti anche nel **settore della mobilità e dei trasporti**, soprattutto in Spagna, dove si stanno adottando misure per l'introduzione di fonti di energia rinnovabili per il trasporto elettrico (con un obiettivo di 5 milioni di veicoli elettrici in funzione entro il 2030) o per i veicoli che utilizzano biocarburanti (ATEI, 2021a; Fundación Biodiversidad, 2023). Una situazione analoga è presente in Italia, dove sono richiesti lavori tecnici, come riparatori di autoveicoli (Unioncamere, 2021a) o "mobility manager" specializzati (Ecnopoly, 2022); in Slovenia, dove stanno nascendo opportunità lavorative soprattutto nel settore dei trasporti pubblici (Avsec e Kaučič, 2018); o in Macedonia del Nord, dove, sebbene le opportunità lavorative in tale settore siano ancora poco esplorate poiché si tratta di uno degli ambiti che produce maggiore inquinamento nel Paese (WBG, 2014), sono previsti dei cambiamenti importanti, grazie all'iniziativa che riguarda l'elettrificazione dei veicoli personali, soprattutto di quelli legati ai caricabatterie elettrici.

Come conseguenza dei cambiamenti nel settore dei trasporti, si prevede un aumento nell'occupazione anche nei **settori industriali** dedicati ai prodotti metallici, in particolare in quelli legati alla produzione di macchinari, attrezzature e veicoli di trasporto. Ciò interesserà le industrie dei metalli e dei prodotti metallici (Unioncamere, 2022a) e le industrie elettriche ed elettroniche (Unioncamere, 2021a), compresi i servizi meccanici (Unioncamere, 2021a). Nicchie occupazionali di questo tipo sono state individuate soprattutto in Italia e Spagna.

5.1.2. NICCHIE OCCUPAZIONALI GREEN NEL CAMPO DELLA BIODIVERSITÀ

Sebbene siano meno diffuse rispetto alle nicchie occupazionali relative al settore climatico, sono state individuate opportunità lavorative anche nel campo della conservazione e della salvaguardia della biodiversità, **in particolare nei settori dell'agricoltura sostenibile, del turismo e della gestione forestale**.

In Slovenia, l'agricoltura biologica sta offrendo opportunità di lavoro significative (Avsec e Kaučič, 2018). Lo stesso accade anche in Grecia, dove si sta ponendo un'enfasi particolare sul potenziamento di tali opportunità nel settore dell'**agricoltura sostenibile** (Commissione Europea, 2022b). In Spagna, invece, stanno nascendo opportunità di lavoro nelle aziende agricole, che comprendono attività legate ad agricoltura, allevamento e apicoltura, per il potenziale che esse possiedono nel limitare lo spopolamento delle aree rurali (Fundación Biodiversidad, 2023).

Analogamente, il **turismo sostenibile** è un'attività che sta diventando sempre più popolare nei vari Paesi, come nel caso della Grecia, che promuove lavori relativi alla vendita di prodotti locali (Commissione Europea, 2022b), dell'Italia (Gelasio e Gisotti, 2019) o della Spagna, dove si stanno sviluppando nicchie occupazionali legate al turismo naturalistico, in particolare impieghi come guide naturalistiche e interpreti ambientali (Fundación Biodiversidad, 2023).

Infine, sono state individuate nicchie occupazionali anche all'interno dei **settori forestali**, sia in Slovenia (Avsec e Kaučič, 2018) che in Spagna (Morgan e Fundación Konecta, 2021; ATEI, 2021b; Fundación Biodiversidad, 2023). Tali lavori sono legati alle attività di gestione sostenibile delle risorse forestali e promuovono impieghi specifici, come operatori forestali addetti al disboscamento, alla manutenzione e al rimboschimento. Tali attività sono estremamente importanti per la prevenzione degli incendi boschivi (Fundación Biodiversidad, 2023) che, nel corso degli ultimi anni, sono aumentati in tutti i Paesi partner del progetto (EP, 2021a; 2021b; 2022; EuroNews, 2023).

5.1.3. NICCHIE OCCUPAZIONALI GREEN TRASVERSALI

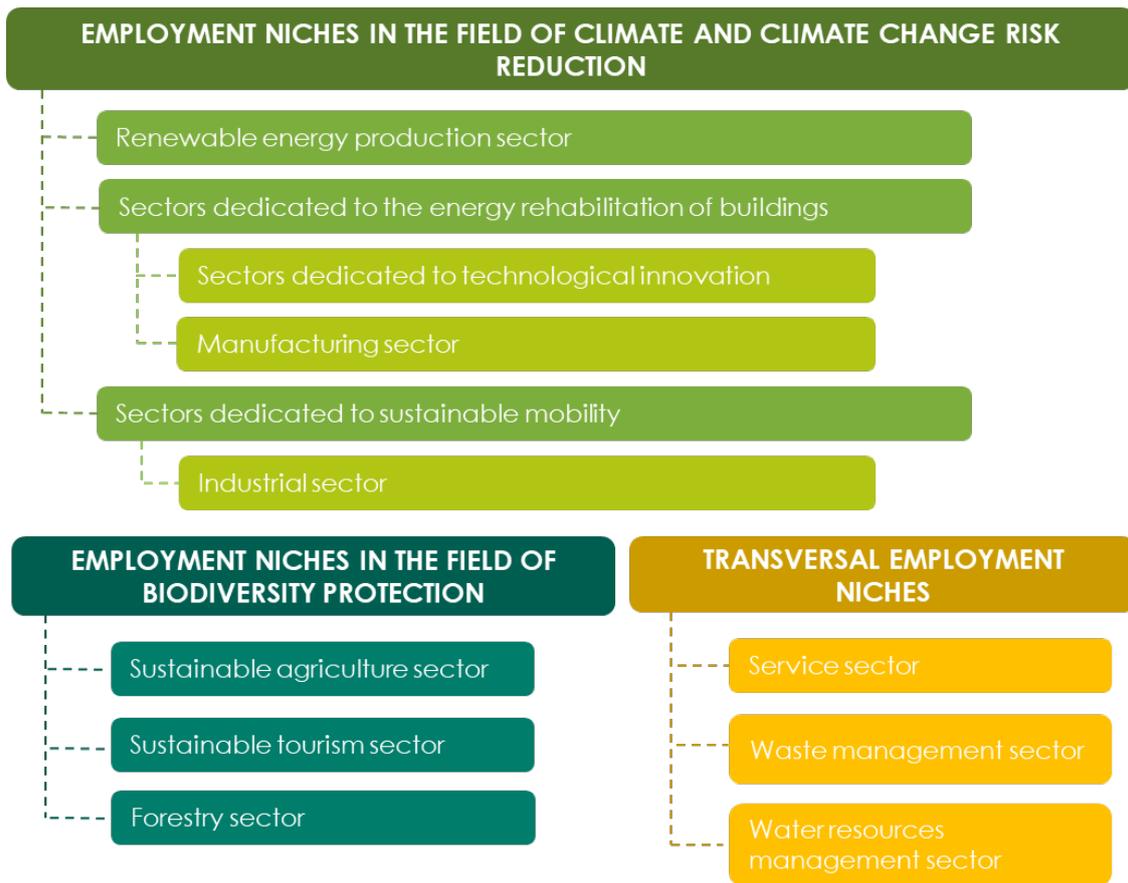
Parallelamente, sono state individuate nicchie occupazionali green che potrebbero rispondere a entrambi gli obiettivi: la lotta al cambiamento climatico e la salvaguardia della biodiversità. Le funzioni di tali impieghi sono maggiormente legate a professioni più specializzate e si trovano soprattutto all'interno del **settore dei servizi e della gestione di risorse, quali rifiuti o acqua**.

Nel caso dell'Italia e della Spagna, sono state individuate opportunità di lavoro significative legate a **impieghi** più specializzati, come nell'ambito del diritto (avvocati ambientali), del design (green designer), del marketing (esperti di marketing ambientale), dell'informatica (specialisti di informatica ambientale), della revisione dei conti (certificatori della qualità ambientale) o della finanza (contabili green) (Unioncamere, 2021b; Unioncamere e Fondazione Symbola, 2022; Fundación Biodiversidad, 2023).

Analogamente, anche la **gestione dei rifiuti**, sia urbani che provenienti da industrie e settori differenti, sta incrementando il numero di posti di lavoro, soprattutto in seguito all'impegno di ciascun Paese a introdurre un'economia circolare¹⁰ e attività come il riciclaggio. È il caso di Spagna, Italia e Slovenia, dove la gestione dei rifiuti offre attualmente un alto tasso di occupazione a livello nazionale, di cui è prevista un'ulteriore crescita in futuro (Avsec e Kaučič, 2018; Russo, 2022; ISTAS ed Ecoembes, 2019; Forética, 2022). In Macedonia del Nord, invece, si osserva un maggiore coinvolgimento nel settore della **gestione delle risorse idriche**, data l'inefficienza dell'attuale sistema. Pertanto, si prevede che nel Paese, con il miglioramento della gestione delle acque, emergerà un elevato numero di impieghi legati a tale attività (WBG, 2014). Similmente, Cipro mostra opportunità future sia nella gestione dei rifiuti, sia nella gestione delle risorse idriche, grazie all'elevato numero di cambiamenti previsti in entrambi i settori (ICEX, 2022).

¹⁰ L'economia circolare si riferisce alla realizzazione di un sistema produttivo circolare, che mira a ottimizzare le risorse mantenendole all'interno del processo produttivo, reintroducendo i rifiuti prodotti nel processo quante più volte possibile (Governo di Spagna, 2020).

Figura 2. Settori che presentano nicchie occupazionali green



Fonte: elaborazione propria

5.1.4. OFFERTA FORMATIVA RELATIVA ALL'ACCESSO ALLE NICCHIE OCCUPAZIONALI E ALL'IMPRENDITORIALITÀ GREEN

In termini generali, gli Stati membri dell'UE mostrano tuttora un'insufficienza di competenze che limita la capacità di ciascun Paese di sfruttare le opportunità offerte dallo sviluppo green. Tale **bisogno di competenze è legato all'impiego di abilità specifiche nei lavori in ambito scientifico, tecnologico, ingegneristico e matematico, nonché alla carenza di "nuove" competenze green** (CEDEFOP, 2010).

La richiesta di green jobs **a livello internazionale necessita sia di profili professionali tecnici che specializzati** e, in entrambi i casi, sarà sempre più necessaria una formazione su tematiche ambientali, come l'ecosostenibilità, il risparmio energetico o l'economia circolare (Unioncamere, 2021b). Per tale ragione, in Europa è ancora necessario aggiornare i sistemi educativi utili ad affrontare tali sfide e, **pur essendo incentrati sulle competenze esistenti, sono necessari aggiornamenti sia a livello settoriale sia a livello trasversale**, al fine di continuare a promuovere un'economia green e sostenibile (CDEFOP, 2021). Nell'[Allegato 1](#) sono **illustrati alcuni corsi formativi attualmente attivi nei Paesi partner del progetto**, che danno accesso ad alcuni dei green jobs indicati o offrono una formazione utile allo sviluppo di imprese green.

5.2. SELEZIONE DI BUONE PRATICHE IMPRENDITORIALI

Dopo aver esaminato le potenziali nicchie occupazionali emergenti, sono state raccolte e analizzate **68 buone pratiche di imprenditorialità green realizzate all'interno dei Paesi partner del progetto**. Affinché siano considerate buone pratiche, sono state selezionate aziende, progetti, programmi, iniziative o attività che promuovono l'imprenditorialità green e che, inoltre, offrono benefici non solo all'intera popolazione, ma anche a gruppi specifici, come i giovani e/o la popolazione rurale. Nel processo di selezione sono state privilegiate le pratiche la cui attività principale rientra nell'imprenditorialità green, ma sono state incluse anche le iniziative che promuovono nello specifico l'occupazione e l'imprenditorialità in ambienti rurali e/o tra la popolazione giovanile.

L'elenco delle buone pratiche selezionate è consultabile all'[Allegato II](#), dove sono elencati i nomi dei progetti, la loro ubicazione e l'attività svolta, insieme a ulteriori dettagli circa la loro realizzazione, come i benefici specifici dell'attività per la popolazione, la natura innovativa e/o le difficoltà emerse in fase di realizzazione¹¹.

È stato individuato un ampio numero di iniziative che corrispondono a determinate nicchie occupazionali, soprattutto nei settori dell'agricoltura, della riabilitazione energetica, della realizzazione di energie rinnovabili, della gestione di rifiuti e della silvicoltura. **Il numero maggiore di iniziative si concentra nella produzione di prodotti alimentari ecologici e biologici, nonché di prodotti manifatturieri riciclati**, seguiti da quelli dedicati **all'attuazione di misure energetiche e al riutilizzo dei rifiuti nella produzione di nuovi prodotti, in particolare nel settore del legno**. Un vasto numero di iniziative riguarda la **realizzazione trasversale di sistemi circolari**; alcune di esse, inoltre, offre servizi anche ad altre aziende a tale scopo. In aggiunta, anche se in misura minore, sono state raccolte iniziative dedicate alla tutela dell'ambiente, alla gestione responsabile di risorse materiali e al turismo sostenibile.

Analogamente, **sono state individuate iniziative volte alla promozione dell'impatto sociale e che agiscono per incentivare lo sviluppo di nuovi modelli sostenibili di business**. Si tratta, ad esempio, di iniziative di servizi finalizzati alla promozione della pianificazione di futuri sostenibili, di programmi formativi incentrati sugli strumenti digitali e sui benefici economici e sociali dei modelli sostenibili di business, o di programmi di sviluppo di imprese creative.

¹¹ Nel processo di selezione di tali buone pratiche da parte degli enti, è stata data la priorità alla ricerca a livello nazionale e, laddove ciò non è stato possibile, tale ricerca è stata estesa a livello internazionale.

5.3. BISOGNI FORMATIVI E OPPORTUNITÀ GREEN PER I GIOVANI RURALI

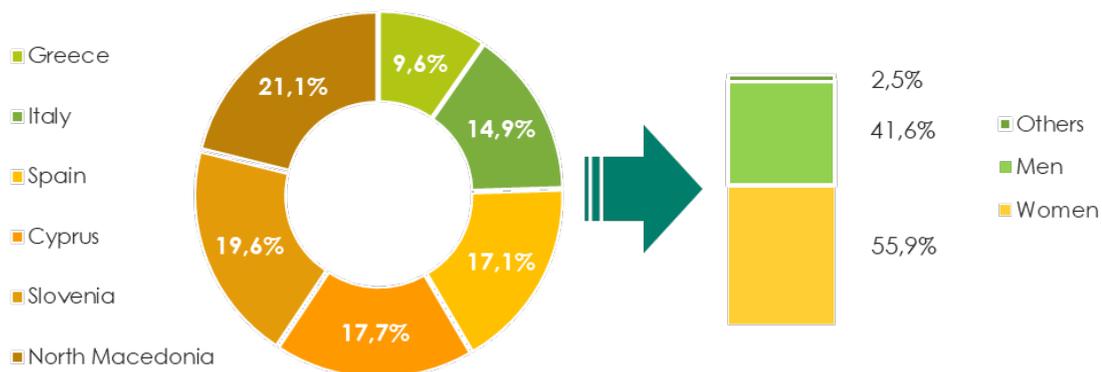
L'identificazione dei bisogni formativi della popolazione giovanile rurale è stata basata su tecniche di ricerca differenti, sia di tipo quantitativo che di tipo qualitativo, che sono state riassunte in tre paragrafi. Ciascuna di esse è introdotta dalla descrizione dei dettagli dei campioni relativi a ciascuna indagine e prosegue con i risultati ottenuti dalla triangolazione di entrambe le tecniche di ricerca, indagini e interviste.

5.3.1. BISOGNI FORMATIVI DEI GIOVANI CHE VIVONO IN AREE RURALI PER L'ACQUISIZIONE DI COMPETENZE GREEN E IMPRENDITORIALI

Attraverso il metodo di analisi mista, che unisce indagini e interviste nei confronti dei giovani provenienti da aree rurali e legati al green business, **è stato possibile identificare i principali bisogni formativi dei giovani, in termini di competenze, utili ad operare in modo efficace all'interno del mercato dei green jobs.** A tale scopo, sono state utilizzate come riferimento le conoscenze in materia di sostenibilità e alle competenze imprenditoriali definite rispettivamente dai quadri europei GreenComp ed EntreComp.

- Sono stati intervistati 12 giovani provenienti dalle aree rurali dei Paesi membri del progetto e 322 sono stati oggetto di un'indagine con una quota del 41,6% di sesso maschile e del 55,9% di sesso femminile. In totale, dunque, **334 giovani rurali hanno preso parte alla ricerca.**

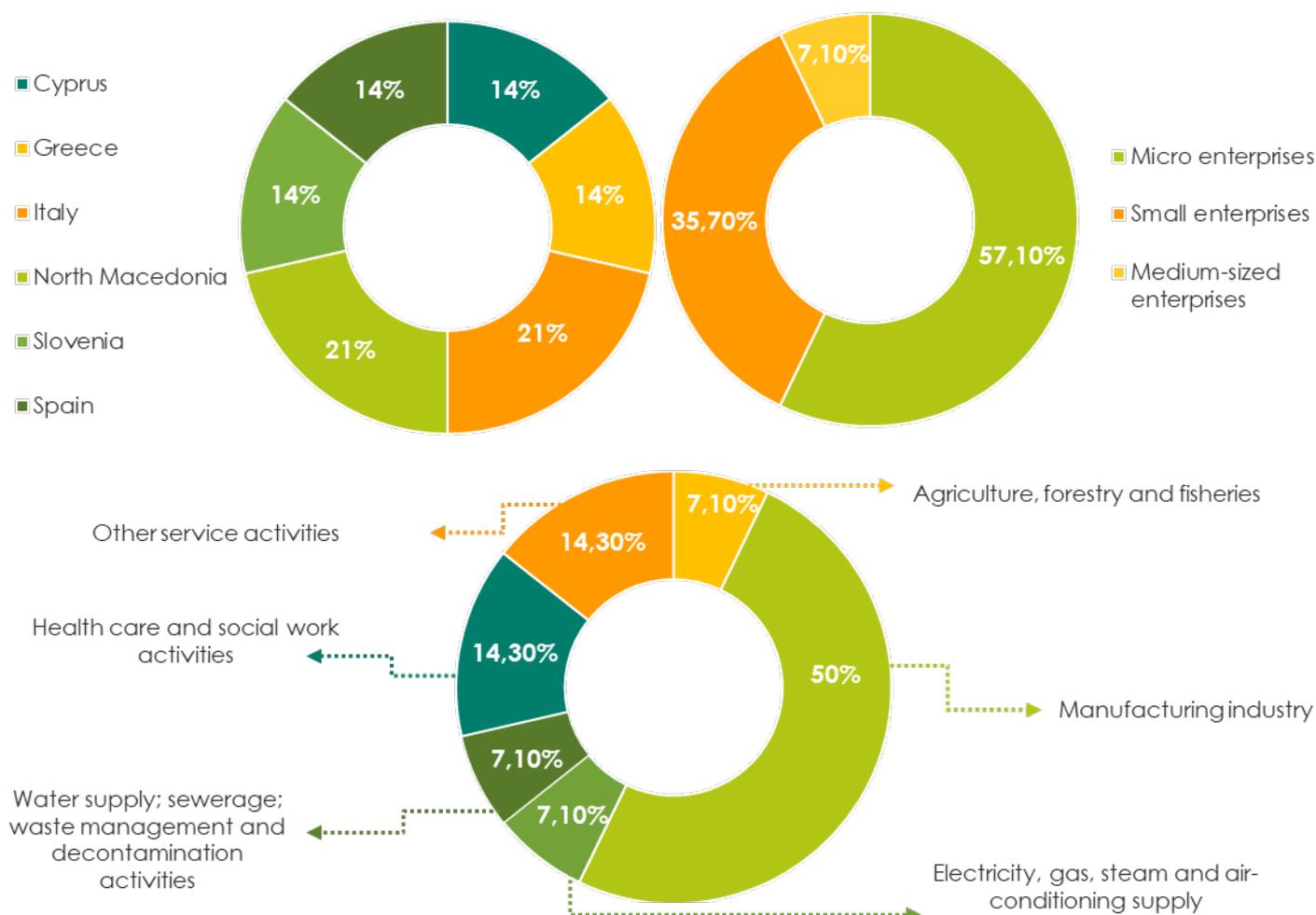
Grafico 2. Distribuzione dei campioni relative all'indagine sui giovani rurali (con un'età compresa tra i 16 e i 30 anni):



Fonte: elaborazione propria

- Inoltre, **hanno preso parte al progetto anche 23 aziende green**, 9 delle quali sono state intervistate e 14 sono state oggetto di un'indagine. Tali aziende sono presenti in ognuno dei sei Paesi partner del progetto e si occupano di attività legate alla salvaguardia dell'ambiente.

Grafico 3. Distribuzione dei campioni relative all'indagine sulle aziende green, suddivise per Paese, dimensione e settore (%):



Fonte: elaborazione propria

- ANALISI DEL LIVELLO DI COMPETENZE IN MATERIA DI SOSTENIBILITÀ TRA LA POPOLAZIONE GIOVANILE E DELLA RICHIESTA DI TALI COMPETENZE NEL MERCATO DEL LAVORO

Dalle informazioni ottenute dalle interviste e dalle indagini rivolte ai giovani, è emerso che **la maggior parte dei giovani rurali europei non ha familiarità con il concetto formale di “competenze in materia di sostenibilità” o di “competenze green”, ma ha una conoscenza più generica riguardo ciò a cui si rivolgono: la salvaguardia dell'ambiente.** Il 42,9% dei giovani rurali europei **ha sentito parlare raramente di competenze green**, mostrando una differenza di

circa 14 punti rispetto a coloro che, al contrario, ne hanno sentito parlare in modo approfondito (29,2%) o frequente (10,2%)¹².

Nel momento in cui vengono descritte tali competenze, più della metà del campione, **il 56,8%, ritiene di possederle**, mentre il 29,8% non ne è certo e il 13,4% afferma di esserne privo. Similmente, quando viene richiesto di mostrare tali conoscenze in modo disaggregato¹³, emerge che **la maggior parte dei giovani rurali ritiene di possedere molte delle competenze relative ai valori della sostenibilità e di comprenderne la complessità; essi, però, mostrano maggiori differenze riguardo le competenze legate alla capacità di prevedere futuri sostenibili e di agire a favore della sostenibilità.**

- Nell'ambito delle **competenze relative alla valorizzazione della sostenibilità**, quella che risulta essere maggiormente apprezzata dalle aziende green è la **valorizzazione della sostenibilità** (nel 71,4% dei casi), che è anche quella maggiormente presente tra i giovani che vivono in aree rurali, con il 66,1%. Al contempo, **il supporto all'equità e la promozione della natura** vengono entrambi richiesti nel 50% dei casi, dunque in misura minore rispetto ai dati relativi ai giovani rurali, la cui autovalutazione presenta uno scenario positivo per loro, che si mostrano predisposti nei confronti di tali competenze, rispettivamente nel 64,3% e nel 59,6% dei casi.
- Lo stesso accade anche in merito alle **competenze relative all'accettazione della complessità nella sostenibilità**, tra cui le più richieste sono **il pensiero critico e l'inquadramento del problema**, entrambe nel 64,3% dei casi (che, rispettivamente, sono possedute dal 63,4% e dal 69,3% dei giovani). Inoltre, sebbene il **pensiero sistemico** risulti essere il più apprezzato nel 57,1% dei casi, e il 60,6% giovani che vivono in aree rurali afferma di possederlo, esso non è altrettanto richiesto (solo dal 42,9%).
- Tuttavia, in merito alle **competenze relative alla visione di un futuro sostenibile**, l'autovalutazione relativa alla popolazione giovanile rurale mostra delle cifre minori. Sebbene la maggioranza dei giovani dichiara di essere in grado di progettare un futuro (46,9%), di adattarsi (60,9%) e di adottare un pensiero esplorativo (58,1%), la differenza rispetto a coloro che dichiarano di non essere certi di possedere tali competenze risulta essere minore (rispettivamente 37%, 32,6% e 32,3%). Nonostante ciò, queste tre competenze vengono richieste tutte nel 57,1% dei casi all'interno del mercato del lavoro.
- Analogamente, in merito alle **competenze relative all'agire per la sostenibilità**, è stata evidenziata una maggiore confusione tra la popolazione giovanile rurale, con percentuali sempre più simili tra chi afferma di possederle e chi, invece, non ne è certo, rispettivamente il 36% contro il 35,4% in merito all'**azione politica** e il 54% contro il 32,6% in merito all'**azione collettiva**. Nonostante ciò, tali differenze risultano attenuarsi riguardo la **capacità di agire individualmente**, in cui prevalgono nuovamente i giovani che ritengono di possederla (61,5%). Tuttavia, la valutazione fatta dal mercato del

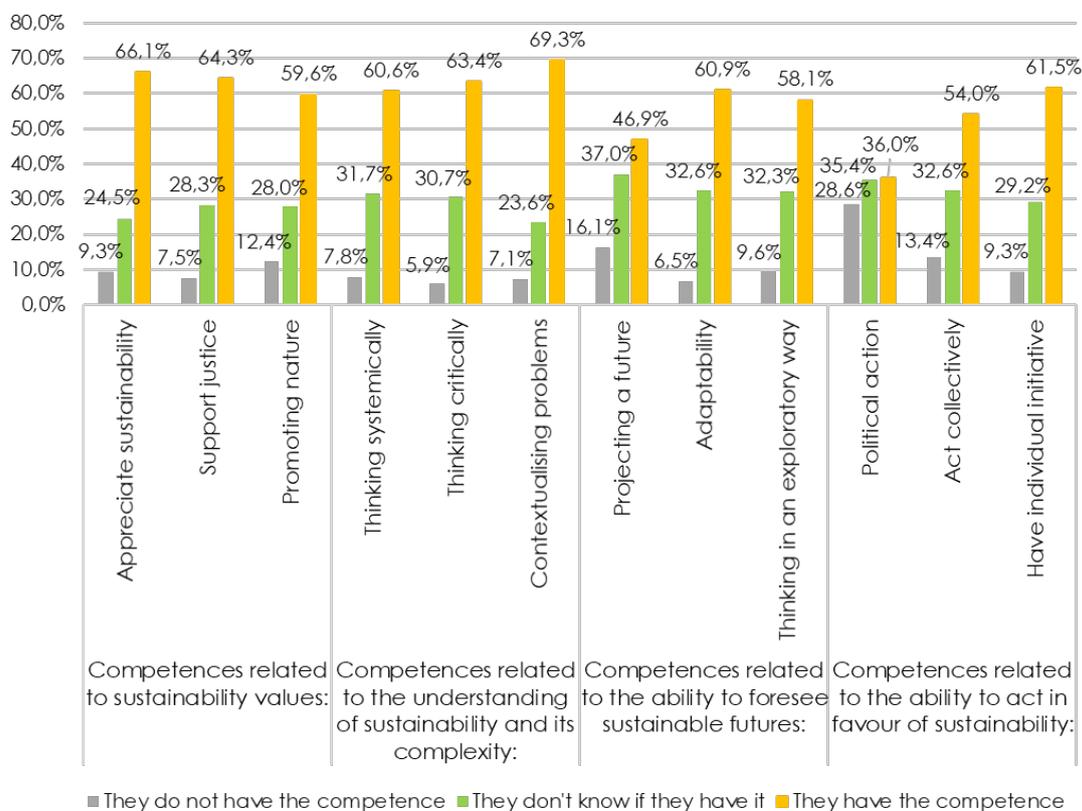
¹² Il 17,7% non ha mai sentito parlare di sostenibilità o di competenze green.

¹³ Le domande volte a comprendere se la popolazione giovanile rurale possedesse competenze green e imprenditoriali comprendevano un elenco di tali competenze, unito alla definizione delle stesse e a degli esempi. Le opzioni di risposta tra cui poter scegliere erano: a) No, non possiedo tale competenza, b) Non sono certo di possedere tale competenza, perché non la applico nella maggior parte dei casi, c) Sì, possiedo tale competenza, perché la applico nella maggior parte dei casi.

lavoro risulta essere ancora una volta positiva, con il 57,1% nei confronti dell'azione politica (collettiva) e il 50% nei confronti dell'azione individuale.

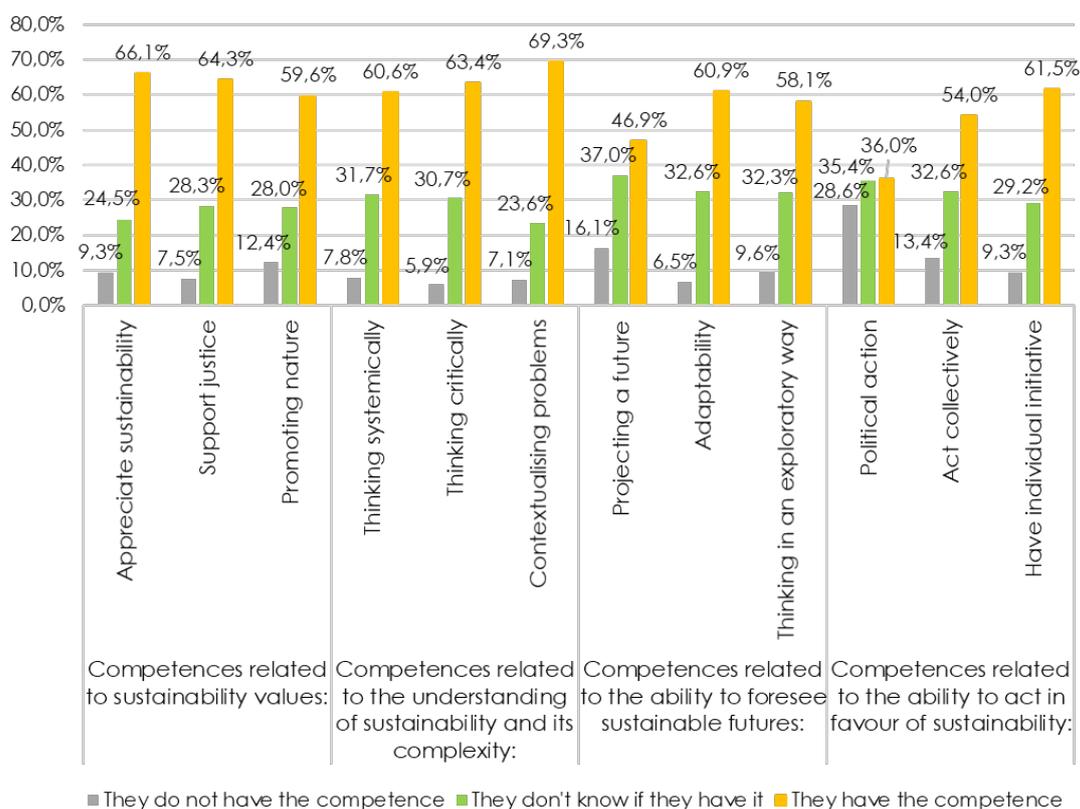
Il Grafico 4 illustra le competenze che prevalgono tra i giovani che vivono in aree rurali e che derivano dalle loro autovalutazioni. Il Grafico 5, invece, mostra le competenze maggiormente richieste ed apprezzate:

Grafico 4. Percentuale di popolazione giovanile rurale con competenze green:



Fonte: elaborazione propria

Grafico 5. Percentuale delle competenze green maggiormente apprezzate e richieste dalle aziende green:



Fonte: elaborazione propria

In conclusione, **nonostante la popolazione giovanile rurale mostri un'alta percezione di sé riguardo il possesso di competenze green, c'è una percentuale considerevole che riguarda coloro che dichiarano di non possedere o di non essere certi di possedere tali competenze, che rimane compresa tra il 33,8% e il 53,1% per tutte le competenze analizzate.** Inoltre, negli insiemi di competenze maggiormente legati al prevedere un futuro sostenibile e all'agire a favore della sostenibilità, i livelli di richiesta da parte del mercato del lavoro di tali competenze restano invariati, almeno nel 50% dei casi (ad eccezione della competenza "azione politica" che, però, continua ad essere valutata positivamente), nonostante si registri una maggiore confusione tra i giovani circa il possesso di tali competenze rispetto ad altre.

Le informazioni raccolte dalle interviste ai giovani rurali indicano che **i corsi formativi incentrati su tali competenze sono ormai obsoleti nei sistemi universitari** e, sebbene l'indagine condotta sulle aziende green evidenzi che il 57,1% di esse forma i propri lavoratori proprio in merito a tali competenze, resta ancora un numero significativo di aziende che non offre tale servizio (42,9%). **Entrambi i fattori limitano le possibilità per i giovani rurali di ricevere una formazione sulle competenze green.**

Il 100% delle aziende green intervistate afferma che i propri candidati devono possedere tali competenze e che la maggior parte della popolazione giovanile rurale è consapevole dell'elevata richiesta di tale requisito: il 62,4% ritiene che **il mercato del lavoro richieda tali competenze** e il 69,9% sostiene che **la formazione incentrata su tali competenze possa aumentare le probabilità di ottenere un green job o di avviare un'impresa green.** Pertanto, il

71% è interessato a ricevere una formazione che permetta di acquisire o potenziare le proprie competenze green.

In aggiunta alle competenze trasversali menzionate precedentemente, nel corso delle interviste, le aziende hanno espresso la particolare **richiesta di conoscenze tecniche relative alla gestione dei rifiuti, alle energie rinnovabili, alla produzione agricola sostenibile, alla misurazione dell'impronta di carbonio o alle certificazioni green.**

D'altra parte, nel corso delle loro interviste, i giovani hanno generalmente riconosciuto l'importanza che tali programmi formativi hanno sia nell'accrescere la loro occupabilità, sia nel permettergli di comprendere come salvaguardare l'ambiente. Essi, però, **hanno anche affermato di non aver ricevuto alcuna formazione al riguardo, soprattutto poiché non erano informati circa la loro esistenza.** Tuttavia, hanno anche evidenziato la presenza di alcuni limiti esterni a tale formazione, come la difficoltà di trovare programmi formativi completi e accreditati, l'eccessiva specializzazione dell'offerta che le aziende dedicano ai giovani e la **manca di aggiornamento dei piani formativi erogati dalle università** in relazione alle esigenze del mercato del lavoro.

- ANALISI DEL LIVELLO DI COMPETENZE IMPRENDITORIALI DEI GIOVANI E DELLA RICHIESTA DI TALI COMPETENZE NEL MERCATO DEL LAVORO

A differenza delle competenze green, la popolazione giovanile rurale ha dimostrato di possedere una maggiore consapevolezza riguardo le competenze imprenditoriali: una grande maggioranza, il 91,7%, afferma di averne sentito parlare (il 38,2% poco, il 40,1% abbastanza e il 13,4% frequentemente). Analogamente, quando viene chiesto loro di affermare di possedere o meno tali competenze in termini generali, **emerge una maggiore differenza relativa alla percentuale di risposte rispetto alle competenze green:** il 46,9% ritiene di possederle, il 37,9% non ne è certo e il 15,2% afferma di esserne privo.

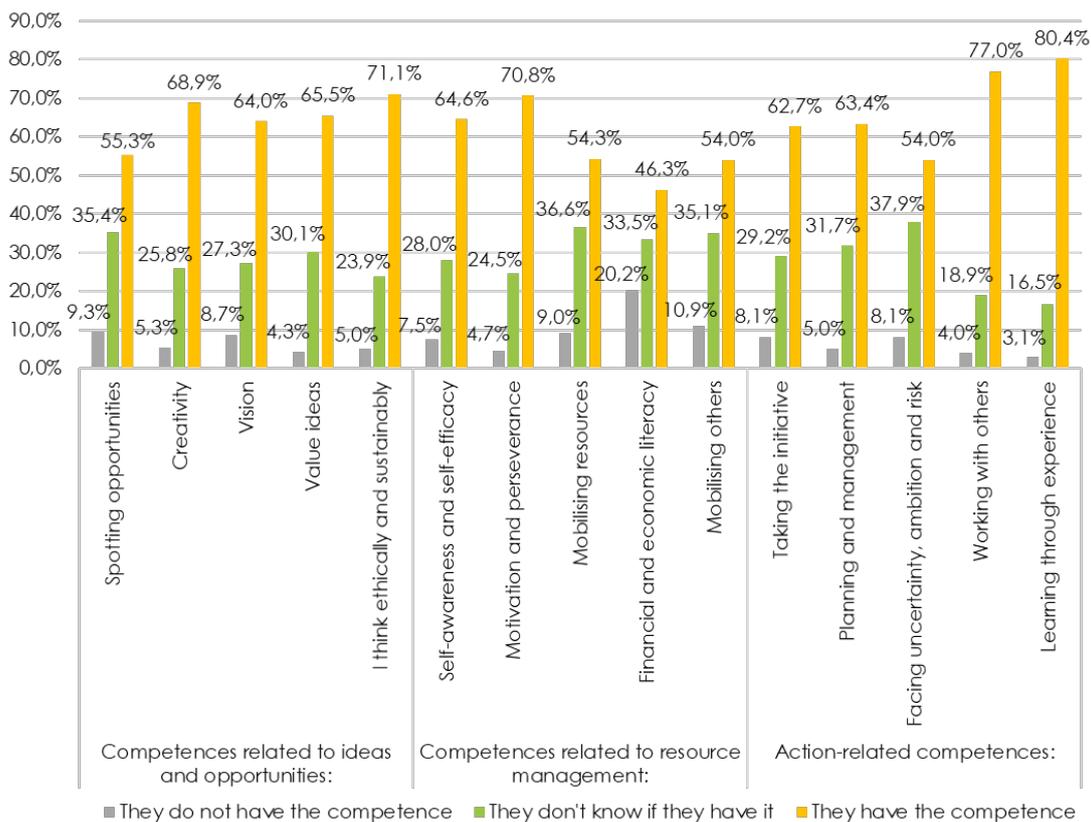
Sulla base del quadro EntreComp, le competenze imprenditoriali sono state suddivise e confrontate con quelle richieste dal mercato dei green jobs. Da ciò **è emerso un allineamento maggiore tra ciò che tale mercato richiede o valuta maggiormente e le competenze che i giovani rurali hanno dichiarato di possedere:** le competenze più richieste appartenenti a ciascun gruppo coincidono con le competenze possedute dai giovani. Tuttavia, **è stata riscontrata una minore richiesta di competenze che potrebbero risultare particolarmente favorevoli all'imprenditorialità:**

- Nell'ambito delle **competenze relative alle idee e alle opportunità**, la proporzione maggiore è stata riscontrata tra il possesso di tali competenze e la richiesta delle stesse da parte del mercato dei green jobs. La competenza appartenente a tale categoria maggiormente richiesta (71,4%) è la **capacità di pensare in modo etico e sostenibile**, che il 71,1% dei giovani rurali ha dichiarato di possedere. In secondo luogo, il mercato dei green jobs richiede la **capacità di visione** (64,3%), presente nel 64% dei giovani, e, in terzo luogo, il 50% del mercato richiede la competenza legata alla **creatività** e quella legata al **dare valore alle idee**, che i giovani ritengono di possedere rispettivamente nel 68,9% e nel 65,5% dei casi. Infine, meno della metà delle aziende (il 42,9%) richiede la capacità di riconoscere le opportunità, nonostante tale competenza sia apprezzata dal 57,1% delle stesse e il 55,3% dei giovani dichiara di possederla.

- Tra le **competenze relative alla gestione delle risorse**, quella che i giovani rurali hanno dichiarato di possedere maggiormente è **la motivazione e la perseveranza** (70,8%), che è anche quella che le imprese richiedono di più (57,1%) nell'ambito di tale gruppo. Inoltre, nonostante il 64,6% dei giovani ritenga di possedere la **capacità di autoconsapevolezza e autoefficacia**, questa viene richiesta solo dal 42,9% delle aziende (sebbene risulti essere apprezzata nel 57,1% dei casi). La **capacità di mobilitare gli altri e l'alfabetizzazione finanziaria** hanno un indice di apprezzamento che varia tra il 57,1% e il 64,3%; nonostante ciò, non vengono espressamente richieste e, inoltre, quasi la metà dei giovani dichiara di possederle (rispettivamente il 54% e il 46,3%), mentre altri giovani, rispettivamente il 35,1% e il 33,5%, non è certo di averle. Infine, la **capacità di mobilitare le risorse** è equamente apprezzata e richiesta nel 42,9% dei casi, nonostante ben il 54,3% dei giovani sostiene di possederla.
- In merito al gruppo di **competenze relative alle azioni**, quelle che i giovani rurali hanno affermato di possedere maggiormente sono la **capacità di imparare dall'esperienza** (80,4%) e la **capacità di lavorare con gli altri** (77%), che sono anche quelle più richieste nel mercato dei green jobs, rispettivamente nel 71,4% e nell'85,7% dei casi. In secondo luogo, le **competenze relative al prendere l'iniziativa e alla capacità di pianificazione e gestione** sono richieste rispettivamente nel 64,3% e nel 50% dei casi, dimostrando di corrispondere alle percentuali di giovani che dichiarano di possederle, rispettivamente il 62,7% e il 63,4%. Infine, la **capacità di affrontare l'ambiguità, l'incertezza e il rischio** è richiesta solo dal 50% delle aziende, coincidendo con i dubbi dei giovani, di cui il 54% dichiara di possederla, mentre il 37,9% non è certo di avere tale competenza.

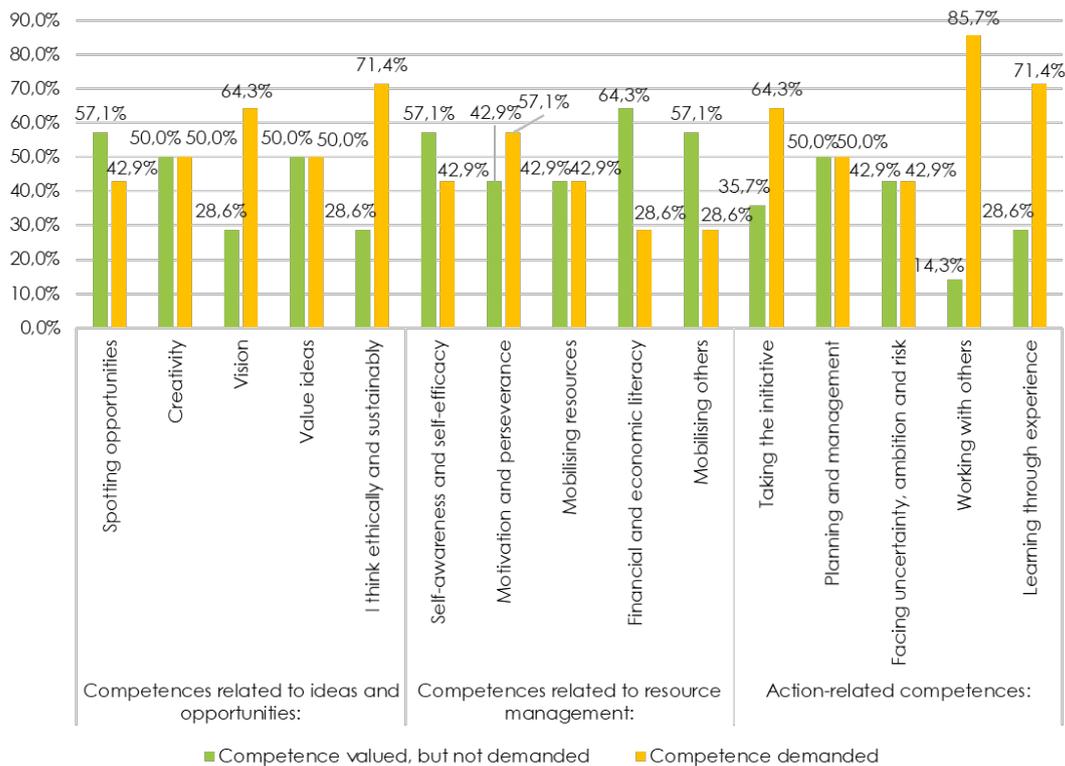
Il Grafico 6 e il Grafico 7 seguenti illustrano le competenze imprenditoriali che i giovani che vivono in aree rurali possiedono maggiormente secondo i dati emersi dall'autovalutazione e le competenze più richieste ed apprezzate dalle aziende green:

Grafico 6: Percentuale di giovani rurali che possiedono capacità imprenditoriali:



Fonte: elaborazione propria

Grafico 7: Percentuale delle competenze imprenditoriali maggiormente apprezzate e richieste dalle aziende green:



Fonte: elaborazione propria

Nonostante ci sia una correlazione tra le competenze imprenditoriali richieste dalle aziende e quelle possedute dai giovani, **è emerso che le competenze più vantaggiose per l'attività imprenditoriale sono, in realtà, quelle meno richieste dal mercato dei green jobs**, quali le competenze relative al riconoscimento delle opportunità, l'autoconsapevolezza e l'autoefficacia, l'alfabetizzazione finanziaria e la capacità di mobilitare gli altri. Sebbene tali competenze non siano state specificamente richieste nelle indagini, esse risultano essere valutate positivamente e compaiono tra quelle maggiormente menzionate nel corso delle interviste, quando si intende promuovere l'imprenditorialità green. Nel corso delle interviste rivolte alle imprese green, alla domanda relativa alle competenze imprenditoriali più richieste, **quelle che si sono distinte per essere elementi chiave nella creazione di nuove imprese sono: fiducia, leadership, creatività, abilità comunicative e conoscenza relativa al riconoscimento delle opportunità.**

Il 71,4% delle imprese green intervistate ha affermato di richiedere competenze imprenditoriali, mostrandosi in linea con la percezione dei giovani rurali, di cui il 73,6% ritiene che tali competenze siano attualmente richieste e **il 73,3% crede che una formazione legata a tali competenze potrebbe aumentare le probabilità di ottenere un green job o di avviare un'impresa green.** In linea con ciò, il 69,6% dei giovani si mostra interessato ad acquisire o a perfezionare tali capacità imprenditoriali.

In merito alle **opportunità formative** sulle competenze imprenditoriali, le interviste rivolte ai giovani rurali hanno evidenziato una mancanza di interesse relativo alla formazione su tali competenze o una mancanza di consapevolezza sull'esistenza di tale formazione. **L'interesse per l'imprenditorialità viene percepito principalmente come un'attività individuale, per la quale si possiedono capacità innate o competenze che si sviluppano a seguito di una lunga esperienza professionale. Tutto ciò causa un ridotto interesse per la formazione relativa a tali competenze.** Sebbene vengano offerte numerose opportunità formative gratuite online, nel momento in cui vengono analizzati i limiti inerenti a tale formazione, essa viene descritta come superficiale o limitata. Al tempo stesso, in alcuni casi è stata riscontrata una maggiore conoscenza delle modalità utili ad accedere a tale formazione, a ottenere informazioni sull'argomento o a trovare qualcuno a cui potersi rivolgere. Pertanto, **tra i giovani rurali esiste un bisogno latente di maggiori servizi di supporto volti a sensibilizzare circa l'importanza e i benefici di possedere tali competenze, al fine di aumentare il loro interesse.**

- ANALISI COMPARATIVA DEL LIVELLO DI COMPETENZE GREEN E IMPRENDITORIALI TRA LA POPOLAZIONE GIOVANILE RURALE E QUELLA URBANA

In merito alle differenze individuate **rispetto alla popolazione giovanile urbana, apparentemente non sono emersi bisogni formativi specifici.** Le aziende non hanno indicato differenze significative relativamente alla presenza di competenze green o imprenditoriali tra i giovani che entrano a far parte delle stesse, sia che provengano da aree rurali, sia che provengano da aree urbane. L'indagine condotta sulle aziende green mostra che il 38,4% afferma che i giovani rurali che si rivolgono loro possiedono competenze green, mentre un altro 38,4% afferma che tali giovani non ne possiedono. Parallelamente, solo il 38,4% delle aziende ritiene che tali giovani possiedano competenze imprenditoriali. Le informazioni ottenute dalle **interviste rivolte alle aziende green sono molteplici:** da un lato, solo in due casi è stato affermato che la popolazione giovanile rurale possiede un maggior numero di competenze green rispetto a quella urbana; in un altro caso è stato dichiarato, invece, che la popolazione

giovanile rurale non possiede tali competenze e che risulta essere meno competitiva di quella urbana (menzionando, però, la maggiore presenza di competenze imprenditoriali); però, la maggioranza (5 intervistati) **attribuisce tali competenze alla natura rurale, poiché ritiene che tale capacità sia di tipo individuale e che, pertanto, dipenda dal livello di studi e dagli interessi personali di ciascun giovane.** Dall'altro lato, però, le aziende intervistate hanno evidenziato che, nonostante dispongano di procedure adatte a individuare tali competenze, **risulta comunque complesso comprendere se i giovani in cerca di lavoro le possedano realmente.**

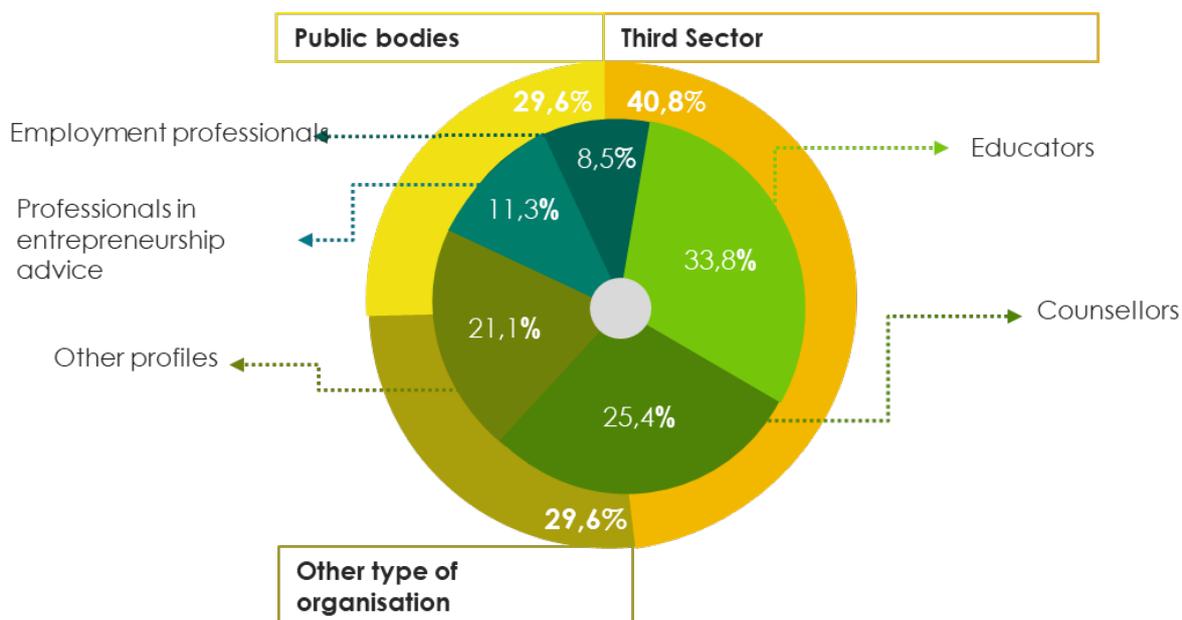
In conclusione, **il 100% e il 92,9% delle aziende green ritiene che le competenze green e imprenditoriali saranno sempre più richieste in futuro** e che, pertanto, è necessario promuovere la formazione che include tali competenze, affinché i giovani possano essere aggiornati sulle esigenze del mercato del lavoro e acquisire le conoscenze necessarie che li incoraggino a diventare imprenditori.

5.3.2. SERVIZIO RICHIESTO DALLA POPOLAZIONE GIOVANILE RURALE IN RELAZIONE ALLA FORMAZIONE NECESSARIA AD ACCEDERE AL MONDO DEL LAVORO E ALL'IMPRENDITORIALITÀ GREEN

Le informazioni raccolte nel presente paragrafo si basano su 71 indagini e 11 interviste che hanno coinvolto professionisti che lavorano per favorire l'occupabilità dei giovani rurali e su 23 indagini condotte sui lavoratori della pubblica amministrazione e appartenenti al terzo settore.

- Il campione di **professionisti che lavorano per favorire l'occupabilità dei giovani** intervistato è composto da una rappresentanza di 5 profili differenti: educatori (33,8%), consulenti del lavoro (25,4%), ulteriori profili dedicati all'occupabilità dei giovani (21,1%), professionisti specializzati nell'offrire consulenze in materia di imprenditorialità (11,3%) e funzionari del lavoro (8,5%). Tali profili appartengono a enti sociali del terzo settore (40,8%), alla pubblica amministrazione (26,9%) o a ulteriori tipologie di organizzazioni (29,6%), come illustrato nel Grafico 8. In totale, la rappresentanza media dei sei Paesi partner del progetto è del 16,6%.

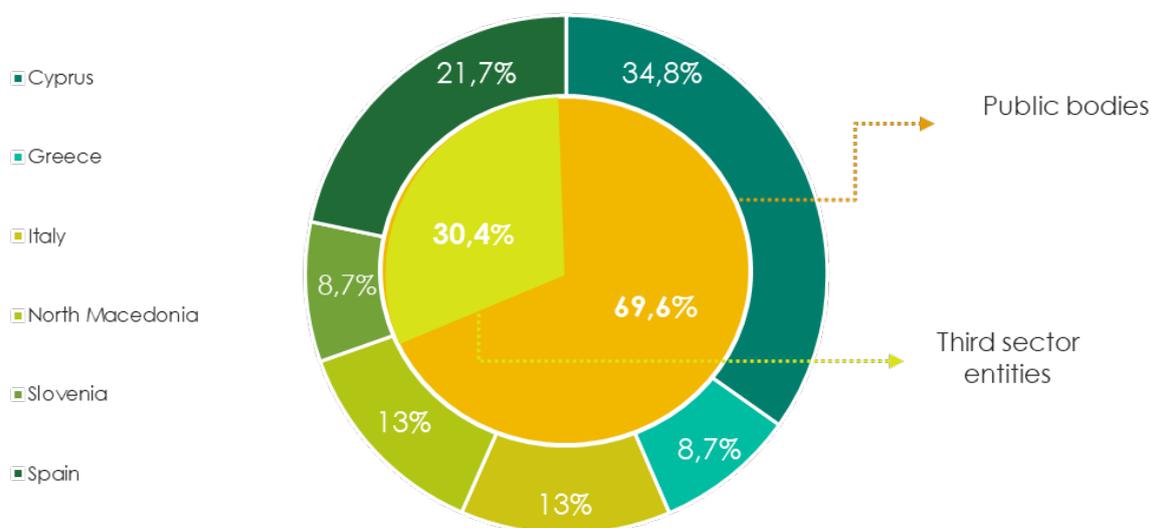
Grafico 8. Distribuzione del campione relativo all'indagine che ha coinvolto i professionisti che lavorano nel campo dell'occupabilità giovanile, in base al profilo professionale e al tipo di organizzazione di appartenenza (%):



Fonte: elaborazione propria

- L'indagine ha coinvolto le **amministrazioni pubbliche** (il 69,6% dei casi) e gli **enti del terzo settore** (il 30,4% dei casi), con una rappresentanza minima di ciascun Paese partner del progetto di circa il 10% (dettagli nel Grafico 9).

Grafico 9. Distribuzione del campione relativo all'indagine che ha coinvolto le amministrazioni pubbliche e gli enti del terzo settore dei Paesi partner del progetto (%):



Fonte: elaborazione propria

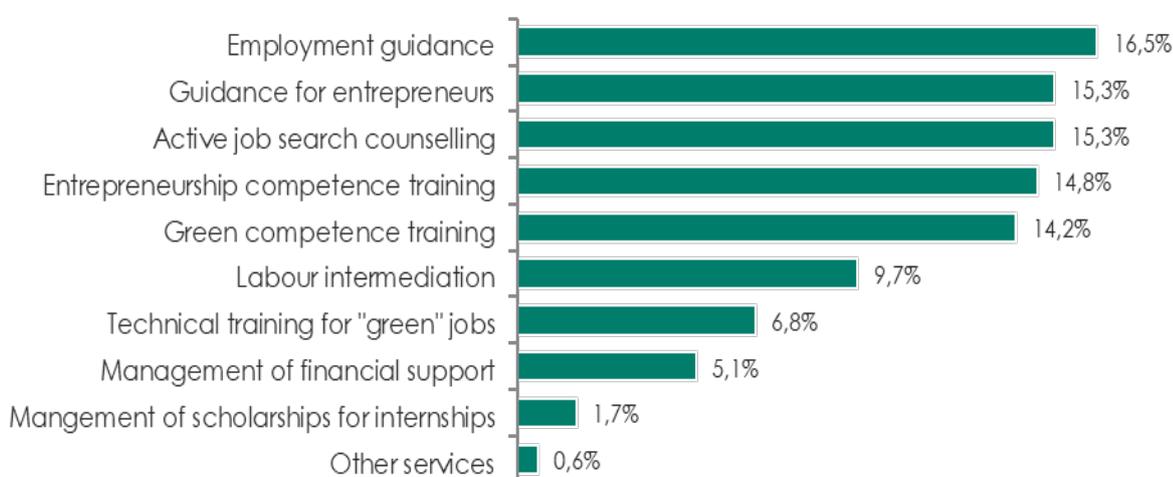
- SERVIZI RIVOLTI AI GIOVANI RURALI

Il presente paragrafo **esplora le modalità attraverso cui le amministrazioni pubbliche e gli enti sociali promuovono l'occupazione e l'imprenditorialità green per la popolazione giovanile rurale**. Ciò avviene sulla base delle informazioni emerse dalle interviste condotte sulla pubblica amministrazione e sul terzo settore e dalle indagini e dalle interviste che hanno coinvolto i professionisti che lavorano nel campo dell'occupabilità giovanile.

In generale, la quasi totalità delle organizzazioni pubbliche e di quelle appartenenti al terzo settore intervistate offre programmi o iniziative dedicate ai giovani utili a trovare un green job (91,3%) o ad avviare un'imprenditorialità green (87%). Tuttavia, **quando agli stessi giovani sono state chieste informazioni relative ai programmi offerti loro, la maggioranza ha affermato di avere un numero insufficiente di programmi o iniziative loro dedicati utili a trovare un green job o a promuovere l'imprenditorialità green (rispettivamente il 47,8% e il 39,1%)**. Anche se in misura minore, va evidenziato che il 38,8% offre un discreto numero di programmi dedicati all'occupazione e che il 26,1% propone programmi che riguardano l'imprenditorialità green, entrambi giudicati molto o abbastanza efficaci (rispettivamente nel 60% e nel 57,9% dei casi).

Analogamente, anche se con percentuali leggermente maggiori, l'indagine rivolta ai professionisti che lavorano nel campo dell'occupabilità giovanile mostra che gli enti dei 6 Paesi partner del progetto, **nel 66,2% dei casi, offrono alla popolazione giovanile rurale servizi di consulenza e/o di formazione specializzati nell'occupazione o nell'imprenditorialità green. Tra i principali servizi specializzati offerti da tali enti vi sono:** 1) consulenze sull'occupazione (16,5%), 2) consulenze sulla ricerca di un lavoro (15,3%) e orientamento per gli imprenditori (15,3%), 3) formazione sulle competenze imprenditoriali (14,8%), 4) formazione sulle competenze green (14,2%). Il Grafico 10 mostra in modo più ampio la percentuale di ciascun servizio offerto.

Grafico 10. Servizi offerti dagli enti intervistati ai giovani rurali e che desiderano trovare un green job o avviare un'impresa green:



Fonte: elaborazione propria

La maggior parte degli enti che offre servizi specializzati ai giovani rurali **indica di avere una richiesta elevata o molto elevata di servizi di consulenza e/o di formazione in materia di**

occupazione o imprenditorialità green (51,1%). Tale percentuale è subito seguita da quella relativa agli enti che affermano di possedere una richiesta scarsa o nulla (48,9%). Nello specifico, i **servizi maggiormente richiesti dalla popolazione giovanile rurale**, illustrati nel Grafico 11, sono: 1) orientamento al lavoro (26,1%), 2) gestione di aiuti finanziari individuali o di project financing (21,7%), 3) consulenza per la ricerca attiva del lavoro (13%) e orientamento per gli imprenditori (13%), 4) intermediazione del lavoro (10,9%). Inoltre, sebbene le formazioni relative alle competenze green e imprenditoriali non rientrino tra i servizi elencati, i professionisti che lavorano nel campo dell'occupabilità giovanile hanno affermato che sono ampiamente **richieste dai giovani rurali** (rispettivamente nel 78,7% e nell'87,2% dei casi).

Grafico 11. Servizi maggiormente richiesti dai giovani rurali:



Fonte: elaborazione propria

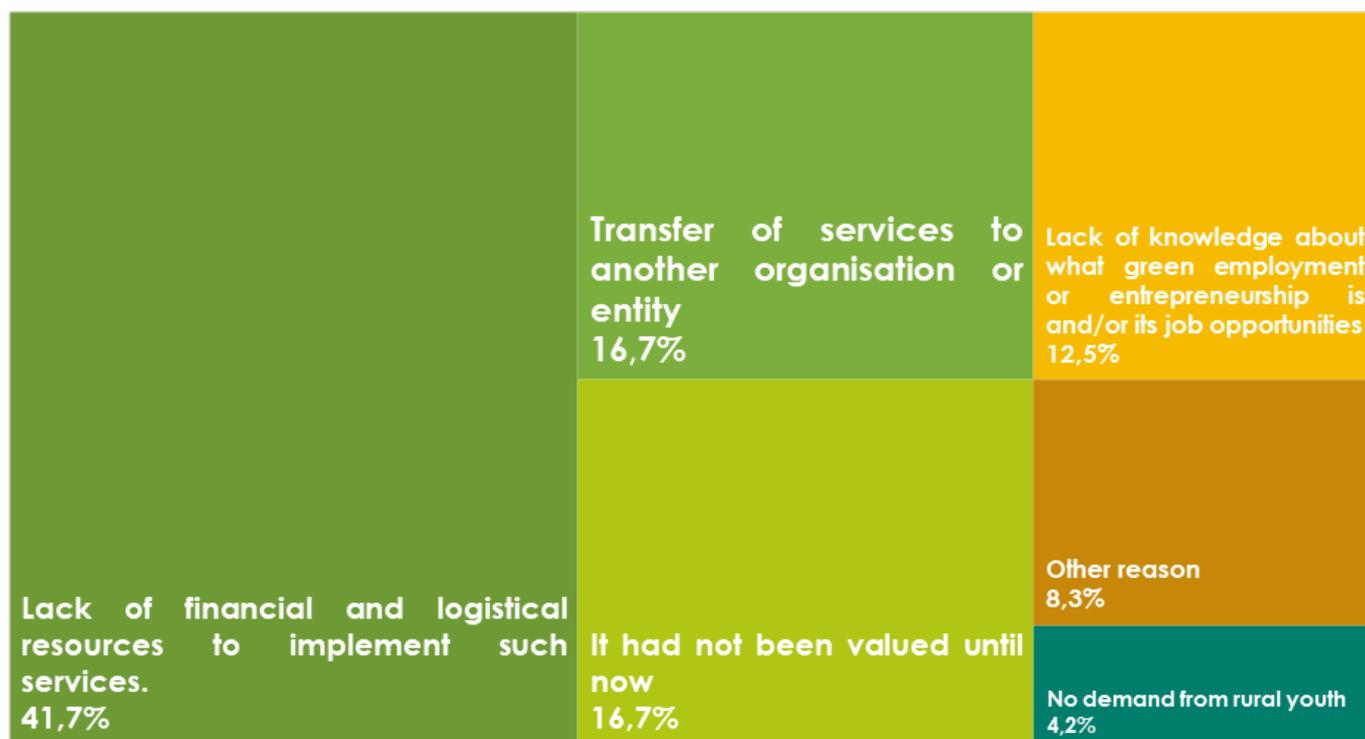
Tali dati riflettono l'interesse della popolazione giovanile rurale per la formazione relativa a questo tipo di competenze, nonostante essa non costituisca una priorità rispetto ad altri servizi. Tuttavia, **i professionisti che lavorano nel campo dell'occupabilità giovanile valutano, con una media di 8,4 su 10, l'importanza per i giovani rurali di possedere una formazione in materia di competenze green o imprenditoriali (utile per l'inserimento in qualsiasi tipologia di lavoro, non solo per i green jobs, visti i conseguenti benefici che si ottengono a livello personale e professionale, come dichiarato nelle interviste).** Analogamente, **gli enti pubblici e i rappresentanti del terzo settore ritengono indispensabile ricevere tale formazione, rispettivamente nel 91,3% e nell'87% dei casi.** Se si considera che, **secondo il 66,2% dei professionisti che lavorano nel campo dell'occupabilità giovanile, la popolazione giovanile rurale incontra maggiori difficoltà nel trovare un lavoro rispetto a quella urbana,** il ruolo delle autorità pubbliche e degli enti del terzo settore è considerato abbastanza o decisamente importante (87%) nel promuovere l'occupazione e l'imprenditorialità green tra i giovani rurali.

Nonostante tali risultati evidenzino l'importanza ricoperta da questa tipologia di servizi nel miglioramento della situazione relativa all'occupazione dei giovani rurali, **gli enti pubblici e i rappresentanti del terzo settore** valutano la promozione a livello nazionale dell'occupazione e dell'imprenditorialità green, attribuendole un punteggio di 5,2 su una scala da 1 a 10.

In tale contesto, le indagini che hanno coinvolto i professionisti che lavorano nel campo dell'occupabilità giovanile hanno evidenziato che **i motivi principali secondo cui non**

vengono offerti servizi specializzati (illustrati nel Grafico 12) sono i seguenti: 1) mancanza di risorse finanziarie e logistiche utili a realizzare servizi di questo tipo (41,7%), 2) trasferimento della gestione di tali servizi ad altri enti (16,7%) o il non aver valutato l'offerta relativa a tali servizi (16,7%), 3) mancanza di conoscenza delle opportunità lavorative offerte dai green jobs e dall'imprenditorialità green (12,5%).

Grafico 12. Motivi secondo cui le organizzazioni non offrono ai giovani rurali servizi di consulenza specializzata e/o di formazione relativa all'occupazione o all'imprenditorialità green:



Fonte: elaborazione propria

Tali risultati evidenziano l'importanza che i professionisti che lavorano nel campo dell'occupabilità giovanile attribuiscono alla formazione relativa alle competenze green e a quelle imprenditoriali, sottolineando, al contempo, **la scarsa offerta di tale formazione e la scarsa percezione che i giovani rurali hanno di essa**, non inserendola tra le priorità dei servizi necessari ad accedere al mercato dei green jobs.

5.3.3. LA NECESSITÀ DI PROMUOVERE L'OCCUPAZIONE E L'IMPRENDITORIALITÀ GREEN TRA I GIOVANI RURALI

Tale paragrafo è basato sulle informazioni ottenute dalle varie tecniche precedentemente menzionate, nello specifico dalle fonti seguenti: indagini e interviste rivolte alla popolazione giovanile rurale, interviste che hanno interessato le imprese green, indagini relative agli enti pubblici e agli enti appartenenti al terzo settore, indagini e interviste relative ai professionisti che lavorano nel campo dell'occupabilità giovanile¹⁴.

¹⁴ I dettagli relativi ai campioni che compongono ciascuna tecnica sono disponibili nel paragrafo in cui si descrive il metodo impiegato. Le percentuali che offrono una visione più dettagliata dell'indagine sono riportate nei sottoparagrafi 5.3.1 e 5.3.2 relativi ai risultati.

- I GREEN JOBS VENGONO PERCEPITI MAGGIORMENTE COME OPPORTUNITÀ LAVORATIVA RISPETTO ALL'IMPRENDITORIALITÀ GREEN

Il 73,9% degli enti pubblici e degli enti del terzo settore intervistati ritiene che i green jobs o l'imprenditorialità green siano percepiti dai giovani rurali come un'opportunità lavorativa, fattore che coincide ampiamente con le informazioni ottenute nelle interviste e nelle indagini rivolte a tali giovani. Da queste ultime, infatti, è emersa l'esistenza di una corretta percezione dei green jobs: la maggior parte dei giovani li **considera un'opportunità lavorativa e la maggior parte di coloro che attualmente è impiegato uno di tali lavori ha espresso il desiderio di voler mantenere tale posizione a lungo termine** (nessuno di loro si è rivolto a un ufficio di collocamento per accedervi). D'altra parte, la maggioranza di coloro che non possiedono alcuna esperienza professionale in tale ambito ha considerato l'idea di accedervi grazie alle conseguenze positive che tali lavori hanno sull'ambiente e alle prospettive di crescita futura che essi offrono. Differentemente, coloro che non hanno considerato tali lavori lo hanno fatto principalmente a causa della scarsa familiarità posseduta nei confronti di tali impieghi, che ha generato in loro mancanza di interesse.

In generale, l'indagine condotta sui giovani rurali mostra che **il 75,5% di essi conosce i green jobs** ed è informato circa la loro presenza nei vari settori economici. Inoltre, sebbene la maggioranza (il 33,2%) abbia affermato di aver preso in considerazione l'idea di lavorare nell'ambito dei green jobs in qualche occasione e il 28,3% ha dichiarato di averlo fatto in più occasioni, **è presente una percentuale significativa di giovani rurali (il 32,3%) che non ha mai valutato tale possibilità (come illustrato nel Grafico 13).**

Relativamente all'**imprenditorialità green**, è presente una **percezione appena più negativa riguardo le opportunità lavorative ad essa collegate**. Le indagini evidenziano che **il 61,5% dei giovani rurali non ha mai considerato di avviare un'impresa green (come mostra il Grafico 14)**. D'altra parte, nessuno dei 12 giovani intervistati possiede esperienze imprenditoriali e, sebbene 8 di loro considerino l'imprenditorialità come un'effettiva opportunità lavorativa, lo affermano nonostante i numerosi fattori legati alla loro limitata esperienza professionale, alla mancanza di risorse e conoscenze utili ad avviare un'impresa o alla mancanza di fiducia riposta nello sviluppo green nazionale¹⁵. **Dei 12 ragazzi intervistati, la metà ha considerato di avviare un'impresa green in futuro, dopo essersi formati di più e dopo aver ottenuto un numero maggiore di risorse**. Le motivazioni di tale scelta sono simili a quelle precedentemente citate in merito all'occupazione green, ovvero le conseguenze positive per l'ambiente e le prospettive di crescita futura, a cui si aggiungono ulteriori ragioni, come la possibilità di usufruire di sovvenzioni e sussidi dedicati a giovani e donne a livello nazionale¹⁶.

Tali risultati mostrano che, **sebbene la maggior parte dei giovani consideri i green jobs un'opportunità lavorativa, resta ancora una percentuale significativa che non è a conoscenza della loro esistenza o che dubita di possedere le competenze necessarie per svolgerli, come indicato nel Grafico 13**: la maggioranza dei giovani ritiene di non essere in grado di svolgere un green job (36,6%), seguita da quelli che sono qualificati per svolgere tali lavori (34,2%) e da coloro che non sono certi di saper lavorare in tale ambito (29,2%). **Analogamente, nonostante**

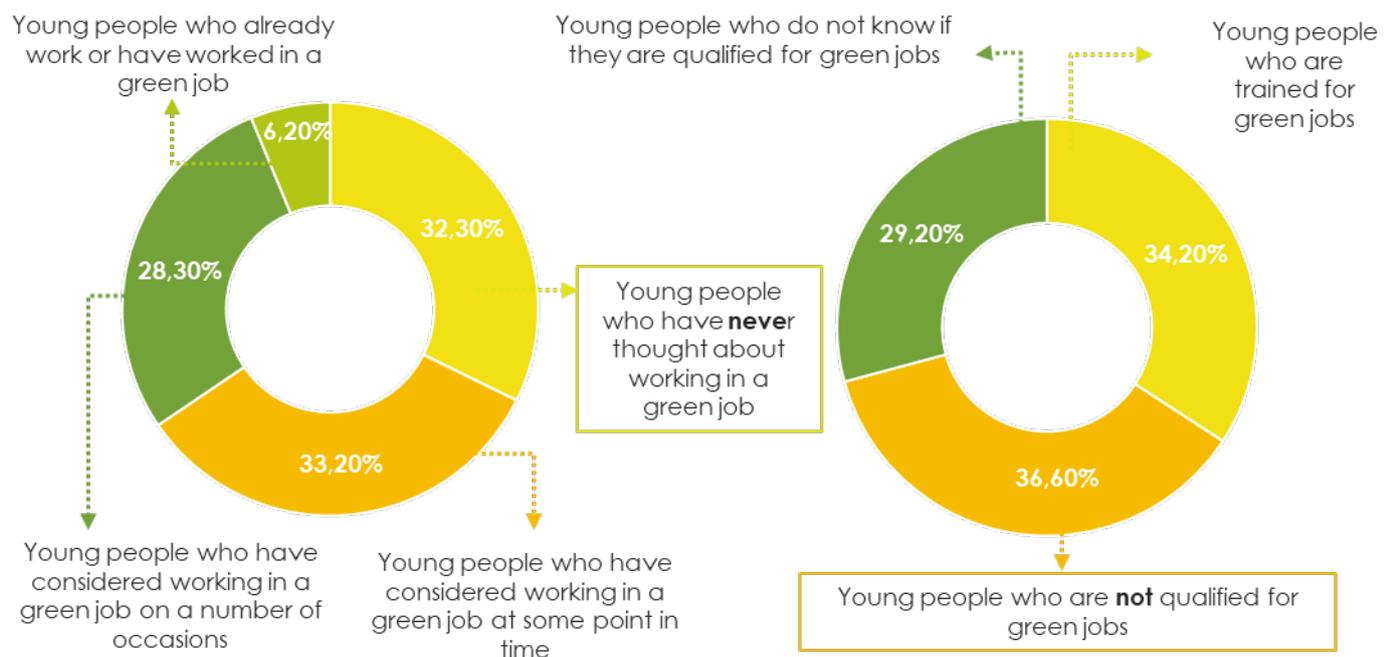
¹⁵ Nello specifico, tale caso è stato riscontrato nelle 2 interviste condotte tra la popolazione giovanile rurale della Macedonia del Nord.

¹⁶ La disponibilità che i giovani e le donne hanno di ricevere sovvenzioni e supporto all'imprenditorialità è stata specificamente menzionata nel corso delle interviste rivolte ai giovani della Spagna.

l'imprenditorialità green sia considerata un'opportunità di lavoro, i giovani non la identificano come una possibilità concreta nel breve periodo.

Non è emersa alcuna differenza statistica legata al genere in termini di conoscenza dei green jobs o di interesse a lavorare in tale ambito. Tuttavia, **le ragazze mostrano di possedere meno fiducia nel momento in cui viene domandato loro se ritengono di possedere le competenze necessarie a svolgere tali lavori.** Infatti, la maggior parte (44,4%) ritiene di non essere qualificata a svolgere un green job, mentre la maggior parte dei ragazzi (45,5%) ritiene di esserlo¹⁷.

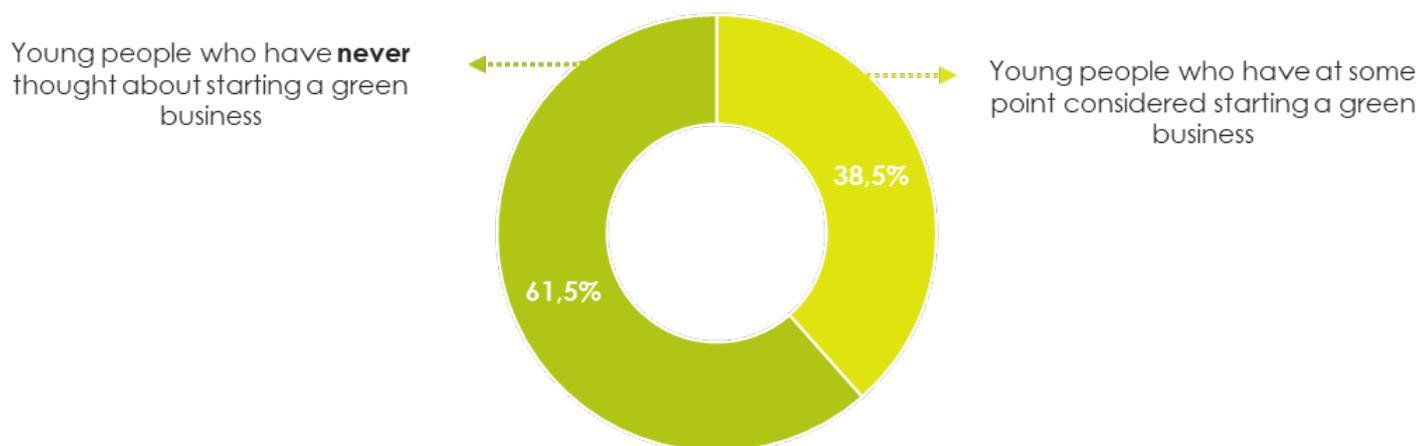
Grafico 13. Percentuale di giovani che considerano la possibilità di lavorare nell'ambito dei green jobs e della loro percezione riguardo la formazione posseduta per svolgere tali lavori:



Fonte: elaborazione propria

¹⁷ $\chi^2 = 19,190$ $p = .001$

Grafico 14. Percentuale di imprenditorialità nei giovani



Fonte: elaborazione propria

Ciò che è emerso dalle interviste rivolte ai professionisti che lavorano nel campo dell'occupabilità giovanile concorda con la prospettiva positiva relativa alle opportunità di green jobs e con le maggiori difficoltà che i giovani incontrano quando scelgono di avviare qualsiasi tipo di attività. Ad eccezione della Macedonia del Nord (dove tali lavori sono considerati ancora emergenti), i professionisti sostengono che i green jobs offrano opportunità di lavoro significative ai giovani rurali. Tuttavia, in Spagna è stata evidenziata anche una difficoltà per accedere a tali lavori, che non dipende principalmente dalla provenienza rurale dei giovani, ma, piuttosto, dall'elevata privatizzazione e dalla scarsa offerta di lavori pubblici, soprattutto nell'ambito della gestione dei rifiuti. Inoltre, sebbene i professionisti percepiscano anche il potenziale dell'imprenditorialità green per l'occupazione rurale, essi concordano sul fatto che questa dipenda ancora molto dalla presenza di aiuti e sovvenzioni che, al momento, sono limitati.

In tale contesto, i professionisti che lavorano nel campo dell'occupabilità giovanile sottolineano la complessità di orientare al lavoro i giovani rurali, a causa della mancanza di un orientamento adeguato sin dalla fase scolastica utile a promuovere il lavoro nelle aree rurali. In generale, essi ritengono che, sebbene le informazioni fornite dalle scuole siano obsolete¹⁸ e la formazione extrascolastica non contribuisca a creare contatti tra i giovani e le aziende, le istituzioni dedicate alla formazione o all'orientamento professionale si impegnano a incoraggiare i giovani ad accedere ai green jobs. Sostengono, inoltre, che l'accesso a tali servizi non venga ulteriormente favorito a causa della mancanza di consapevolezza dei bisogni formativi relativi al settore "green"¹⁹ che, talvolta, è stata collegata al forte dinamismo che tali settori stanno vivendo.

¹⁸ Tale aspetto è stato menzionato nello specifico nelle interviste rivolte ai giovani rurali e ai professionisti che lavorano nel campo dell'occupabilità giovanile in Italia.

¹⁹ Tale mancanza di conoscenza relativa alle opportunità di lavoro green è stata menzionata soprattutto dai professionisti che lavorano nel campo dell'occupabilità giovanile della Macedonia del Nord.

Inoltre, **in merito all'imprenditorialità green**, nella maggioranza dei Paesi partner del progetto, i professionisti che lavorano nel campo dell'occupabilità giovanile affermano che le istituzioni dedicate alla formazione o all'orientamento professionale incoraggiano i giovani ad avviare imprese green. Al contempo, però, ritengono che tali interventi non siano sufficienti ed evidenziano due limiti principali: 1) nonostante l'esistenza di vari programmi di formazione (soprattutto online) sullo sviluppo dell'imprenditorialità, **spesso tali approcci risultano essere eccessivamente teorici e generici e raramente si concentrano sulle esigenze e sulle situazioni specifiche dei giovani**. 2) Spesso, inoltre, c'è **carenza di risorse finanziarie**, fattore che rende complesso ai giovani imprenditori concretizzare i propri progetti. A tal proposito, nei casi in cui si è ritenuto che i giovani rurali non siano incoraggiati ad avviare imprese green (ovvero in Slovenia, Italia e Macedonia del Nord), è stato evidenziato un limite ulteriore: la mancanza di preparazione dei professionisti che operano nel campo della formazione e dell'orientamento al lavoro.

Le autorità pubbliche e le organizzazioni del terzo settore possono svolgere un ruolo significativo nell'**evidenziare le opportunità lavorative offerte dai green jobs a coloro che non ne sono ancora a conoscenza e nel responsabilizzare chi, pur conoscendole, non si ritiene attualmente in grado di svolgere tali lavori**. Analogamente, conoscere le opportunità offerte ai giovani dall'imprenditorialità green può contribuire a migliorare l'attuale percezione relativa alle opportunità lavorative offerte nella regione in cui vivono. Tuttavia, c'è la **profonda necessità di aggiornare i programmi formativi esistenti e di arricchirli con il maggior numero possibile di risorse, preferibilmente compatibili con la realtà in cui vivono tali giovani**.

- STRATEGIE UTILI A PROMUOVERE L'OCCUPAZIONE E L'IMPRENDITORIALITÀ GREEN TRA I GIOVANI RURALI

Sulla base delle esigenze relative ai servizi e ai programmi formativi rivolti ai giovani rurali, sono state raccolte le proposte emerse dalle interviste che hanno coinvolto i vari profili: giovani, imprese green e professionisti che lavorano nel campo dell'occupabilità giovanile, al fine di offrire un contributo utile a trarre le raccomandazioni finali della presente ricerca.

Tali proposte strategiche sono riassunte nella Tabella 3 e nella Tabella 4, allo scopo di **promuovere sia la formazione relativa alle competenze green e imprenditoriali, sia un maggiore accesso all'occupazione e all'imprenditorialità green**.

Tabella 3: Elenco delle strategie utili a promuovere la formazione relativa alle competenze green e all'imprenditorialità, dalla prospettiva dei giovani rurali, delle aziende green e dei professionisti che lavorano nel campo dell'occupabilità giovanile

PROMUOVERE LA FORMAZIONE RELATIVA ALLE COMPETENZE GREEN E ALL'IMPRENDITORIALITÀ

GIOVANI RURALI	AZIENDE GREEN	PROFESSIONISTI CHE LAVORANO NEL CAMPO DELL'OCCUPABILITÀ GIOVANILE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Promuovere la formazione degli insegnanti in tali competenze, affinché possano trasmetterle agli alunni sin dal periodo scolastico. 2. Creare più relazioni tra Comuni e istituzioni educative e offrire una formazione a livello locale. 3. Sfruttare le risorse online per la formazione, considerati i vantaggi per la popolazione rurale, senza però rinunciare gli incontri in presenza, che contribuiscono a creare legami e a ridurre il senso di solitudine. 4. Nell'ambito della formazione online, promuovere sessioni in presenza che favoriscano l'interazione e la vicinanza della popolazione giovanile rurale. 5. Utilizzare nuove strategie educative, come le applicazioni mobili, che rendano la formazione relativa a tali competenze interattiva. 6. Offrire una formazione più pratica sull'imprenditorialità. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Offrire una formazione relativa alle competenze nelle aziende, all'interno delle quali, tramite uno stage, i ragazzi possono metterle in pratica. 2. Aumentare la fiducia dei giovani rurali, affinché siano motivati a cercare delle opportunità per migliorare la loro formazione all'interno di un contesto tanto dinamico. 3. Creare reti tra aziende e giovani che li aiutino a sviluppare tali competenze e ad agire come tutor, affinché acquisiscano consapevolezza riguardo le esigenze del mercato del lavoro. 4. Tentare di mostrare ai giovani l'importanza di dare valore alle piccole azioni quotidiane, che rappresenta il modo attraverso cui tali competenze vengono interiorizzate. 5. Sensibilizzare sull'importanza della formazione, anche riguardo quei lavori in cui potrebbe essere considerata non necessaria, come nel settore agricolo, ad esempio. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formare insegnanti ed educatori su tali competenze, allo scopo di incoraggiarne una maggiore trasmissione alla popolazione giovanile locale. 2. Promuovere gli incontri tra aziende e giovani, allo scopo di favorire la conoscenza di questa tipologia di formazione e di agire da motivatori. 3. Realizzare campagne di sensibilizzazione, creare dibattiti pubblici, rafforzare i legami con le scuole e offrire programmi di formazione e tutoraggio gratuiti, al fine di promuoverne la conoscenza e l'accesso dei giovani. 4. Agire da motivatori per favorire la formazione relativa a tali competenze, rendendone visibile il potere trasformativo, non solo a livello professionale ma anche a livello personale, e il potenziale impatto a livello locale. 5. Adattarsi alle nuove esigenze dei giovani, soprattutto alle nuove modalità di interazione e ai nuovi approcci didattici disponibili, offrendo loro, ad esempio, una formazione più pratica o di tipo tecnologico e sfruttando metodi di insegnamento meno formali.

Fonte: elaborazione propria

Tabella 4: Elenco delle strategie utili a promuovere l'accesso all'occupazione e all'imprenditorialità green, dalla prospettiva dei giovani rurali, delle aziende green e dei professionisti che lavorano nel campo dell'occupabilità giovanile

	GIOVANI RURALI	AZIENDE GREEN	PROFESSIONISTI CHE LAVORANO NEL CAMPO DELL'OCCUPABILITÀ GIOVANILE
PROMUOVERE I GREEN JOBS E L'IMPRENDITORIALITÀ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conoscere i benefici e i vantaggi dei green jobs a livello ambientale, sociale e lavorativo, affinché i giovani siano motivati a inserirsi nel mercato che interessa tali lavori. 2. Informarsi riguardo i casì aziendali di successo dei giovani rurali e promuovere incontri tra questi ultimi e la popolazione giovanile rurale. 3. Conoscere le opportunità disponibili all'interno del settore green attraverso strumenti come le piattaforme per la ricerca di lavoro o i siti dedicati alle imprese green. 4. Offrire servizi specifici che permettano ai giovani rurali di: 1) conoscere le opportunità legate ai green jobs, 2) beneficiare della formazione disponibile utile ad accedere a tali lavori, 3) ricevere consulenze in merito alle sovvenzioni disponibili per l'imprenditorialità o per la formazione in tali settori. 5. Incoraggiare il coinvolgimento delle aziende nelle scuole attraverso visite e dimostrazioni pratiche. 6. Promuovere una maggiore inclusività nei green jobs per le minoranze sociali. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sfruttare il legame tra la popolazione giovanile rurale e l'ambiente naturale e incentivare tali lavori sensibilizzando sui molteplici benefici che hanno a livello sociale e ambientale. 2. Incentivare l'imprenditorialità e coinvolgere i giovani nelle iniziative green, fornendo loro l'accesso alle informazioni e favorendo, pertanto, un rapporto più stretto tra questi e le aziende. 3. Rafforzare i legami tra imprese green e giovani, tenendo questi ultimi informati sulle tendenze del mercato e offrendo stage e formazione certificata in vari settori, come quello delle energie rinnovabili o dell'agricoltura sostenibile. 4. Pubblicizzare le buone pratiche individuate in altri territori e le modalità attraverso cui possano essere adattate a nuovi contesti locali e nazionali. 5. Educare i giovani ai valori al fine di stimolare il loro interesse verso i lavori etici e sostenibili. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promuovere incontri tra imprenditori all'interno delle aree rurali, affinché agiscano da motivatori e contrastino il senso di solitudine provato dai giovani che tentano di diventare imprenditori. 2. Sensibilizzare gli educatori e i consulenti del lavoro legati ai green jobs, affinché possano promuovere efficacemente tali lavori tra la popolazione giovanile rurale o tra coloro che intendono trasferirsi nelle aree rurali. 3. Promuovere il legame tra sostenibilità e imprenditorialità sin dalle prime fasi dell'istruzione. 4. Evidenziare il potenziale delle aree rurali e opportunità uniche di occupazione green ad esse associate attraverso campagne di sensibilizzazione incentrate sull'imprenditorialità green in tali aree. 5. Promuovere opportunità di formazione tra i giovani migranti interessati a trasferirsi nelle aree rurali²⁰.

Fonte: elaborazione propria

²⁰ Le interviste con i professionisti che lavorano nel settore dell'occupabilità in Spagna hanno evidenziato che le opportunità legate ai green jobs non vengono differenziate da quelle legate ad altri lavori convenzionali e che le opportunità di formazione risultano essere insufficienti per i giovani migranti, che incontrano già delle difficoltà per accedere alla formazione gratuita, a causa dei ritardi nelle procedure necessarie alla loro regolarizzazione nel Paese.

La raccolta delle proposte relative al miglioramento della formazione sulle competenze e a una maggiore partecipazione al mercato dei green jobs mostra una similitudine tra varie proposte dei diversi profili intervistati, **in particolare nei punti seguenti:**

- La necessità di promuovere tale formazione e tali interessi sin dalle prime fasi dell'istruzione;
- Rafforzare i legami tra i diversi profili (giovani, imprese ed enti sociali) per creare reti che ispirino e motivino i giovani che rurali ad inserirsi nel mercato dei green jobs;
- Offrire ai giovani delle opportunità reali di partecipazione al mercato dei green jobs attraverso stage da svolgere all'interno di aziende green;
- Aggiornare la formazione esistente sulla base delle nuove esigenze dei giovani, che chiedono una maggiore praticità e specificità delle conoscenze acquisite.

6. CONCLUSIONI

I risultati del presente studio attestano le opportunità offerte dal mercato dei green jobs in Europa dopo aver **individuato nicchie occupazionali green in all'interno di 12 settori differenti nei 6 Paesi analizzati e aver rilevato 68 buone pratiche che promuovono tali attività.**

La pluralità dei metodi adottati ha permesso di comprendere i **bisogni formativi dei giovani rurali in termini di competenze green e imprenditoriali** e nell'ottica di profili e approcci differenti, dimostrando, al contempo, che tale gruppo percepisce i benefici della formazione relativa alle competenze green e imprenditoriali. Nonostante ciò, è emerso che:

- Sebbene la popolazione giovanile rurale possieda competenze green e imprenditoriali, resta ancora una percentuale considerevole di giovani che non è in grado di comprendere se effettivamente le possiede e/o che non è a conoscenza dell'esistenza di tale formazione;
- Le ragazze possiedono una maggiore sfiducia sul loro coinvolgimento nei green jobs;
- L'attuale formazione relativa alle competenze green è considerata obsoleta nell'ambito del sistema educativo ed eccessivamente specializzata quando viene erogata nelle aziende. Infatti, la formazione maggiormente diffusa è quella offerta online, caratterizzata dall'essere teorica e poco pratica;
- Le competenze imprenditoriali meno richieste dalle imprese sono anche quelle più favorevoli all'imprenditorialità, ed è proprio nell'autovalutazione relativa a tali competenze che i giovani rurali hanno bisogno di ricevere maggiore formazione;
- Tali competenze vengono ancora individuate con difficoltà dalle aziende green nel corso dei loro processi di selezione.

Analogamente, **è necessario ampliare i servizi di formazione offerti alla popolazione giovanile rurale, sia in termini di formazione relativa alle competenze che di accesso al mercato dei green jobs:**

- I giovani rurali richiedono una formazione relativa alle competenze green e imprenditoriali, nonostante questa non sia prioritaria rispetto ad altri servizi per l'impiego. Allo stesso tempo, gli esperti intervistati ritengono che tale formazione sia estremamente importante per aumentare le opportunità lavorative di tali giovani;
- Nonostante esistano servizi specializzati per l'inserimento della popolazione giovanile rurale nel mercato dei green jobs, essi risultano essere insufficienti. Infatti, soprattutto a causa della natura dinamica di tali servizi, esiste ancora un forte bisogno di servizi di consulenza e supporto rivolti sia alla formazione sia alle opportunità legata all'imprenditorialità green;
- È necessario che la formazione rivolta ai giovani rurali venga riadattata al fine di rispondere alle esigenze dei contesti rurali e ai nuovi bisogni del mercato dei green jobs;
- È ancora necessaria una maggiore informazione sulle opportunità offerte dal mercato dei green jobs rivolta ai giovani che non ne sono a conoscenza. A tal proposito, è importante incentivare ulteriormente le opportunità di lavoro nell'imprenditoria green, a causa della crescente sfiducia della popolazione giovanile dovuta alla forte dipendenza da sovvenzioni e sostegni e alla loro limitata conoscenza ed esperienza professionale;
- È necessario continuare a lavorare al fine di garantire che gli ambienti relativi ai green jobs offrano reali opportunità di inclusione sociale.

7. RACCOMANDAZIONI PER IL SODDISFACIMENTO DEI BISOGNI FORMATIVI DEI GIOVANI RURALI

Le raccomandazioni raccolte nel presente capitolo hanno lo scopo di riassumere le informazioni più rilevanti per lo sviluppo di nuovi programmi formativi che includano competenze green e imprenditoriali.

Relativamente al contenuto dei corsi di formazione, si suggerisce:

- I corsi di formazione relativi alle competenze green dovrebbero fornire **principalmente conoscenze pratiche**, consentendo di **aggiornare** le conoscenze relative all'impiego delle competenze apprese **in base alle esigenze del mercato del lavoro**;
- Promuovere il **coinvolgimento delle imprese green** nei corsi di formazione, al fine di offrire conoscenze dirette sulle opportunità e sui vantaggi legati ai green jobs;
- Includere **storie di successo nei corsi di formazione e organizzare incontri con i giovani imprenditori rurali** al fine di stimolare la creatività e l'entusiasmo per l'imprenditorialità tra i giovani;
- **Integrare la formazione relativa alle competenze green con una formazione tecnica** legata a settori quali la gestione dei rifiuti, le energie rinnovabili, la produzione agricola sostenibile, la misurazione dell'impronta di carbonio o le certificazioni green;
- Includere una **prospettiva di genere** nella progettazione di tali corsi, al fine di ridurre il divario di conoscenza e partecipazione nel mercato dei green jobs;
- **Tenere in considerazione le informazioni relative ai contesti rurali:**
 - Conoscenza delle **difficoltà specifiche dell'imprenditorialità**, come l'assenza di locali commerciali o di registri dei locali commerciali disponibili, e le strategie utili a fronteggiarle;
 - Conoscenza delle **strategie di cooperazione tra le imprese**, come la condivisione delle risorse o dei rivenditori con il resto della popolazione rurale, per tentare di condividere il più possibile i costi e di aumentare la competitività delle aziende rurali rispetto alle multinazionali;
 - Conoscenza dei **problemi associati all'accesso ai terreni agricoli** nello sviluppo agroalimentare e le strategie per affrontarli.

Relativamente all'organizzazione dei corsi di formazione:

- Nonostante i benefici introdotti dalla formazione online nelle aree rurali, è raccomandabile **non interrompere le sessioni in presenza**, allo scopo di incoraggiare la creazione di reti e legami tra i diversi profili (giovani, aziende, amministrazioni pubbliche ed enti sociali). Tali incontri rafforzano le relazioni e permettono ai giovani di percepire un supporto maggiore nei loro progetti lavorativi;
- I nuovi corsi di formazione dovrebbero essere **più innovativi nei loro metodi di insegnamento**, includendo l'utilizzo di strumenti TIC e di metodi di insegnamento interattivi o meno tradizionali;
- È consigliabile offrire ai giovani rurali l'opportunità di mettere in pratica le conoscenze apprese nelle aziende green attraverso degli **stage**. In tal modo, sarà possibile incentivare il collegamento tra opportunità formative e lavorative;
- È consigliabile che la **formazione relativa alle competenze green sia completata da certificazioni**, con l'obiettivo di aiutare le aziende a individuare tali competenze nei processi di assunzione;
- È opportuno **offrire un ampio numero di corsi formativi suddivisi in vari livelli**, da quelli base a quelli più specializzati, che siano **accessibili ai gruppi a rischio di esclusione sociale**, come i giovani migranti o gli individui appartenenti a gruppi minoritari.

8. BIBLIOGRAFIA

- ATEI (2022a). Alianza para la Transición Energética Inclusiva. Repsol Fundación y Fundación Santa María la Real. <https://alianzatransicioninclusiva.com/tag/fundacion-santa-maria-la-real/>
- ATEI (2022b). *Informe sobre oportunidades de empleo para colectivos vulnerables en el sector de la Iluminación Sostenible*. Alianza para la Transición Energética Inclusiva. Repsol Fundación y Fundación Santa María la Real. <https://alianzatransicioninclusiva.com/tag/fundacion-santa-maria-la-real/>
- ATEI (2021b). *Informe sobre oportunidades de empleo para colectivos vulnerables en el sector de la Reforestación/Reducción de emisiones en Spain*. Alianza para la Transición Energética Inclusiva. Repsol Fundación y Fundación Santa María la Real. <https://alianzatransicioninclusiva.com/tag/fundacion-santa-maria-la-real/>
- ATEI (2021a). *Informe sobre oportunidades de empleo para colectivos vulnerables en el sector de la Movilidad Sostenible en Spain*. Alianza para la Transición Energética Inclusiva. Repsol Fundación y Fundación Santa María la Real. <https://alianzatransicioninclusiva.com/tag/fundacion-santa-maria-la-real/>
- Avsec, S. e Kaučič, B. (2018). Green economy for sustainable environment: Slovenian perspective. *Środowisko Mieszkaniowe* 21, 62–71. <https://doi.org/10.4467/25438700sm.17.069.7926>
- Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, e Van den Brande, G. (2016). *EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework*. Luxembourg: Publication Office of the European Union. doi:10.2791/593884.
- CEDEFOP (2010). *Skills for green jobs*. European Synthesis Report. European Centre for the Development of Vocational Training, International Labour Organization.
- CEDEFOP (2021). *The green employment and skills transformation: insights from a European Green Deal skills forecast scenario*. Luxembourg: Publications Office. <http://data.europa.eu/doi/10.2801/112540>
- CEDEFOP (2022). *Work-Based Learning and the Green Transition*. https://www.cedefop.europa.eu/files/2232_en_0.pdf
- Comisión Europea (2010). *EUROPA 2020 Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador*. Bruselas.
- Comisión Europea (2017). *Technical handbook on the monitoring and evaluation framework of the Common Agricultural Policy 2014 – 2020*. Directorate-general for Agriculture and Rural Development. June 2017. European Commission. https://agriculture.ec.europa.eu/system/files/2018-10/technical-handbook-monitoring-evaluation-framework_june17_en_0.pdf
- Comisión Europea (2019). *El Pacto Verde Europeo*. Comisión Europea. Bruselas.
- Comisión Europea (2021). *Una Visión a largo plazo para las zonas rurales de la UE: hacia unas zonas rurales más fuertes, conectadas, resilientes y prósperas antes de 2040*. Comisión Europea. Bruselas. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:52021DC0345&from=SK>

- Comisión Europea (2022a). *GreenComp. El marco europeo de competencias sobre sostenibilidad*. Joint Research Centre. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/bc83061d-74ec-11ec-9136-01aa75ed71a1/language-es>
- Comisión Europea (2022b). *At a glance: Greece's Cap Strategic Plan*. Agriculture and rural development. European Commission. https://rural-interfaces.eu/wp-content/uploads/2020/04/csp-at-a-glance-greece_en.pdf
- Díaz-Catalán, C. y Díaz-Chorne, L. (2016). No es país para emprendedores: emprendimiento y movilidad juvenil en Europa. *Revista de Estudios de Juventud*, 113.
- Ecnopoly (2022). Ecco al via la carica delle professioni green, anche in Italy. *Il Sole 24 Ore*. <https://www.econopoly.ilsole24ore.com/2022/05/09/professioni-green-lavoro/>
- EP (2021a). La UE moviliza medios para sofocar los incendios en Italy, Greece y los Balcanes. *Europa Press Internacional*. <https://www.europapress.es/internacional/noticia-ue-moviliza-medios-sofocar-incendios-Italy-Greece-balcanes-20210804160643.html>
- EP (2021b). Las autoridades dan temporalmente por controlado el incendio más grande de la historia de Chipre. *Europa Press Internacional*. <https://www.europapress.es/internacional/noticia-enorme-incendio-forestal-deja-menos-cuatro-muertos-suroeste-chipre-20210704091519.html>
- EP (2022). Slovenia moviliza a 2.000 efectivos para combatir los graves incendios. *Europa Press Internacional*. <https://www.europapress.es/internacional/noticia-Slovenia-moviliza-2000-efectivos-combatir-graves-incendios-20220724204335.html>
- EuroNews (2023). La ola de calor aviva los incendios en Europa. <https://es.euronews.com/2023/07/17/nuevos-en-incendios-en-el-sur-de-europa>
- Eurostat (2022). National structures. Correspondence between the NUTS levels and the national administrative units. <https://bit.ly/3oP0bTU>
- FAM (2020). *Informe GEM Italy 2019-2020. GEM - Encuesta Global de Emprendimiento*. Fondazione Aristide Merloni. https://www.researchgate.net/publication/358089417_Global_Entrepreneurship_Monitor_GEM_Italy_2019-2020_-_report
- Forética (2022). *Jobs 2030: Futuro del trabajo*. Observatorio español de empleo verde y transición justa. https://foretica.org/wp-content/uploads/2022/11/Jobs-2030-Futuro-del-Trabajo_ObservatorioEspanolEmpleoVerdeyTransicionJusta.pdf
- Fundación Biodiversidad (2023). *Empleo y transición ecológica. Yacimientos de empleo, transformación laboral y retos formativos en los sectores relacionados con el cambio climático y la biodiversidad en Spain*. Gobierno de Spain, Ministerio para la Transición Ecológica y el reto demográfico. https://fundacion-biodiversidad.es/wp-content/uploads/2023/05/Estudio-Empleo-y-Transicion-Ecologica_-def.pdf?utm_campaign=estudio-de-yacimientos&utm_medium=email&utm_source=acumbamail
- Gelasio, T. y Gisotti, M. (2019). *100 green jobs per trovare lavoro. Guida alle professioni sicure, circolari e sostenibili*. Edizioni Ambiente. <https://shop.edizioniambiente.it/catalogo/100-green-jobs-per-trovare-lavoro>
- GEM (2014). *El emprendimiento en Macedonia, cuarta investigación (ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО ВО МАКЕДОНИЈА четврто истражување)*. GEM - Encuesta Global de Emprendimiento. Fundación de Desarrollo de Macedonia para Empresas

- (MRFP). <https://www.gem-makedonija.org.mk/wp-content/uploads/2017/01/pretpriemnistvo-vo-makedonija-gem2013.pdf>
- GEM (2023a). *Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023. Global Report: Adapting to a "New Normal"*. London: GEM.
- GEM (2023b). *Global Entrepreneurship Monitor*. <https://bit.ly/2qHwPWb> (Consultado el 3 de abril de 2023)
- Gobierno de Spain (2011). *Oportunidades para la creación de empleo en el Medio Rural*. Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. http://www.rurapolis.es/models/recursos/5/gqvlpVXsUCaFYn4Oportunidades_para_la_creacion_de_empleo_en_el_medio_rural.pdf?1417447812
- Gobierno de Spain (2016). *Estrategia española de Bioeconomía Horizonte 2030*. Ministerio de Economía y Competitividad. https://www.mapa.gob.es/ca/desarrollo-rural/temas/innovacion-medio-rural/estrategiaenbioeconomia23_12_15_tcm34-560119.pdf
- Gobierno de Spain (2019). *Estrategia de Transición Justa*. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. https://www.transicionjusta.gob.es/Documents/common/Estrategia_Transicion_Justa-Def.PDF
- Gobierno de Spain (2020). *Spain Circular 2030. Estrategia Española de Economía Circular*. Ministerio para la transición ecológica y el reto demográfico. <https://www.miteco.gob.es/fr/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/economia-circular/estrategia.html>
- Gonzalez-Morales, O., Peza-Vazquez, R., y Contreras-Cueva, A. (2019). Las políticas de emprendimiento en Europa: un estudio comparado por países. *International Review of Economic Policy: Revista Internacional de Política Económica*, 1(1), 72-85. <https://doi.org/10.7203/IREP.1.1.16458>
- Gospodarska zbornica Slovenije (2017). *Podjetja z okoljskimi dejavnostmi*. Retrieved from <https://www.gzs.si/>
- ICEX (2022). *El mercado de las infraestructuras de agua y residuos en Chipre*. ICEX Spain Exportación e inversión. Estudio de Mercado. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de Spain en Atenas. https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/011/documentos/2022/11/estudio-de-mercado--el-mercado-de-las-infraestructuras-de-agua-y-residuos-en-chipre-2022-/Agua%20y%20residuos%20Chipre_final.pdf
- IEA (2020). *International Energy Agency. Greece*. <https://www.iea.org/countries/greece>
- IRENA (2023). *Cyprus Ministry of Energy, Commerce, and Industry. Energy Transition and Job Creation in Cyprus*. Government of Cyprus. <https://energy.gov.cy/assets/entiposiliko/RENEWABLE%20ENERGY%20ROADMAP%20FOR%20THE%20REPUBLIC%20OF%20CYPRUS.pdf>
- ISTAS y Ecoembes (2019). *Generación de empleo verde, calidad del empleo y valor añadido del sistema colectivo de Ecoembes*. Instituto Sindical de Trabajo, Ambiente y Salud y Ecoembes. <https://habitat.ccoo.es/4b7b5868897b5096df824dd8ebd65da7000072.pdf>

- Mitevka, M., Salamun, K. L., Nieckarz, K., y Jovanov Skopje, S. (2019). *Sustainability Advisors: Discussing the potential for new green jobs among young people in Europe*. European Commission Erasmus+ Programme. http://humanost.org.mk/wp-content/uploads/2020/01/Final-document_compressed_20190801_052513.pdf
- Morgan J.P. y Konecna Fundación (2021). *Empleo Verde Agenda 2030*. Observatorio Empleo Verde. <https://www.fundacionkonecna.org/wp-content/uploads/2023/03/211209-EJECUTIVO-EMPLEO-VERDE-JP-MORGANcast.pdf>
- Naciones Unidas (2015). *Acuerdo de París de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (UNFCCC)*. Naciones Unidas (ONU).
- Nedanovski, P. (2013). *Green Jobs Case Study of the Republic of Macedonia*. USAID, Habitat for Humanity, Macedonia. <https://getwarmhomes.org/wp-content/uploads/2016/05/angliska.pdf>
- OEE (2023). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM Spain 2022-2023*. Observatorio del Emprendimiento de Spain. Ed. Universidad de Cantabria <https://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2023/05/Informe-GEM-Espana-2022-2023.pdf>
- OIT (2016). ¿Qué es un empleo verde? Organización Internacional del Trabajo. <https://bit.ly/32TgRTS>
- OIT (2018). *Perspectivas sociales y del empleo en el mundo 2018: Sostenibilidad medioambiental con empleo*. Organización Internacional del Trabajo. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_628710.pdf
- Parlamento Europeo (2013). *Resolución del Parlamento Europeo, de 21 de noviembre de 2013, sobre el Plan de acción sobre emprendimiento 2020 – Relanzar el espíritu emprendedor en Europa (2013/2532(RSP))*. Parlamento Europeo. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-7-2013-0512_ES.pdf?redirect
- PNUMA (2008). *Empleos verdes: Hacia el trabajo decente en un mundo sostenible y con bajas emisiones de carbono*. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. <https://bit.ly/3oO04lq>
- PNUMA (2011). *Hacia una economía verde: Guía para el desarrollo sostenible y la erradicación de la pobreza. Síntesis para los encargados de la formulación de políticas*. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).
- Polyviou, A., Eteokleous, P., Dikaiakos M.D. y Kassinis, G. (2021) *Entrepreneurship in Cyprus: National Report 2019/2020. GEM - Encuesta Global de Emprendimiento*. University of Cyprus. <https://www.gemconsortium.org/report/entrepreneurship-in-cyprus-national-report-20192020>
- Russo, D. (2022). *Professioni green: c'è grande richiesta ma l'offerta latita. Il Sole 24 Ore*. https://www.ilssole24ore.com/art/professioni-green-c-e-grande-richiesta-ma-l-offerta-latita-ecco-profil-piu-ricercati-AEPFdzHB?refresh_ce=1
- Serrasqueiro, Z., Leitão, J. y Smallbone, D. (2018). *Small-and medium-sized enterprises (SME) growth and financing sources: Before and after the financial crisis. Journal of Management & Organization*, 1-16. doi:10.1017/jmo.2018.14
- Širec, K. y Crnogaj, K. (eds.) (2023). *GEM Slovenia, dos décadas de dinámica de desarrollo empresarial. 2022*. Universidad de Maribor, Univerzitetna založba. doi: 10.18690/um.epf.4.2023.

- Soto-Simeone, A. y Kautonen, T. (2020). Senior entrepreneurship following unemployment: A social identity theory perspective. *Review of Managerial Science*, 1–24.
- UE (2012). El Espíritu Empresarial Rural. *Revista Rural de la UE. La revista de la Red Europea de Desarrollo Rural*, 10. Comisión Europea Agricultura y Desarrollo Rural. <https://ec.europa.eu/enrd/sites/default/files/09CA9272-E7EC-F887-076F-60530F37F7BF.pdf>
- UE (2013). REGLAMENTO (UE) no 1305/2013 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 17 de diciembre de 2013 relativo a la ayuda al desarrollo rural a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (Feader) y por el que se deroga el Reglamento (CE) no 1698/2005 del Consejo. *Diario Oficial de la Unión Europea*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013R1305>
- Unioncamere (2021a). *Le competenze green. Analisi della domanda di competenze legate alla Green Economy*. Nelle imprese. Indagine 2021. Unioncamere, Unione Europea, PonSpao y ANPAL.
- Unioncamere (2021b). *Previsioni dei fabbisogni occupazionali e professionali in Italy a medio termine. (2021-2025)*. Scenari per l'orientamento e la programmazione della formazione. <https://excelsior.unioncamere.net/pubblicazioni/2021/previsioni-dei-fabbisogni-occupazionali-e-professionali-Italy-medio-termine>
- Unioncamere (2022a). *Le competenze green. Analisi della domanda di competenze legate alla Green Economy nelle imprese*. Indagine 2022. Unioncamere, Unione Europea, PonSpao y ANPAL. https://excelsior.unioncamere.net/raccolta-dati?destination=/sites/default/files/pubblicazioni/2022/CompetenzeGreen_2022.pdf
- Unioncamere y Fondazione Symbola (2022). *Rapporto Green Italy 2021. Un'economia a misura d'uomo contro la crisi*, Unioncamere. Fondazione Symbola. <https://www.symbola.net/ricerca/green-italy-2022/>
- UPTA (2020). *Guía Emprendimiento en el Ámbito Rural*. Economía Social Rural y Trabajo Autónomo. Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos (UPTA).
- Yiotopoulos, Y., Valavaniotis, E. y Stavradi, S. (2019). *Informe anual sobre emprendimiento 2018-2019. Se potencia el crecimiento del nuevo emprendimiento*. GEM - Encuesta Global de Emprendimiento. Instituto de Investigación Económica e Industrial (IOBE)
- WBG (2014). *FYR Macedonia Green Growth Country Assessment*. World Bank Group. Washington, DC. <http://hdl.handle.net/10986/19308>

BIBLIOGRAFIA SUPPLEMENTARE CONSULTATA PER L'IDENTIFICAZIONE DELLE NICCHIE OCCUPAZIONALI GREEN

- Appa renovables (2020). *Estudio del Impacto Macroeconómico de las Energías Renovables en Spain*. Asociación de empresas de energía renovable (APPA).
https://www.appa.es/wp-content/uploads/2021/11/Estudio_del_impacto_Macroeconomico_de_las_energias_renovables_en_Espana_2020.pdf
- CEPE (2016). *Planificación, implementación, seguimiento y revisión de los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Comisión Económica para Europa de las Naciones Unidas, Ginebra, Suiza https://www.unece.org/fileadmin/DAM/sustainable-development/Cyprus_Regional_SDG_Survey.pdf
- FAO (2023). *FAO e-learning Academy*. Food and Agriculture Organization of the United Nations. <https://elearning.fao.org/>
- Fondazione Symbola (2021). *Rapporto Green Italy 2021. Un'economia a misura d'uomo per il futuro dell'Europa*. Unioncamere, Fondazione Symbola.
<https://www.symbola.net/ricerca/green-italy-2021/> /
<https://www.federlegnoarredo.it/ContentsFiles/2610Rapporto%20Greenitaly%202021.pdf>
- Fundación Biodiversidad y OSE (2010). *Informe Empleo verde en una economía sostenible*. Fundación Biodiversidad y Observatorio de la Sostenibilidad en Spain.
https://www.empleaverde.es/sites/default/files/informe_empleo_verde.pdf
- Gaertner, A, (2020). *Reconstruyamos el Futuro: un Green New Deal para Spain. Un futuro mejor y más sostenible para todos*. Observatorio Sostenibilidad, Madrid.
<https://www.yumpu.com/es/document/view/65048821/reconstruyamos-el-futuro-un-green-new-deal-para-espana->
- Gobierno de Spain (2012). *Proyecto "REPEX Rehabilitación energética de edificios. Una oportunidad de empleo verde en Extremadura. Una solución a la pobreza energética"*. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
<https://www.empleaverde.es/sites/default/files/memorias-proyectos/aca.pdf>
- Gobierno de Spain (2013). *EMPLEO VERDE: Concepto y tendencias. Análisis y Prospectiva. Serie Medio Ambiente*. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, nº6.
https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/servicios/analisis-y-prospectiva/AyP_serie%20n%C2%BA6_Empleo%20Verde_tcm30-88411.pdf
- GSTC (2023). *Sustainable Tourism Training Program*. Global Sustainable Tourism Council.
<https://www.gstccouncil.org/sustainable-tourism-training/>
- Kerneža, M. y Zemljak, D. (2023). *Competencias verdes, competencia lingüística y Europass: Empoderar la búsqueda de empleo sostenible y el desarrollo profesional en Europa*. Comisión Europea. <https://epale.ec.europa.eu/en/content/green-skills-language-proficiency-and-europass-empowering-sustainable-job-search-and-career>
- MFA (2023). *Sustainable Agriculture*. Food and Gastronomy. Ministry of Foreign Affairs. Disponible en: <https://www.mfa.gr/china/en/about-greece/food-and-gastronomy/sustainable-agriculture.html>
- OECD (2022). *OECD Tourism Trends and Policies 2022*. Organisation for Economic Co-operation and Development Greece. <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/4976a7d9-en/index.html?itemId=/content/component/4976a7d9-en>

- República de Chipre (2017). *Review on the Implementation of the 2030 Agenda in Cyprus*, Ministerio de Asuntos Exteriores, Chipre
<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/15886Cyprus.pdf>
- SARE (2023). Farmer-driven innovations in agriculture that improve profitability, stewardship and quality of life. *Sustainable Agriculture and education*. <https://www.sare.org/>
- Tadeja Janša (2019). Tadeja Janša, JSI-EEC, prepared as a part of a project for the Ministry of the Environment and Spatial Planning. *Agencija Republike Slovenije za okolje*.
<https://kazalci.arso.gov.si/en/content/green-jobs-2>
- Unioncamere (2020). *Previsioni dei fabbisogni occupazionali e professionali in Italy a medio termine. (2020-2024)*. Scenari per l'orientamento e la programmazione della formazione. Unioncamere, Unione Europea, PonSpao y ANPAL.
<https://excelsior.unioncamere.net/pubblicazioni/2020/previsioni-dei-fabbisogni-occupazionali-e-professionali-Italy-medio-termini>
- Unioncamere (2022b). *Previsioni dei fabbisogni occupazionali e professionali in Italy a medio termine. (2022-2026)*. Scenari per l'orientamento e la programmazione della formazione. Unioncamere, Unione Europea, PonSpao y ANPAL.
<https://excelsior.unioncamere.net/pubblicazioni/2022/previsioni-dei-fabbisogni-occupazionali-e-professionali-Italy-medio-termini-0>
- UNWTO (2023). *Tourism Online Academy*. The United Nations World Tourism Organization (UNWTO) <https://www.unwto-tourismacademy.ie.edu/>
- YES Foundation (2022) "GREEN TRANSITION" - Programa acelerador de empresas verdes. YES Foundation. <http://www.yes.org.mk/Media/News.aspx?n=757&r=6&l=63&c=22>
- Zdraveva, P. (2022) *Decarbonising the Economy of North Macedonia*. Policy Brief No.21/2022. European Parliament <https://www.martenscentre.eu/wp-content/uploads/2022/11/Decarbonising-the-Economy-of-North-Macedonia.pdf>

ALLEGATO I: FORMAZIONE IN MATERIA DI IMPRENDITORIALITÀ GREEN E GREEN JOBS

Paese	Corso di formazione	Link per ulteriori informazioni
Macedonia del Nord	- La South East European University offre un programma formativo dedicato alla green economy e allo sviluppo sostenibile e ulteriori programmi incentrati sull'erogazione di una formazione completa nell'ambito dei sistemi energetici sostenibili.	https://www.seeu.edu.mk/en/faculties/be/be-study-programmes?id=246
	- La Macedonian Solar Association offre una formazione incentrata sul riciclaggio e una sull'utilizzo delle fonti rinnovabili.	https://www.masterstudies.com/institutions/seeu/energy-management-and-sustainable-development
	- La " YES Foundation " offre un programma che ha l'obiettivo di supportare le idee di green business e le attività imprenditoriali del territorio.	https://wbc-rti.info/object/call/22874
Cipro	- La Cyprus University of Technology offre corsi di sviluppo sostenibile, energia rinnovabile e ingegneria ambientale.	CYPRUS UNIVERSITY OF TECHNOLOGY (cut.ac.cy)
	- Il Cyprus Institute of Energy offre corsi sulle risorse energetiche rinnovabili e sulla progettazione di edifici sostenibili.	Università di Cipro, FOSS Centro di Ricerca per l'Energia Sostenibile Ufficio programmi internazionali (princeton.edu)
	- L' Università di Cipro offre corsi incentrati sui green jobs, che includono moduli relativi al cambiamento climatico, alla tutela ambientale e alle energie rinnovabili.	Home – Dipartimento di Ingegneria Civile e Ambientale (ucy.ac.cy)
Grecia	- L' Agricultural University of Athens offre numerosi corsi formativi incentrati sull'agricoltura sostenibile.	https://www.agrofossilfree.eu/es/universidad-agricola-de-atenas/
	- Programma di Master Internazionale (MSc) "Sviluppo del turismo sostenibile: patrimonio, ambiente e società"	https://www.tourismheritage.hua.gr/
	- L' Università tecnica nazionale di Atene offre una formazione in Ingegneria delle energie rinnovabili.	https://www.ece.ntua.gr/en/undergraduate/courses/3244
Slovenia	- Katapult è un'iniziativa privata che ha l'obiettivo di contribuire alla valorizzazione dell'imprenditorialità locale.	https://katapult.si/
	- L' Università di Lubiana offre una formazione innovativa in Economia del settore pubblico e dell'ambiente.	http://www.ef.uni-lj.si/podiplomsko/javni_sektor

	<ul style="list-style-type: none"> - Il progetto Greendex, promosso dall'Agenzia nazionale slovena MOVIT, offre corsi di formazione incentrati sulla riduzione dell'impronta di carbonio. 	https://greendex.world/
Italia	<ul style="list-style-type: none"> - L'Università di Catania offre una formazione in Certificazione energetica degli edifici. 	https://www.cutgana.unict.it/terza-missione/certificazione-energetica-degli-edifici
	<ul style="list-style-type: none"> - Il programma "Energia per le scuole" di Enel mira a rispondere alle esigenze più attuali del settore energetico. 	https://www.enel.com/it/media/esplorazione/ricerca-comunicati-stampa/press/2023/02/enel-presenta-energie-per-la-scuola-un-ponte-tra-imprese-e-formazione-per-la-transizione-energetica
	<ul style="list-style-type: none"> - L'Università Politecnica delle Marche offre una formazione diversificata in Management per la sostenibilità, Scienze ambientali, Sistemi agricoli innovativi o Ingegneria ambientale. - Vari istituti di formazione, come il Politecnico di Milano, l'Università di Pavia e Parma offrono corsi di formazione sulle tecnologie green. 	https://www.repubblica.it/green-and-blue/2022/06/20/news/universita_green_economy_ambiente_crisi_climatica-351458992/
	<ul style="list-style-type: none"> - Le Università di Bologna e Brescia, l'Università la Sapienza e l'Università Federico II offrono una formazione in Economia delle risorse e sviluppo sostenibile. - Università come la Bocconi e la Luiss offrono corsi di formazione sull'efficienza energetica. 	https://spaziopubblico.fpcgil.it/corsi-di-studi-transizione-ecologica/
Spagna	<ul style="list-style-type: none"> - Università come il Politecnico di Madrid, l'Università di Saragozza, l'Università di Coruña o l'Instituto Superior de Medio Ambiente offrono una formazione specializzata in Energie rinnovabili ed efficienza energetica nell'edilizia, nell'industria e nei trasporti. 	https://www.upm.es/Estudiantes/Estudios_Titulaciones/Estudios_Master/Programas?id=6.6&fmt=detail https://estudios.unizar.es/estudio/ver?id=652 https://estudios.udc.es/es/study/start/4547v01 https://www.ismedioambiente.com/master/
	<ul style="list-style-type: none"> - Le Università dell'Andalusia e di Barcellona offrono corsi di laurea e post-laurea in Agricoltura e allevamento. 	https://www.unia.es/estudios-y-acceso/oferta-academica/masteres-oficiales/master-oficial-en-agricultura-y-ganaderia-ecologicas https://www.ub.edu/masterae/
	<ul style="list-style-type: none"> - La Spagna offre la VET (Vocational and Educational Training) per le attività di trasporto sostenibile, gestione e installazione di fonti energetiche rinnovabili, riqualificazione energetica degli edifici, silvicoltura e agricoltura. 	https://www.todofp.es/que-estudiar/loe.html
	<ul style="list-style-type: none"> - La Spagna offre certificati professionali che consentono di svolgere attività nel settore della gestione dei rifiuti, della gestione e installazione di fonti energetiche rinnovabili, della riabilitazione energetica degli edifici e del settore forestale. 	https://sede.sepe.gob.es/especialidad/esformativas/RXBuscadorEFRED/BusquedaEspecialidades.do

ALLEGATO II: SELEZIONE DI BUONE PRATICHE DI IMPRENDITORIALITÀ GREEN

Trasformare i rifiuti di plastica in prodotti sostenibili (Belgio)	
<p>Eco-oh! raccoglie, seleziona, pulisce e ricicla i rifiuti di plastica domestici in prodotti resistenti e sostenibili per giardini, costruzioni e infrastrutture.</p>	
<p>Nome dell'azienda promotrice: Eco-oh!</p> <p>Luogo: Laakdal, Belgio</p> <p>Gruppo target: Pubblico generico e imprese</p> <p>Obiettivi: Ridurre i rifiuti di plastica e promuovere la sostenibilità creando prodotti riciclabili.</p>	
<p>Benefici per l'azienda e per il gruppo target:</p> <p>Eco-oh! crea prodotti sostenibili, reduce il numero di rifiuti nelle discariche e promuove il riciclaggio. La popolazione trae beneficio dall'accesso a prodotti ecologici e dalla riduzione dell'inquinamento.</p>	
<p>Carattere innovativo:</p> <p>Eco-oh! ricicla in modo originale le plastiche domestiche miste che spesso non vengono riciclate, trasformandole in prodotti sostenibili di alta qualità.</p>	
<p>Ostacoli e problemi emersi durante la realizzazione:</p> <p>Le sfide potrebbero riguardare l'approvvigionamento e la selezione delle diverse tipologie di rifiuti di plastica, nonché la gestione della variabilità della qualità e della composizione dei rifiuti.</p>	
<p>Link al sito web: http://www.eco-oh.com/</p>	

Moda sostenibile da materiali riciclati (Spagna)

Ecoalf è un marchio di moda sostenibile che trasforma i materiali di scarto in abiti e accessori di alta qualità, con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale.



Nome dell'azienda promotrice: Ecoalf

Luogo: Madrid, Spagna

Gruppo target: Consumatori consapevoli

Obiettivi: Ridurre al minimo la quantità di rifiuti e inquinamento creando prodotti di alta qualità da materiali riciclati.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Ecoalf reduce la quantità di rifiuti e inquinamento, mentre i clienti usufruiscono di prodotti ecologici e alla moda.

Carattere innovativo:

Trasformare materiali di scarto in abiti alla moda e di alta qualità, promuovendo la moda sostenibile.

Ostacoli e problemi emersi durante la realizzazione:

Le sfide includono la consistenza dei materiali di scarto e il costo elevato del riciclaggio e dei metodi di produzione sostenibili.

Link al sito web: <https://ecoalf.com/>

Soluzioni innovative di l'illuminazione naturale (Belgio)

LightCatcher di EcoNation è un sistema di luce diurna intelligente che ottimizza la luce naturale negli edifici, riducendo il consumo energetico.



Nome dell'azienda promotrice: EcoNation

Luogo: Gent, Belgio

Gruppo target: Proprietari e operatori di edifici

Obiettivi: Ridurre l'utilizzo di energia e la quantità di emissioni massimizzando l'impiego della luce naturale.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

EcoNation promuove l'efficienza energetica e la sostenibilità. I proprietari degli edifici beneficiano di una riduzione dei costi energetici e gli utenti godono di un'illuminazione naturale.

Carattere innovativo:

Il sistema LightCatcher massimizza in modo intelligente l'utilizzo della luce naturale, riducendo il bisogno di luce artificiale.

Ostacoli e problemi emersi durante la realizzazione:

Le sfide riguardano i costi iniziali di installazione del sistema e la compatibilità con i progetti degli edifici esistenti.

Link al sito web: <http://www.econation.be/>

Pentole antiaderenti ecologiche (Belgio)

GreenPan produce pentole antiaderenti dotate di un rivestimento ceramico innovativo, il Thermolon, che riduce le emissioni di CO2 ed elimina la presenza di sostanze chimiche nocive.



Nome dell'azienda promotrice: GreenPan

Luogo: Bruxelles, Belgio

Gruppo target: Consumatori consapevoli

Obiettivi: Offrire alternative più sicure ed ecologiche alle pentole antiaderenti.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

GreenPan riduce le emissioni in fase di produzione, mentre i consumatori beneficiano di pentole sicure, efficienti ed ecologiche.

Carattere innovativo:

Il rivestimento antiaderente in ceramica Thermolon rappresenta un'innovazione assoluta nel settore delle pentole.

Ostacoli e problemi emersi durante la realizzazione:

Le sfide potrebbero riguardare il superamento del dominio del mercato delle pentole antiaderenti tradizionali e l'educazione dei consumatori sui vantaggi posseduti dai rivestimenti ceramici.

Link al sito web: <https://www.greenpan.us/>

Valutazioni della sostenibilità per le catene di fornitura globali (Francia)

EcoVadis offre valutazioni complete della sostenibilità e strumenti utili a migliorare le prestazioni nelle catene di fornitura globali



Nome dell'azienda promotrice: EcoVadis

Luogo: Parigi, Francia

Gruppo target: Aziende internazionali

Obiettivi: Promuovere la sostenibilità nelle catene di fornitura globali attraverso punteggi CSR affidabili.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

EcoVadis promuove pratiche sostenibili, mentre le imprese possono migliorare le prestazioni e la reputazione possedute nell'ambito della sostenibilità.

Carattere innovativo:

L'unione delle competenze TIC e CSR, utile a offrire valutazioni della sostenibilità affidabili e complete.

Ostacoli e problemi emersi durante la realizzazione:

Le sfide potrebbero riguardare la fiducia e l'accettazione relative alle valutazioni della sostenibilità da parte di aziende e industrie differenti.

Link al sito web: <https://www.ecovadis.com/>

Investire nella silvicoltura sostenibile (Francia)

EcoTree consente a privati e aziende di investire nella silvicoltura sostenibile, contribuendo all'aumento della crescita delle foreste e al sequestro del carbonio.



Nome dell'azienda promotrice: EcoTree

Luogo: Bretagna, Francia

Gruppo target: Privati e aziende

Obiettivi: Promuovere una silvicoltura sostenibile e combattere il cambiamento climatico attraverso il sequestro del carbonio.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

EcoTree trae profitto dagli investimenti, mentre gli investitori ottengono rendimenti finanziari e benefici ambientali.

Carattere innovativo:

L'utilizzo di un modello di investimento unico, che promuove la silvicoltura sostenibile e offre rendimenti finanziari.

Ostacoli e problemi emersi durante la realizzazione:

Le sfide riguardano il coinvolgimento di investitori a lungo termine, a causa del ritardato rendimento legato all'investimento nella silvicoltura.

Link al sito web: <https://ecotree.green/es>

Soluzione all'inquinamento atmosferico urbano: CityTree (Germania)

Green City Solutions ha ideato CityTree, un'installazione mobile di dimensioni ridotte che riduce l'inquinamento atmosferico urbano grazie all'unione di piante e tecnologia IoT.



Nome dell'azienda promotrice: Green City Solutions

Luogo: Berlino, Germania

Gruppo target: Comuni e aziende urbane

Obiettivi: Ridurre l'inquinamento atmosferico urbano e accrescere la biodiversità locale.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Green City Solutions beneficia delle vendite di Citytree, mentre le città e i cittadini ottengono un miglioramento della qualità dell'aria e un clima urbano più fresco.

Carattere innovativo:

Unire la scienza delle piante e la tecnologia IoT al fine di ridurre l'inquinamento atmosferico in modo efficiente in termini di spazio.

Ostacoli e problemi emersi durante la realizzazione:

Non possedere dati in tempo reale. Le sfide riguardano la garanzia di una corretta manutenzione dei CityTree e l'ottenimento del consenso da parte di città e aziende.

Link al sito web: <https://greencitysolutions.de/en/>

Riciclaggio degli scarti di caffè (Danimarca)

Kaffe Bueno ricicla gli scarti derivanti dalla produzione del caffè, trasformandoli in principi attivi per cosmetici, nutraceutici e alimenti funzionali.



Nome dell'azienda promotrice: Kaffe Bueno

Luogo: Copenaghen, Danimarca

Gruppo target: Caffetterie e industrie di cosmetici, nutraceutici e alimenti funzionali

Obiettivi: Trasformare gli scarti di caffè in prodotti pregiati, promuovendo un'economia circolare.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Kaffe Bueno trae profitto dalla vendita di scarti di caffè riciclati e, al contempo, riduce la quantità di rifiuti e crea prodotti pregiati per vari settori.

Carattere innovativo:

Utilizzare la biotecnologia per il riciclo e la trasformazione degli scarti di caffè in prodotti pregiati.

Ostacoli e problemi emersi durante la realizzazione:

Le sfide riguardano la garanzia di una fornitura costante di scarti di caffè e il mantenimento di processi di estrazione efficienti.

Link al sito web: <https://www.kaffebueno.com/>

Promuovere uno stile di vita ecologico (Francia)

Greenweez è un rivenditore online specializzato di prodotti biologici ed ecologici di varie tipologie: dagli alimenti ai prodotti per l'igiene, dagli articoli per la casa ai giocattoli.



Nome dell'azienda promotrice: Greenweez

Luogo: Francia

Gruppo target: Consumatori consapevoli di tutto il mondo

Obiettivi: Rendere accessibili i prodotti ecologici, promuovendo uno stile di vita sostenibile.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Greenweez trae beneficio dalla vendita di prodotti ecologici, mentre i consumatori possono accedere facilmente a un'ampia gamma di prodotti sostenibili.

Carattere innovativo:

Essere la piattaforma online leader in Francia dedicata ai prodotti biologici ed ecologici.

Ostacoli e problemi emersi durante la realizzazione:

Le sfide riguardano il mantenimento di una gamma diversificata di prodotti che risponda a rigorosi standard ecologici e l'adattamento a normative in costante evoluzione.

Link al sito web: <https://www.greenweez.com/>

Acquaponica smart da interno (Svezia)

EcoGarden di Ecobloom è un giardino smart da interno che utilizza l'acquaponica, simulando un ecosistema naturale sostenibile all'interno di un prodotto elegante e compatto.



Nome dell'azienda promotrice: Ecobloom

Luogo: Stoccolma, Svezia

Gruppo target: Privati e istituzioni educative attenti all'ambiente

Obiettivi: Promuovere metodi di coltivazione sostenibili e biologici con l'acquaponica

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Ecobloom trae profitto dalla vendita di EcoGarden, mentre gli utenti beneficiano di uno strumento educativo per l'agricoltura sostenibile e di un modo pratico per coltivare prodotti freschi al chiuso.

Carattere innovativo:

Combinare l'agricoltura tradizionale con la tecnologia moderna allo scopo di creare un ecosistema compatto ed autosufficiente.

Ostacoli e problemi emersi durante la realizzazione:

Le sfide riguardano la formazione dei consumatori sull'acquaponica e la garanzia di un design e di un funzionamento accessibili.

Link al sito web: <https://ecobloom.se/>
[EcoGarden: El ecosistema interactivo más inteligente del mundo | Indiegogo](#)

Mezolift (Grecia)

L'azienda greca che produce ascensori solari offre costi energetici ridotti e un numero ridotto di esigenze di manutenzione legati a tale prodotto. Nello specifico, vengono realizzati ascensori che utilizzano energia rinnovabile: un prodotto innovativo che rappresenta le migliori pratiche che promuovono l'imprenditorialità green.



Nome dell'azienda promotrice: MEZOlift

Luogo: Kilkis, Grecia

Gruppo target: Pubblico generico

Obiettivi: Lo scopo dell'ascensore solare è ridurre l'impatto ambientale degli ascensori tradizionali, utilizzando l'energia solare come fonte energetica.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Gli ascensori solari offrono all'azienda un livello considerevole di indipendenza energetica. Generando elettricità in loco attraverso l'energia solare, infatti, è possibile ridurre al minimo la dipendenza da fonti energetiche esterne e da infrastrutture di rete. L'utilizzo degli ascensori solari offre vantaggi significativi al gruppo target, conformandosi alla sua aspirazione riguardo uno stile di vita sostenibile e rispettoso dell'ambiente. Inoltre, essi consentono di risparmiare sui costi e di acquisire un'indipendenza energetica.

Carattere innovativo:

L'ascensore solare rappresenta un progetto avanzato, che unisce l'energia solare e i sistemi di trasporto verticale, allo scopo di creare una soluzione ecologica. Tale sistema funziona grazie a una piccola cella solare, che contribuisce a ridurre significativamente i costi di installazione.

Link al sito web: <http://www.mezolift.gr>

BioAgros (Grecia)

L'azienda sottolinea l'importanza di utilizzare pratiche ecologiche e processi naturali di rigenerazione del suolo e di evitare il ricorso a prodotti chimici sintetici, pesticidi e organismi geneticamente modificati. L'azienda, infatti, utilizza fonti di energia rinnovabili, promuove il riciclaggio della carta e utilizza la materia organica decomposta per l'alimentazione animale e la produzione energetica.



Nome dell'azienda promotrice: BioAgros

Luogo: Krya Vrysi, Grecia

Gruppo target: Venditori e consumatori

Obiettivi: Produzione e promozione di prodotti biologici, che dimostrano la costante dedizione dell'azienda a procedure rispettose dell'ambiente.

Benefici per l'azienda e il gruppo target:

Diversi aspetti, come redditività commerciale, sostenibilità finanziaria, miglioramento del benessere, salvaguardia dell'ambiente, prospettive di mercato, incremento dei risultati sanitari e sostenibilità ambientale.

Carattere innovativo:

BioAgros si contraddistingue per l'approccio innovativo all'agricoltura sostenibile e per la capacità di soddisfare le mutevoli richieste dei consumatori. Inoltre, l'azienda è pioniera nel settore dei prodotti biologici grazie all'impegno nell'agricoltura sostenibile e all'utilizzo di tecniche agricole innovative che danno priorità al benessere a lungo termine dell'ambiente.

Ostacoli e problemi emersi durante la realizzazione:

Resistenza al cambiamento da parte del settore agricolo, fattore che ha rappresentato un reale ostacolo allo sviluppo e alla crescita dell'organizzazione. Mancanza di mercati facilmente accessibili per creare una presenza forte e attirare una clientela più ampia.

Link al sito web: <https://www.bioagros.gr>

Parco di innovazione JOIST (Grecia)

Il Parco di innovazione, situato a Larissa, offre varie pratiche lodevoli che dimostrano un impegno per la solidarietà.

Per la sua realizzazione, è stata data massima priorità alle iniziative di risparmio energetico, come l'utilizzo di sistemi a basso consumo energetico di illuminazione, riscaldamento e raffreddamento. Il Parco rappresenta un canale per la trasmissione di concetti innovativi e di buone pratiche, creando reti tra istituti di ricerca, imprese e privati.



Nome dell'azienda promotrice: JOIST

Luogo: Larissa, Grecia

Obiettivi: Operare a livello locale e incentivare la crescita dell'economia e dell'ambiente della città. Promuovere l'innovazione, favorire lo scambio delle conoscenze, sviluppare un'ecologia fisica dinamica e creare relazioni solide.

Benefici per l'azienda e per la popolazione target:

Offrire l'accesso a un ambiente favorevole all'innovazione, consentendo la collaborazione, lo scambio di idee e l'avanzamento nel settore tra individui, start-up e aziende consolidate. JOIST promuove il networking e la cooperazione, offrendo prospettive di crescita comune. Tali vantaggi consentono al gruppo target di rinnovarsi, espandere le proprie imprese e migliorare le proprie capacità.

Carattere innovativo:

JOIST promuove la cooperazione, la condivisione di informazioni e il pensiero multidisciplinare, mediante l'unione di componenti fisiche e digitali. Tale attenzione rivolta alla multidisciplinarietà e l'integrazione di piattaforme digitali, rende possibile lo sviluppo di soluzioni innovative che racchiudono vari punti di vista. Il Parco di innovazione, inoltre, agisce come catalizzatore della creatività, incoraggiando lo scambio di idee, promuovendo il lavoro di squadra e stimolando la creazione di proposte e soluzioni innovative.

Link al sito web: <https://joistpark.eu/>

Just Go Zero (Grecia)

Tale iniziativa rappresenta la prima realizzazione delle idee di economia circolare nell'isola di Tilos (Piscopi in italiano). Essa, adottando i principi di tale economia, riafferma la leadership dell'isola nell'ambito dell'innovazione sostenibile. L'iniziativa JUST GO ZERO è un esempio di come la cooperazione tra pubblico e privato possa attuare in modo efficace i principi dell'economia circolare, fungendo da esempio per altre regioni e associazioni.



Nome dell'azienda promotrice: Comune di Tilos e "POLYGREEN"

Luogo: Isola di Tilos, Grecia

Gruppo target: Imprese, consumatori, organizzazioni governative locali ed enti pubblici

Obiettivi: Eliminare l'utilizzo di sacchetti per i rifiuti, cestini e discariche attraverso la realizzazione di specifici raccoglitori che favoriscono il riciclo e il riutilizzo.

Benefici per l'azienda e il gruppo target:

JUST GO ZERO promuove il mantenimento di un ambiente più pulito e salubre a vantaggio della popolazione locale e dei visitatori. L'economia circolare incoraggia il riciclo e il riutilizzo dei materiali, promuovendo, in tal modo, l'efficienza delle risorse. La crescita delle imprese locali, impegnate nel recupero delle risorse, nella gestione dei rifiuti e nel riciclaggio, favorisce la creazione di posti di lavoro e lo sviluppo economico, a beneficio dell'isola e dei suoi cittadini, a cui vengono offerte nuove prospettive di lavoro.

Carattere innovativo:

La capacità di trasformare la mentalità degli abitanti dell'isola, incoraggiandoli ad adottare nuove prospettive e stili di vita sostenibili. L'iniziativa promuove un senso di appartenenza e sensibilizzazione, trasmettendo una responsabilità condivisa allo scopo di promuovere pratiche sostenibili e una gestione efficiente dei rifiuti. Essa, inoltre, genera una solida coesione e collaborazione tra le comunità, motivando gli individui a contribuire con idee personali e impegno per il successo del progetto.

Link al sito web: <https://www.justgozero.com/>

Vamvakies: un progetto sociale green (Grecia)

Tale progetto innovativo unisce la produzione di beni agricoli con la creazione di un parco fotovoltaico, integrando la produzione di energia rinnovabile con le pratiche agricole. L'iniziativa ottimizza l'utilizzo del suolo e promuove la salvaguardia dell'ambiente. La combinazione tra pannelli solari e produzione agricola genera energia pulita e contribuisce alla produzione alimentare, stabilendo un rapporto reciprocamente vantaggioso tra settore energetico e settore agricolo.



Nome dell'azienda promotrice: Enel Green Power, Wise Greece, il Comune di Kozani e il Bioeconomy and Environment Group della Macedonia Occidentale

Luogo: Kozani, Grecia

Gruppo target: Donne e residenti di Kozani

Obiettivi: Favorire le pratiche sostenibili e promuovere l'imprenditoria green locale, con un'attenzione particolare all'istruzione. Inoltre, incentivare uno sviluppo inclusivo, aumentare la sostenibilità e agevolare l'empowerment degli individui, in particolare quello delle donne, attraverso la partecipazione attiva.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Il progetto offre al gruppo target la possibilità di istruirsi e di sviluppare l'empowerment, fornendo informazioni e competenze essenziali riguardo le pratiche sostenibili e l'imprenditorialità green. In tal modo, l'occupabilità e le prospettive finanziarie di ogni individuo possono aumentare, migliorando così i mezzi di sostentamento e raggiungendo l'indipendenza finanziaria. Inoltre, il progetto promuove la coesione sociale e la partecipazione della comunità, mettendo a disposizione delle donne del luogo una piattaforma di collaborazione e una rete di supporto.

Carattere innovativo:

L'iniziativa crea una sinergia particolare, che sfrutta il potenziale di vari settori unendo i campi dell'agricoltura, dell'emancipazione sociale e della produzione di energia rinnovabile. Si tratta di una strategia lungimirante, che massimizza l'utilizzo del territorio e incoraggia l'adozione di abitudini sostenibili.

Link al sito web: <https://www.wisegreece.com/oi-draseis-mas/ekpaideftika-programmata/vamvakies-a-social-green-project/>

Laouta (Grecia)

Laouta è un'eccellente azienda greca che combina sapientemente cosmesi e imprenditorialità green. Quando possibile, adotta scelte biologiche e sostenibili, mantenendo una trasparenza totale sulle formule dei vari prodotti. L'azienda, inoltre, sostiene i piccoli agricoltori, supportando l'agricoltura regionale e le economie rurali.



Nome dell'azienda promotrice: Laouta

Luogo: Atene, Grecia

Gruppo target: Consumatori di prodotti naturali e biologici

Obiettivi: Produrre e promuovere cosmetici per l'uso quotidiano, a base di erbe di alta qualità, efficaci, duraturi e accessibili.

Benefici per l'azienda e per la popolazione target:

Laouta offre ai consumatori cosmetici naturali e biologici, garantendone la delicatezza, la sicurezza per la pelle, l'affidabilità e l'alta qualità. In linea con la crescente richiesta di soluzioni sostenibili e rispettose dell'ambiente, l'azienda pone una forte enfasi sull'utilizzo di contenitori riciclabili e biodegradabili al 100%, che contribuiscono a ridurre la quantità di rifiuti e l'impatto ambientale.

Carattere innovativo:

Laouta ha unito con successo l'idea di bellezza a quella di sostenibilità, creando un mercato di nicchia. Inoltre, ha ideato un'offerta unica per i clienti che apprezzano prodotti naturali ed ecologici, offrendo una varietà di cosmetici a base di erbe efficaci e sostenibili.

Link al sito web: <https://www.laoutashop.com/es>

Wattcrop (Grecia)

WattCrop è un'azienda che mira a guidare il Paese nello sviluppo di fonti di energia rinnovabile e di progetti di stoccaggio energetico. La priorità dell'azienda è la sostenibilità, che assicura realizzando rigorosi studi sull'impatto ambientale, utilizzando prodotti e tecnologie green e riducendo sensibilmente la produzione di rifiuti e le emissioni di carbonio.

WATTCROP
SOLAR PV | WIND | ENERGY STORAGE

Nome dell'azienda promotrice: WattCrop

Luogo: Ptolemaida, Grecia

Gruppo target: Comunità locale

Obiettivi: L'azienda si dedica principalmente alla produzione e allo stoccaggio di energia senza emissioni, con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale e di aprire la strada a un futuro green. Lo scopo è quello di valorizzare la biodiversità e salvaguardare gli ambienti naturali, contribuendo alla protezione degli ecosistemi locali e garantendo il benessere ecologico a lungo termine della regione.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

WattCrop offre benefici concreti alla comunità locale e all'ambiente. Contribuisce alla realizzazione di un paesaggio energetico equilibrato e alla prosperità generale della Regione, ponendo una forte enfasi sul benessere della comunità. L'azienda è leader nel settore dell'energia green e attrae investitori, partner e clienti che valorizzano la consapevolezza ambientale e la responsabilità sociale. Inoltre, le attività sociali e l'impegno per la creazione di posti di lavoro da parte di WattCrop contribuiscono a rafforzare la popolazione locale.

Carattere innovativo:

WattCrop è considerata un'azienda green e innovativa, che si distingue per l'integrazione delle tecnologie e delle pratiche più recenti nell'ambito delle energie rinnovabili. L'azienda accoglie i vantaggi dei sistemi solari, eolici e di stoccaggio energetico e utilizza tecnologie innovative per ottimizzare la produzione, lo stoccaggio e la distribuzione dell'energia.

Link al sito web: <https://wattcrop.com/>

Agreco Farms (Grecia)

Agreco Farms, il cui nome unisce i termini "agricoltura" ed "ecologia", rappresenta l'impegno dell'azienda nel mantenimento delle pratiche agricole tradizionali e nella tutela dell'ambiente. Offre ai visitatori una visione approfondita della produzione biologica di alimenti cretesi semplici e sani. Inoltre, propone una varietà di prodotti biologici per la cura del corpo ponendo un'enfasi sulla loro autenticità, traendo ispirazione dalla natura mitologica di Creta, sostenendo le comunità locali e promuovendo l'agricoltura sostenibile.



Nome dell'azienda promotrice: Agreco Farms

Luogo: Retimo - Creta, Grecia

Gruppo target: Popolazione locale e turisti

Obiettivi: Sostenere attivamente l'economia rurale e preservare le pratiche agricole tradizionali di Creta attraverso la collaborazione con i produttori regionali.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Sia i residenti che i turisti beneficiano di una specifica consapevolezza del patrimonio culturale della regione, delle pratiche di agricoltura biologica e delle tecniche agricole tradizionali. Agreco Farms incoraggia un rapporto più stretto con la natura e con uno stile di vita sostenibile, motivando gli individui a prendere decisioni riflessive che siano positive per l'ambiente e per il benessere personale.

Carattere innovativo:

Viene adottato un approccio creativo attraverso l'unione di pratiche agricole tradizionali e tecniche moderne di coltivazione biologica. L'azienda agricola offre un'esperienza unica ed immersiva, che mette in risalto l'importanza del patrimonio e della sostenibilità attraverso la salvaguardia e la dimostrazione di tecniche agricole secolari.

Link al sito web: <https://agrecofarms.gr/>

Costa Nostrum – Sustainable Beaches (Grecia)

Il progetto prevede l'adozione di una serie di buone pratiche che dimostrano l'impegno ad essere responsabili dal punto di vista sociale e ambientale. Alcune di tali pratiche sono: promuovere spiagge sostenibili, attuare una revisione complessiva dei criteri relativi alle spiagge, considerare la capacità portante dell'ambiente al fine di salvaguardare le risorse naturali, attuare misure proattive utili a prevenire gli impatti ambientali.



Nome dell'azienda promotrice: Costa Nostrum

Luogo: Heraklion - Creta, Grecia (altre spiagge)

Gruppo target: Residenti, turisti e individui interessati alla gestione delle spiagge

Obiettivi: Definire un modello replicabile per la gestione sostenibile delle spiagge in altre regioni balneari, salvaguardare le risorse naturali e accrescere il benessere delle comunità locali.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Il progetto promuove la salvaguardia delle risorse naturali, garantendo l'incontaminazione delle spiagge e la tutela degli ecosistemi. Beneficiare di spiagge pulite ed ecosostenibili rappresenta un vantaggio sia per i turisti che per la popolazione locale. Costa Nostrum promuove la crescita economica nel rispetto dei fattori sociali e ambientali.

Carattere innovativo:

Costa Nostrum adotta un approccio globale ed equilibrato, che tiene conto delle componenti economiche, sociali ed ambientali relative alla sostenibilità. Essa, inoltre, utilizza una strategia proattiva per regolare gli effetti del turismo, determinando il numero massimo di visitatori che ogni spiaggia può accogliere senza alterarne l'equilibrio ecologico. Ciò garantisce la salvaguardia dell'ecosistema e consente ai bagnanti di vivere un'esperienza piacevole e sostenibile.

Link al sito web: <https://costanostrum.org/el/>

Pelagoo (Grecia)

Pelagoo mira a sviluppare metodi sostenibili utili a favorire la tutela dell'ambiente e a salvaguardare le risorse naturali delle isole. Ciò include programmi quali la gestione dei rifiuti, la tutela dell'ecosistema e l'integrazione delle energie rinnovabili. Pelagoo intende utilizzare la tecnologia allo scopo di migliorare le infrastrutture e la qualità della vita nelle isole remote.



Nome dell'azienda promotrice: Pelagoo

Luogo: Isola di Kalamos, Grecia

Gruppo target: Popolazione locale, organizzazioni e imprese

Obiettivi: Offrire soluzioni resilienti e sostenibili alle popolazioni delle isole remote, aiutandole a superare le difficoltà attraverso le innovazioni nel settore dell'ambiente, dell'istruzione, della tecnologia e dell'accoglienza.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Pelagoo apporta numerosi benefici alle comunità delle isole remote: attraverso pratiche di sviluppo sostenibile, esse migliorano la qualità della vita e generano opportunità economiche. Inoltre, il progetto tutela le risorse naturali e contribuisce a rendere l'ambiente più sano. Infine, le iniziative educative di Pelagoo rafforzano i membri della comunità attraverso lo sviluppo delle competenze e la condivisione delle conoscenze, incoraggiando la resilienza a lungo termine.

Carattere innovativo:

Pelagoo offre nuove strategie utili ad affrontare i problemi specifici delle popolazioni delle isole remote, includendo i progressi nei settori relativi ad ambiente, istruzione, tecnologia e accoglienza. L'approccio progressista dell'azienda è dimostrato dall'accento che essa pone sulla sostenibilità, sull'energia pulita e sul turismo etico.

Link al sito web: <https://pelagoo.org/>

Rigiocattolo (Italia)

Rigiocattolo riceve giochi in regalo dalle persone, li ripara e restituisce loro una nuova vita. Vengono offerte tre tipologie di servizio: Riparazione: dopo aver lasciato il gioco al team di Rigiocattolo, verrà riparato e tornerà ad essere nuovamente funzionante; Noleggio: è possibile scegliere un gioco, pagare una cauzione, utilizzarlo per un mese e riconsegnarlo, ritirando la cauzione o scegliendo un nuovo gioco; Corsi di riuso/riciclo.



Nome dell'azienda promotrice: Rigiocattolo

Luogo: Campobasso, Italia

Gruppo target: Genitori e figli

Obiettivi: Lavorare per un'economia sostenibile, riducendo il numero di rifiuti, offrendo una nuova vita ai giocattoli e fornendo ai consumatori gli strumenti utili a riciclare, riutilizzare e riparare.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Rigiocattolo opera in un negozio nel centro della città e gode di una forte partecipazione e dell'interesse di numerose persone: le donazioni sono spontanee e continue. L'azienda viene contattata più volte ogni settimana per informazioni, ordini di giocattoli, riparazioni e corsi di formazione. Il principale successo ottenuto finora è rappresentato dal numero di giochi che non è finito in discarica.

Carattere innovativo:

Rigiocattolo retribuisce gli operatori con situazioni di svantaggio sociale (disabilità, disoccupazione di lunga durata...). A livello nazionale, rappresenta la prima azienda incentrata sui giocattoli e, pertanto, ha ricevuto un riconoscimento dalla Camera di Commercio del Molise per essere un'attività green ed è stata inserita nella Piattaforma Italiana per l'Economia Circolare, nella mappatura dei centri di riuso e nell'app "Mercato Circolare". A livello internazionale, è stata contattata da due enti norvegesi, Nordic Innovation e LOOP, per il Nordic Circular Summit di novembre 2021.

Ostacoli e problemi emersi durante la realizzazione:

Poiché l'idea è stata sviluppata poco prima del Covid-19, una delle principali difficoltà è stata quella di coinvolgere un numero sufficiente di volontari. Un'altra problematica è rappresentata dai finanziamenti (i volontari iniziano ad essere retribuiti grazie a dei contributi regionali).

Link al sito web: <https://rigiocattolo.com/>

Aliva (Italia)

L'obiettivo di Aliva è quello di dare vita a prodotti artigianali realizzati con il legno degli ulivi secolari. I profitti ricavati dalla vendita di tali prodotti vengono utilizzati per offrire formazione e misure di prevenzione e per finanziare l'osservatorio degli uliveti italiani. La produzione è affidata ad artigiani selezionati del territorio. Ogni prodotto Aliva è numerato (vengono creati solo 100 pezzi per ciascun articolo) e certificato (con foto, localizzazione e dettagli sull'ulivo). Anche il packaging è sostenibile.

The logo for Aliva, featuring the word "aliva" in a lowercase, bold, sans-serif font.

Nome dell'azienda promotrice: Aliva

Luogo: Puglia, Italia

Gruppo target: Consumatori interessati all'artigianato o a piccoli oggetti d'arredo

Obiettivi: Produrre prodotti artigianali certificati con il legno di potatura degli ulivi; migliorare le conoscenze dei proprietari di uliveti locali riguardo le minacce che interessano gli ulivi; proteggere gli ulivi dalle minacce che ne compromettono l'esistenza; ripristinare la popolazione di ulivi in Salento (Puglia).

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Parte dei profitti ricavati dalla vendita dei prodotti Aliva sono destinati a un progetto ambientale, che mira a sensibilizzare il territorio locale in merito alle minacce riguardo la salute degli ulivi. Per ogni prodotto Aliva venduto, l'azienda pianta un ulivo in Salento (Puglia), grazie alla collaborazione con OlivaMi.

Carattere innovativo:

Aliva realizza i suoi prodotti senza l'abbattimento degli alberi, effettuando potature solo se necessario. L'azienda, inoltre, offre una serie di corsi di formazione gratuiti, rivolti ai proprietari di uliveti (privati e aziende agricole), per aiutarli a prevenire in modo corretto e consapevole le minacce agli ulivi.

Ostacoli e problemi emersi durante la realizzazione:

Uno degli ostacoli principali è rappresentato dalla mentalità delle persone: spesso, gli ulivi sono visti solo in qualità di "produttori di olive" quando, in realtà, rappresentano soprattutto un patrimonio naturale e storico da conoscere, salvaguardare e difendere.

Link al sito web: <https://www.alivadesign.it/>

Biosofa (Italia)

Natura, tradizione e design rappresentano l'essenza di Biosofa, che è l'unico produttore in Europa di divani contemporanei naturali al 100% e privi di plastica. Tutti i prodotti sono realizzati a mano nel territorio e ogni creazione è prodotta individualmente e non contiene tossine né plastica. Biosofa rappresenta la perfetta combinazione tra design, tradizione manifatturiera italiana e rispetto per l'ambiente e per il pianeta.

biosofa

Nome dell'azienda promotrice: Biosofa

Luogo: Lentate sul Seveso – Lombardia, Italia

Gruppo target: Consumatori interessati ai divani

Obiettivi: Realizzare divani che abbiano il minor impatto possibile nel loro ciclo di vita, che tiene conto di tre fasi differenti: produzione, utilizzo e smaltimento; produrre divani biodegradabili che non causino danni all'ambiente; promuovere sostenibilità e altri valori per un pubblico ampio; ricercare costantemente materiali nuovi e naturali al 100%.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

I prodotti Biosofa sono realizzati su base modulare affinché, in caso di rottura, ogni parte può essere facilmente riparabile o sostituibile. Una volta che il ciclo di vita del prodotto si è concluso, i materiali possono essere facilmente separati e recuperati per essere riciclati. Essendo biodegradabili, questi possono essere anche lasciati nel giardino dei proprietari a degradarsi.

Carattere innovativo:

Alcune tecniche di realizzazione utilizzate da Biosofa hanno più di 500 anni. Tutti i prodotti dell'azienda sono realizzati in un Comune italiano da un'azienda a conduzione familiare.

Ostacoli e problemi emersi durante la realizzazione:

La prima collezione di divani è stata realizzata nel 2012. Ci sono voluti altri otto anni per perfezionare le tecniche di produzione e completare la collezione.

Link al sito web: <https://biosofa.com/>

Bella Dentro (Italia)

Il modello di business del progetto si basa sull'acquisto diretto dai produttori agricoli, e a un prezzo equo, dei prodotti che non vengono apprezzati dal mercato a causa di canoni estetici e dimensionali. Si tratta di prodotti che possiedono comunque una buona qualità e un buon sapore e che, pertanto, vengono venduti al consumatore.



Nome dell'azienda promotrice: Bella Dentro

Luogo: Milano, Codogno e Rimini, Italia

Gruppo target: Produttori e consumatori

Obiettivi: Restituire il giusto valore ai prodotti agricoli ingiustamente scartati e al lavoro dei produttori, che solitamente non ricevono alcun compenso per tale merce non ammessa nel mercato al dettaglio.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Sono stati salvati dai rifiuti ben 177.649 kg di frutta e verdura. Bella Dentro ha avviato un'attività di trasformazione alimentare insieme a due cooperative sociali dedite all'inclusione lavorativa di individui a rischio di esclusione e disabili.

Carattere innovativo:

Bella Dentro ha inaugurato 2 negozi e possiede 2 laboratori attivi. Ha creato da zero una filiera ortofrutticola totalmente incentrata sulla lotta allo spreco, parallela a quella già esistente.

Ostacoli e problemi emersi durante la realizzazione:

In una prima fase, il team di Bella Dentro ha dedicato mesi di studio e ricerca nelle campagne e nelle aziende agricole, agendo da operai volontari della raccolta o da "infiltrati" all'interno delle grandi cooperative o della grande distribuzione. Inoltre, a causa di un'insufficienza di fondi, all'inizio ha deciso di vendere personalmente le frutta e la verdura "storta" per le strade di Milano con un mezzo di trasporto a tre ruote.

Link al sito web: <https://www.belladentro.org/>

Fungo Box (Italia)

Fungo Box è il primo progetto di economia circolare di "Il Giardinone Cooperativa Sociale". Si tratta di un kit fai da te per la coltivazione domestica di funghi, composto da micelio, fondi di caffè e cellulosa. Ogni settimana, Il Giardinone preleva fondi di caffè dai bar locali per realizzare i kit. Seguendo le istruzioni, i funghi freschi crescono in 10-15 giorni; la scatola, invece, può essere riutilizzata in base al livello di umidità. A fine utilizzo, il terreno può essere usato come fertilizzante naturale o come repellente per gli insetti.

The logo for Fungo Box features the words "Fungo" and "Box" in a stylized, rounded font. The letter "o" in "Box" is replaced by a coffee bean icon.

Nome dell'azienda promotrice: Il Giardinone Cooperativa Sociale

Luogo: Locate di Triulzi, Italia

Gruppo target: Consumatori (adulti e bambini)

Obiettivi: Aiutare gli individui a coltivare, vivere e pensare in modo più sostenibile e circolare.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Dal 2016, sono stati raccolti ben 25.500 kg di fondi di caffè, che contengono il 99,8% dei componenti nutrizionali del caffè. Inoltre, Fungo Box è diventato uno strumento importante per realizzare progetti educativi nelle scuole e modelli replicabili in altre città. Grazie ai progetti di economia circolare, Il Giardinone è riuscito a promuovere attività di inclusione e promozione della diversità attraverso l'impiego di persone a rischio di esclusione sociale.

Carattere innovativo:

Dal 2016, sono stati venduti ben 18.600 kit Fungo Box. Trasformando i rifiuti urbani in cibo freschissimo e ricostituente del suolo, Fungo Box è un perfetto esempio di doppia circolarità. Si tratta di un progetto emozionante ed educativo: a partire dall'infanzia fino all'età adulta, mostra il ciclo della natura e il valore dei rifiuti.

Link al sito web: <https://www.fungobox.it/>

Coffeefrom (Italia)

Coffeefrom è il secondo indotto di economia circolare realizzato da Il Giardinone, allo scopo di dare una seconda vita ai fondi di caffè di origine industriale attraverso una virtuosa simbiosi industriale. Oggi, Coffeefrom costituisce il nome di un innovativo materiale a base biologica, composto da fondi di caffè riciclati dall'industria alimentare e da biopolimeri.



Nome dell'azienda promotrice: Il Giardinone Cooperativa Sociale

Luogo: Locate di Triulzi, Italia

Gruppo Target: Consumatori e imprese

Obiettivi: Sviluppare materiali termoplastici in cui i fondi di caffè riciclati costituiscono un nuovo contributo.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Coffeefrom rappresenta un modello perfetto per creare opportunità di lavoro per i soggetti più fragili, che vengono coinvolti direttamente nelle attività di logistica e di confezionamento. Ogni anno vengono trasformate 200 tonnellate di fondi di caffè e, finora, sono state sviluppate 3 diverse tipologie di materiali. Inoltre, il progetto offre benefici anche per l'ambiente, come la riduzione del livello di emissioni di CO₂ per lo smaltimento dei fondi di caffè e la possibilità di beneficiare di un'alternativa sostenibile e duratura alla plastica monouso.

Carattere innovativo:

Coffeefrom costituisce un esempio di simbiosi industriale, poiché la filiera, situata geograficamente tra Lombardia ed Emilia-Romagna, è in grado di gestire gli scarti provenienti dall'industria alimentare e di trasformarli attraverso i vari settori. In questo modo, non ci sono più scarti, ma materie prime-seconde da trasformare nuovamente. Inoltre, vi è una chiara dimostrazione del fatto che tale modello offre nuove opportunità di lavoro a tutti i partner coinvolti.

Link al sito web: <https://coffeefrom.it/en/home/>

Materially (Italia)

Materially affianca startup, imprese, architetti e designer nello sviluppo e nella promozione dell'innovazione sostenibile a partire dai materiali. L'azienda è il partner ideale per lo sviluppo e l'attuazione di strategie di innovazione basate sui materiali. Gli eventi, il networking e la materioteca rappresentano l'essenza dell'attività di Materially.



Nome dell'azienda promotrice: Materially

Luogo: Milano, Italia

Gruppo target: Startup, imprese, architetti, designer e pubblico generico

Obiettivi: Innovazione, design e valorizzazione per i produttori di materiali, gli utenti finali e il pubblico generico.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Materially supporta i produttori di materiali con progetti di innovazione e networking; sostiene le aziende nello sviluppo di nuovi concept e prodotti, cercando soluzioni creative e sostenibili riguardo ai materiali, grazie a un approccio multidisciplinare e ai metodi del design thinking; promuove l'utilizzo di materiali sostenibili anche per un pubblico più ampio (compresi i bambini) attraverso dei laboratori.

Carattere innovativo:

I materiali rappresentano un elemento chiave della sostenibilità di un prodotto e una componente centrale e tangibile della transizione da un'economia lineare a un'economia circolare. Materially offre strumenti specifici per tale trasformazione: dalla materioteca, alla formazione e agli eventi, sfruttando il design thinking, allo scopo di contribuire alla crescita della cultura della sostenibilità che coinvolga l'intera società.

Ostacoli e problemi emersi durante la realizzazione:

Il periodo più difficile è stato quello tra il 2020 e il 2022, quando l'azienda ha dovuto affrontare non solo la pandemia, ma anche la scomparsa del presidente e del direttore.

Link al sito web: <https://www.materially.eu/es/>

Tondo Lab (Italia)

Tondo Lab è un'azienda creata per affiancare le startup nella progettazione e nella realizzazione di soluzioni circolari e per aiutare le imprese a trasmettere l'approccio circolare che le caratterizza. Tra le attività principali offerte vi sono: la valutazione di strumenti di circolarità per prodotti e aziende, l'organizzazione di laboratori e hackathon incentrati sull'innovazione (Re-think e Hacking the City) e la progettazione di soluzioni circolari.



Nome dell'azienda promotrice: Tondo Lab

Luogo: Milano, Italia (e l'intero Paese)

Gruppo target: Singoli individui, scuole, istituti di ricerca e istituzioni pubbliche

Obiettivi: Accrescere la conoscenza tra gli individui e testare nuove soluzioni legate all'economia circolare; affiancare le aziende e le startup nella progettazione e nella realizzazione di soluzioni circolari; sviluppare un approccio innovativo riguardo il lavoro sulla circolarità, creando sinergie tra individui e obiettivi differenti.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Il format degli eventi Re-think e Hacking the City è stato sviluppato per stimolare un pensiero critico nei confronti di alcuni elementi dell'attuale sistema economico e industriale, mostrando le possibili tendenze evolutive dell'Economia Circolare. Vengono illustrati dei percorsi pratici in grado di indirizzare verso attività innovative e imprenditoriali che possono avere un impatto positivo sul sistema locale e nazionale.

Carattere innovativo:

Sono stati organizzati 7 eventi Re-think in 4 diverse regioni italiane (Liguria, Lombardia, Puglia e Campania), i cui temi sono stati selezionati in base alle peculiarità di ciascun territorio e dei settori emergenti. Nel corso di tali eventi, vengono organizzati degli hackathon con le scuole, allo scopo di promuovere lo spirito imprenditoriale tra i giovani. Inoltre, nel 2021 e nel 2023, sono stati organizzati 2 eventi Hacking the City.

Link al sito web: <https://re-think.today/>

<https://www.hackingthecity.today/>

Social Innovation Campus di Fondazione Triulza (Italia)

Il Social Innovation Campus è stato creato per coinvolgere le nuove generazioni nella progettazione di un futuro sostenibile, sfruttando tecnologie di impatto e il dialogo con i vari stakeholder. Esso, inoltre, rappresenta il contesto in cui immaginare e sperimentare soluzioni innovative per le città del futuro, attraverso l'unione di saperi e mondi diversi.



Nome dell'azienda promotrice: Fondazione Triulza

Luogo: Milano, Italia

Gruppo target: Studenti delle scuole superiori e delle università, nuove generazioni di operatori e imprenditori sociali, organizzazioni del terzo settore ed enti filantropici, centri di ricerca, amministrazioni pubbliche, aziende e startup.

Obiettivi: Coinvolgere le nuove generazioni nella pianificazione di un futuro sostenibile.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Attraverso lo sviluppo di contesti partecipativi e condivisi, l'innovazione sociale si sviluppa anche grazie ai cittadini, alle comunità, alla società e, in particolare, alle nuove generazioni.

Carattere innovativo:

Le 78 iniziative organizzate, in collaborazione con scuole di 18 Comuni di Lombardia, Veneto e Sicilia e con cooperative sociali di 8 regioni italiane, sono state seguite da più di 5.500 persone, di cui il 68% di età giovanile. La quarta edizione consolida anche la "community" appartenente al primo campus italiano sull'innovazione sociale: 57 partner, 171 relatori e 68 giurati, discussant e mentori.

Link al sito web: <https://fondazionetriulza.org/social-innovation-campus/>

<https://www.sicampus.org/>

Tcr Tecora (Italia)

TCR Tecora è un fornitore leader di campionatori per il monitoraggio dei macroinquinanti, campionatori di emissioni di diossine in continuo, campionatori gravimetrici, dispositivi dedicati all'igiene industriale e analizzatori per il controllo dell'ossigeno e della combustione. Lo scopo dell'azienda è quello di realizzare prodotti conformi agli standard internazionali, che supportino gli ingegneri ambientali e gli addetti al campionamento e che limitino il numero di prodotti non a norma all'interno dei processi industriali.



Nome dell'azienda promotrice: TCR Tecora

Luogo: Cogliate - Lombardia, Italia

Gruppo target: Agenzie e laboratori ambientali, consulenti e industrie che si occupano della qualità dell'aria degli ambienti interni

Obiettivi: Progettare prodotti conformi agli standard internazionali; migliorare la produttività degli ingegneri ambientali; ridurre il numero di prodotti non a norma all'interno dei processi industriali; partecipare alla formazione continua delle aziende.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

TCR Tecora ha sviluppato più di 50 strumenti e ha offerto più di 100.000 servizi di riparazione e manutenzione. Inoltre, fornisce ai clienti prodotti conformi agli standard internazionali, che semplificano il lavoro dei dipendenti riducendo il costo dell'operazione e migliorando, al contempo, la qualità della misurazione. Infine, offre formazione alle aziende e progetti di dottorato.

Carattere innovativo:

TCR Tecora ha servito più di 3760 imprese; inoltre, offre soluzioni innovative, che garantiscono ricavi maggiori. Il carattere innovativo dell'azienda risiede negli investimenti nelle nuove tecnologie e nei nuovi processi produttivi. TRC Tecora lavora costantemente in collaborazione con laboratori e centri di ricerca per ottenere un costante miglioramento dell'ottimizzazione tecnologica.

Link al sito web: <https://tcr-tecora.com/en/>

Back to the Rural (Italia)

Back to the Rural è un programma di apprendimento immersivo, itinerante e internazionale. Offre corsi di formazione in inglese tenuti da docenti internazionali e incentrati sulle competenze digitali, nello specifico sullo storytelling digitale e sul crowdfunding. L'obiettivo è quello di fornire ai giovani gli strumenti necessari per realizzare un marketing territoriale efficace.



Nome dell'azienda promotrice: Ambasciata degli Stati Uniti in Italia, CIAPE e Fondazione Mondo Digitale

Luogo: Cogliate - Lombardia, Italia

Gruppo target: giovani (< 35 anni)

Obiettivi: Promuovere il potenziale turistico e imprenditoriale delle aree rurali, facendo leva sulle risorse umane, economiche, culturali, ambientali e storiche dei comuni coinvolti; investire nella formazione dei giovani che vivono in piccoli centri e che vogliono contribuire alla valorizzazione del proprio territorio attraverso le conoscenze acquisite, rafforzando il senso di comunità.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Il "Rural Tech Camp" aveva come obiettivo quello di fornire ai giovani che vivono in aree rurali le competenze digitali e il crowdfunding utili a promuovere in modo più efficace i comuni rurali e le relative attività imprenditoriali. La formazione ha dato vita a idee progettuali che proseguiranno grazie al tutoraggio, creando effetti positivi nel lungo periodo all'interno delle aree rurali.

Carattere innovativo:

Il carattere innovativo risiede nel fatto che non è più il giovane a dover lasciare le zone rurali per formarsi, ma è la "formazione" arriva da lui.

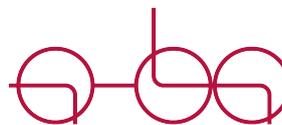
Ostacoli e problemi emersi durante la realizzazione:

Barriere culturali/scetticismo iniziale da parte degli stakeholder non abituati a iniziative di questo genere e vincoli economici: a causa della scarsità di risorse economiche disponibili, la maggior parte del personale coinvolto ha prestato il proprio lavoro volontariamente.

Link al sito web: <https://www.instagram.com/backtotheruralitaly/>

A-BA (Italia)

A-BA produce capi d'abbigliamento interamente sostenibili, con una filiera tracciata in blockchain, che descrive il lavoro etico della Sartoria Sociale che lo produce e la creatività di chi lo disegna. Si tratta di una proposta di "architettura del corpo" dal "design per tutti", che ha l'ambizione di essere un progetto economicamente virtuoso e sostenibile e un processo produttivo di economia circolare a 360°.



Nome dell'azienda promotrice: A-BA

Luogo: Roma, Italia

Gruppo target: Donne e uomini (millennials)

Obiettivi: Cambiare la filosofia del vestire: comprare meno, usare meglio; offrire capi d'abbigliamento di elevata qualità e dal design semplice, attraverso una catena di fornitura etica e un basso impatto ambientale; realizzare un modello di lavoro inclusivo.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

A-BA offre capi d'abbigliamento di elevata qualità che combinano comfort, ergonomia, versatilità e stile e dal un design semplice, che riduce i tempi e i costi di produzione. L'azienda è caratterizzata da filiera etica, trasparenza e produzione di capi con fibre naturali o riciclate, a basso impatto ambientale, riutilizzabili, smaltibili e compostabili.

Carattere innovativo:

Combinazione tra l'innovazione tecnologica e quella relativa al prodotto e nell'uso di un'etichetta intelligente emozionale. Tramite un QR-code si crea una connessione tra consumatore e brand, che dà vita a un rapporto di fiducia costante. È possibile acquistare il capo, utilizzarlo e rivenderlo sull'e-shop di A-BA. L'azienda può anche consigliare un riutilizzo creativo del prodotto o le modalità per smaltirlo correttamente.

Ostacoli e problemi emersi durante la realizzazione:

Un ostacolo allo sviluppo del brand e alla diffusione di temi legati alla sostenibilità riguarda la convinzione che la moda sostenibile abbia un costo elevato e che non sia alla portata di tutti.

Link al sito web: www.barbaraannunziata.com

Spring Lab (Italia)

Spring Lab è un posto in cui è possibile riportare in vita vecchi mobili e complementi d'arredo, migliorandone la qualità, la funzionalità e l'estetica. La chiave del successo dell'azienda è la sua capacità di pensare fuori dagli schemi, unendo il gusto del consumatore finale (estetica) con la necessità di riutilizzare cose già esistenti.

The logo for Spring Lab, featuring the words "SPRING" and "LAB" in a bold, blue, sans-serif font, stacked vertically.

Nome dell'azienda promotrice: Spring Lab

Luogo: Roma, Italia

Gruppo target: Consumatori interessati all'upcycling e al restyling di mobili o complementi d'arredo

Obiettivi: Recuperare e riutilizzare quanti più mobili possibile; migliorare la conoscenza relativa all'economia circolare tra la popolazione e aiutare gli individui a produrre in modo sostenibile; diffondere la cultura che predilige la qualità alla quantità.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Nel corso di 5 anni, moltissimi mobili hanno acquisito una nuova vita e numerose famiglie hanno iniziato a ripensare gli spazi delle loro case senza acquistare nuovi mobili, ma ristrutturando o recuperando quelli già esistenti. Spring Lab collabora con il carcere di Rebibbia attraverso dei laboratori incentrati sulla trasformazione dei pallet e con il Festival di Riciclo Creativo di Roma, il Riscarti.

Carattere innovativo:

Spring Lab organizza laboratori di riciclo con giovani e adulti, affianca gli studenti universitari nella progettazione di prodotti realizzati con i materiali di scarto, collabora con Roma Altruista nella gestione dei volontari delle aziende che hanno la necessità di trasformare uno spazio in modo sostenibile.

Ostacoli e problemi emersi durante la realizzazione:

La difficoltà che alcune persone hanno nel comprendere il valore del tempo necessario per trasformare/recuperare un prodotto.

Link al sito web: <https://springlab.art/>

3Bee (Italia)

3Bee sviluppa tecnologie uniche e innovative che permettono di ascoltare i bisogni delle api e di intervenire quando non sono in salute. L'azienda è partner di imprese che vogliono attuare politiche di CSR e avere un impatto positivo e concreto sulla biodiversità e sulla tutela degli impollinatori.



Nome dell'azienda promotrice: 3BEE

Luogo: Lurate Caccivio, Italia

Gruppo target: Aziende e, più di recente, scuole

Obiettivi: Sviluppare progetti concreti che abbiano un forte impatto ambientale e sociale nel mondo; salvaguardare le api e la biodiversità; sensibilizzare ed educare le aziende sui temi relativi alla sostenibilità.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

3Bee e i suoi progetti producono un impatto nell'ambito di vari Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG), nello specifico: 13. Agire per il clima, 15. Vita sulla terra e 11. Città e comunità sostenibili. L'azienda conta 120 milioni di api protette + 1200 milioni di fiori impollinati + 1000 alveari monitorati + 302 tonnellate di CO2 assorbite (indirettamente).

Carattere innovativo:

3Bee sviluppa sistemi utili a migliorare la salute delle api e a salvaguardare la biodiversità.

In 3 anni, 3Bee ha costruito una rete di 10.000 apicoltori e ha già coinvolto decine di scuole.

3Bee ha rivoluzionato l'antica e preziosa arte dell'apicoltura, favorendone lo sviluppo e la riscoperta attraverso l'utilizzo di tecnologie innovative come l'IoT, l'intelligenza artificiale e il machine learning.

Link al sito web: <https://www.3bee.com/es/>

First Organic Cooperative (Macedonia del Nord)

La First Organic Cooperative offre salute e felicità a tutte le famiglie grazie ai suoi prodotti, che ottiene grazie alla collaborazione con i produttori agricoli biologici. L'azienda, inoltre, promuove uno stile di vita ecologico.



Nome dell'azienda promotrice: First Organic Cooperative

Luogo: Ocrida, Kumanovo, Valandovo, Dojran e Bogdanci, Macedonia del Nord

Gruppo target: Produttori agricoli

Obiettivi: Promuovere un uso più sano e sostenibile delle risorse naturali.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Condividere conoscenze ed esperienze e incrementare la produzione biologica nel Paese.

Carattere innovativo:

I componenti dell'azienda lavorano insieme, condividendo esperienze e conoscenze, allo scopo di promuovere la produzione biologica come uso più sostenibile delle risorse naturali.

Link al sito web: <https://poz.mk/>

SPIN (Macedonia del Nord)

Spin si occupa della riparazione e del riutilizzo di vecchi mobili. Il suo obiettivo è quello di conservare il valore del vecchio mobile, conferendogli, al tempo stesso, un aspetto nuovo e moderno, grazie a un approccio creativo.



Nome dell'azienda promotrice: SPIN

Luogo: Macedonia del Nord

Gruppo target: Popolazione generale

Obiettivi: Riparare e riutilizzare mobili antichi o decorazioni per interni attraverso tecniche che prevedono l'applicazione di principi ecologici.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

La maggior parte dei vecchi mobili viene buttata via o, sfortunatamente, viene utilizzata come combustibile. Pertanto, l'obiettivo principale di Spin è quello di ridurre il numero di rifiuti e di avere un impatto sulla riduzione dell'inquinamento atmosferico. Un ulteriore contributo offerto dall'azienda riguarda la conservazione del valore culturale dei vecchi mobili, che oggi vengono sostituiti da nuovi mobili prodotti con materiali che non possiedono un'origine ecologica.

Carattere innovativo:

L'idea alla base del progetto è quella di aumentare la consapevolezza ecologica degli individui in merito al riciclo, al riutilizzo e alla riparazione di vecchi mobili, che consiste nel dare nuova vita a vecchi oggetti che, diversamente, diventerebbero dei rifiuti.

Link al sito web: <http://www.spin.mk/>

La pratica dell'efficienza energetica come soluzione al cambiamento climatico (Macedonia del Nord)

L'associazione macedone per l'energia solare, la "Solar Macedonia", è un'associazione scientifica ed educativa che opera in ogni livello della filiera, dalla produzione, all'assistenza e alla manutenzione degli impianti solari, e che promuove l'energia solare come soluzione sostenibile al fabbisogno energetico.



Nome dell'azienda promotrice: Solar Macedonia

Luogo: Macedonia del Nord

Gruppo target: Produttori, appaltatori, importatori e commercianti

Obiettivi: Rafforzare la cooperazione tra le aziende macedoni che operano nel settore dell'energia solare e mettere in contatto esperti e scienziati di ogni settore al fine di promuovere le energie rinnovabili.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Promozione delle attrezzature e dei materiali utilizzati per realizzare impianti solari; sviluppo di criteri per la qualità minima degli impianti solari; sensibilizzazione ed educazione all'energia solare nel sistema educativo (istruzione primaria, secondaria e superiore); supporto nell'organizzazione di campagne pubbliche per la promozione sull'utilizzo dell'energia solare e per la sensibilizzazione dei cittadini, ecc.

Carattere innovativo:

21, tra singoli membri e aziende, hanno beneficiato di Solar Macedonia, grazie al potenziamento delle loro conoscenze e competenze relative all'utilizzo delle energie rinnovabili.

Link al sito web:

<https://solar.org.mk/en/%d0%bf%d1%80%d0%be%d0%b3%d1%80%d0%b0%bc%d0%b0%b0/>

Pakomak (Macedonia del Nord)

L'attività principale di Pakomak è la gestione dei rifiuti di imballaggio, in conformità con la nuova legge sulla gestione degli imballaggi e dei rifiuti di imballaggio. I fondatori di Pakomak sono 11 aziende di produzione macedoni leader del settore: Pivara Skopje AD Skopje; Prilepska Pivarnica AD Prilep; Vitaminka AD Prilep; Pelisterka DOO Skopje; Magroni DOO Skopje (Ladna, Dobra Voda); Coding Dooel Kavadarci (Gorska voda); Kozuvchanka DOO Kavadarci; Vivax Ltd. Skopje; Blagoj Gjorev AD Veles; VV Tikvesh AD; VV Stobi AD.



Nome dell'azienda promotrice: PAKOMAK

Luogo: Macedonia del Nord

Target group: Aziende e privati

Obiettivi: Organizzare un sistema di raccolta, selezione e riciclaggio dei rifiuti di imballaggio prodotti dalle aziende e che arrivano agli utenti finali; promuovere un atteggiamento responsabile da parte delle aziende riguardo i rifiuti di imballaggio, favorendo in tal modo una migliore qualità di vita generale.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

L'obiettivo dell'azienda è stabilire una solida e duratura collaborazione con i clienti e con lo Stato e, in conformità con le normative europee, ridurre al minimo l'impatto negativo che i rifiuti di imballaggio producono nell'ambiente. Pakomak, inoltre, offre soluzioni sull'aspetto ambientale ed economico dei rifiuti di imballaggio.

Carattere innovativo:

Attraverso tale principio di "responsabilità estesa del produttore", tutti i soggetti coinvolti nella catena che arriva all'utente finale (produttori, confezionatori, importatori e distributori) dovrebbero garantire il riutilizzo o l'impiego del materiale dell'imballaggio che immettono nel mercato. 850 aziende hanno beneficiato di tale iniziativa.

Link al sito web: <https://pakomak.mk/>

MB HOME (Macedonia del Nord)

MB HOME è la prima azienda in Macedonia del Nord a possedere un team di esperti con una significativa esperienza e conoscenza nel campo della progettazione e del design, della realizzazione e dello sviluppo di progetti basati sui principi della comunità e delle istituzioni internazionali per la salvaguardia della natura e l'impatto diretto del cambiamento climatico.



Nome dell'azienda promotrice: MB HOME

Luogo: Skopje, Macedonia del Nord

Gruppo target: aziende e privati

Obiettivi: Ricostruzione e ristrutturazione di edifici esistenti e costruzione di case prefabbricate.

Carattere innovativo:

Realizzazione di abitazioni smart dal design ecologico e green, architettura green e bioedilizia, architettura sostenibile e smart living.

Link al sito web: <http://www.mbhome.mk/uslugi/>

Irina Tosheva - Stilista (Macedonia del Nord)

Moda sostenibile non significa soltanto utilizzare materiali riciclati ed ecologici e risparmiare acqua, ma anche pensare al benessere dei lavoratori.

L'intera catena di fornitura e lavorazione dell'azienda è incentrata sulla sostenibilità, a partire dal produttore del filato fino ai clienti che utilizzano il prodotto. Sostenibilità, inoltre, significa evitare il consumo eccessivo o l'eccesso.



Nome dell'azienda promotrice: Irina Tosheva

Luogo: Skopje, Macedonia del Nord

Gruppo target: Consumatori di abbigliamento, proprietari di animali domestici

Obiettivi: Contribuire alla transizione dell'economia circolare del Paese; incoraggiare i consumatori ad acquistare meno abiti, scegliendo quelli di qualità più elevata, che si possono indossare più a lungo.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Lavorare a diversi progetti in qualità di mentore ed educare i giovani stilisti, avvicinandoli alla sostenibilità, al riciclaggio e alla circolarità, affinché costituiscano l'essenza del loro lavoro.

Carattere innovativo:

Basarsi sul concetto di necessità e concentrarsi anche sulla cura degli abiti, sulla loro vita futura e sulla riforestazione del territorio.

Link al sito web: <https://irinatoshewa.com/>

Cosmetici Ignea (Macedonia del Nord)

I cosmetici rappresentano il nutrimento per il nostro organo più importante: la pelle. Se si desidera beneficiarne in modo sano, i cosmetici Ignea rappresentano una valida soluzione, che racchiude all'interno di piccole confezioni tutti i benefici di madre terra.



Nome dell'azienda promotrice: IGNEA

Luogo: Kumanovo, Macedonia del Nord

Gruppo target: Consumatori di cosmetici

Obiettivi: Produrre prodotti ecologici

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Preparazione e vendita al gruppo target di prodotti cosmetici biologici e naturali di qualità certificata.

Carattere innovativo:

I guadagni provenienti dalla vendita dei prodotti vengono investiti per la manutenzione di "Eco Wellness Complex Ignea", dove i proprietari di Ignea coltivano frutta e verdura, e per la riforestazione del territorio circostante.

Link al sito web: <https://www.facebook.com/IgneaOrganicCosmetics/>

Eco Megot (Francia)

Eco Megot è un'azienda che si occupa del riciclaggio dei mozziconi di sigaretta.

I suoi obiettivi principali sono: la tutela dell'ambiente, la costruzione di città e comunità sostenibili che siano in grado di ridurre il loro impatto ambientale, la promozione dell'economia circolare necessaria a salvaguardare le risorse e a rispettare l'emergenza sociale e ambientale che il mondo sta attraversando.



Nome dell'azienda promotrice: EcoMegot

Luogo: Talence, Francia

Gruppo target: Popolazione generale

Obiettivi: Salvaguardia dell'ambiente; gestione e trattamento dei rifiuti attraverso la raccolta e il riciclaggio dei mozziconi di sigaretta.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

A partire dalla sua fondazione, Eco Megot ha raccolto 60 milioni di mozziconi di sigaretta in tutta la Francia, evitando che questi rimanessero nell'ambiente. Un solo mozzicone di sigaretta, infatti, può inquinare fino a 500 litri d'acqua.

Da 6 anni ad oggi, sono stati protetti dall'inquinamento provocato dai mozziconi di sigaretta ben 30.000.000.000 litri d'acqua, una quantità pari a 12.000 piscine olimpioniche!

Link al sito web: <https://ecomegot.com/>

MIT Group Company (Macedonia del Nord)

L'attuale programma produttivo dell'azienda è incentrato sulla realizzazione di imballaggi per l'industria avicola. Si tratta di imballaggi per uova (contenitori in carta riciclata), che vengono realizzati in quattro formati base: 20-XL, 17-L, 15-M e 10 (imballaggio commerciale).



Nome dell'azienda promotrice: MIT Group

Luogo: Kumanovo, Macedonia del Nord

Gruppo target: Venditori e consumatori di uova

Obiettivi: Promuovere il riciclaggio per salvaguardare l'ambiente, riducendo l'utilizzo di nuove materie prime e creando una "economia circolare" dove i rifiuti non sono intesi come prodotto finale, bensì come risorsa per la creazione di nuovi prodotti.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

L'obiettivo dell'azienda è accrescere la consapevolezza dei cittadini e salvaguardare l'ambiente attraverso la lavorazione della carta, realizzando un prodotto finito in carta riciclata e riducendo i rifiuti di imballaggio.

Carattere innovativo:

MIT GROUP è l'unica azienda della Macedonia del Nord e dei Balcani che si occupa del riciclaggio e della lavorazione della carta, al fine di ottenere un prodotto finito in carta riciclata.

Link al sito web: <http://mitgroupcompany.com/>

Greentech (Macedonia del Nord)

L'azienda conta 55 dipendenti e, sin dall'inizio della sua attività, ha costantemente investito nello sviluppo della produzione e nell'espansione della rete di fornitori.

Lavorando all'insegna del motto "Per un ambiente pulito", GRINTECH MK sottolinea la necessità di raccogliere, riciclare e riutilizzare i rifiuti di imballaggi in plastica, al fine di risparmiare energia e garantire una vita sana e un ambiente pulito alle generazioni presenti e future.



Nome dell'azienda promotrice: Grintech

Luogo: Gazi Baba - Skopje, Macedonia del Nord

Gruppo target: Clienti, comunità

Obiettivi: Raccogliere, riciclare e riutilizzare i rifiuti di imballaggi in plastica.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

L'azienda dà nuova vita agli imballaggi in PET, tutelando in tal modo la natura e lasciando un ambiente salubre alle generazioni future. In totale, l'azienda trasforma 50.000 tonnellate di imballaggi in PET ogni anno. Il gruppo target contribuisce al riutilizzo e alla diminuzione dei rifiuti di imballaggi in plastica.

Carattere innovativo:

Grintech è un'azienda leader in Macedonia del Nord nel riciclaggio di PET, PP e PE ed è situata nella zona industriale del comune di Gazi Baba, nella città di Skopje.

Link al sito web: <http://www.grinteh.com.mk/index.php/bonus-page/departments>

Ekolife (Slovacchia)

L'azienda si occupa della creazione di un sistema di riscaldamento socialmente responsabile, di qualità, pulito, economicamente vantaggioso e rispettoso dell'ambiente. EkoLife ha l'obiettivo di educare la popolazione, permettendole di conoscere i vantaggi sociali, ecologici ed economici relativi all'utilizzo del pellet.



Nome dell'azienda promotrice: EkoLife

Luogo: Ginovci – Rankovce, Slovacchia

Gruppo target: Popolazione generale

Obiettivi: Produrre pellet. Il pellet di EkoLife rappresenta una fonte di energia rinnovabile la cui combustione non produce inquinamento per l'ambiente.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Il gruppo target beneficia di una fonte energetica di qualità e a basso costo, in rapporto alla quantità di energia ricevuta.

Carattere innovativo:

EkoLife è un'azienda che utilizza tecnologie innovative per produrre pellet di alta qualità che, in base allo standard ENplus, appartiene alla classe A1, vale a dire che possiede una composizione rigorosamente definita.

Link al sito web: <https://ekolife.mk/>

Pokrov Izbor (Macedonia del Nord)

Pokrov Izbor possiede 5 ettari di terreno, in cui coltiva diverse specie ortofrutticole e, da poco, dispone anche di un essiccatore per prodotti disidratati. Attraverso il brand "Fresh to go", l'azienda produce insalate pronte da consumare, che possiedono un valore aggiunto e che sono distribuite in catene di supermercati, come Vero, Ramstore e Makpetrol.



Nome dell'azienda promotrice: Pokrov Izbor

Luogo: Strumica, Macedonia del Nord

Gruppo target: Individui dipendenti da droga, alcol e gioco d'azzardo.

Obiettivi: Produzione biologica e riabilitazione sociale di gruppi vulnerabili.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Produrre prodotti biologici attraverso un programma di trattamento, riabilitazione e risocializzazione per individui dipendenti da droga, alcol e gioco d'azzardo; individuare opportunità lavorative nel luogo di residenza per tutti coloro che completano il programma. Le attività economiche apportano un duplice beneficio, poiché permettono di concretizzare la terapia occupazionale dedicata ai gruppi vulnerabili e di acquisire o rafforzare le abitudini legate al lavoro. Inoltre, i clienti beneficiano di prodotti biologici e sani.

Carattere innovativo:

Il centro Pokrov Izbor, dedicato alla riabilitazione di individui dipendenti da droga, alcol e gioco d'azzardo, può essere considerato una delle prime aziende sociali. La componente innovativa che lo contraddistingue riguarda il reinserimento (inclusione sociale), che avviene attraverso la realizzazione di attività economiche, che riguardano la produzione biologica di prodotti agricoli.

Istituto Knof (Slovenia)

Knof è un istituto per lo sviluppo creativo, ovvero una comunità di persone che provengono dalla regione di Posavje in Slovenia e che credono negli effetti che l'imprenditorialità produce su positivi su ambiente, società e salute, nell'autoapprovvigionamento locale che avviene in livelli differenti e nell'inclusione di gruppi target vulnerabili. La visione di Knof riguarda un sistema economico green e locale che, tra i suoi valori fondamentali, include i principi di ecodesign, cradle to cradle e di produzione equa.



Nome dell'azienda promotrice: Knof

Luogo: Krško, Slovenia

Gruppo target: Gruppi vulnerabili, imprenditori sociali, comunità locale e nazionale

Obiettivi: Lo scopo di Knof è ottenere il numero maggiore di effetti possibile con la divulgazione di uno stile di vita sostenibile, attraverso la realizzazione di vari progetti. Sensibilizzando il pubblico, le aziende, i Comuni e le comunità, l'azienda educa i giovani imprenditori e dimostra il successo ottenuto grazie agli effetti concreti del riutilizzo.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

I singoli individui possono entrare a far parte della comunità aziendale di Knof in vari modi: possono fare acquisti nelle boutique sostenibili, nei negozi e negli e-shop dell'azienda; se possiedono un'idea imprenditoriale, possono trasmetterla all'incubatore aziendale e ricevere il supporto dei mentori e dei contabili di Knof e fare affari nell'ambito dell'impresa sociale dell'azienda; possono lavorare e aiutare in qualità di volontari o essere coinvolti in programmi di formazione sul lavoro, prove di lavoro per giovani e reinserimento professionale per persone disabili.

Carattere innovativo:

Knof include all'interno delle proprie attività gruppi vulnerabili: giovani di età inferiore ai 30 anni senza istruzione o esperienza lavorativa, individui di età superiore ai 50 anni e persone disabili. Solitamente, coinvolge anche individui che sono disoccupati da un lungo periodo, facendo affrontare loro un processo di introduzione al lavoro, prima di lasciarli lavorare in modo indipendente.

Link al sito web: <https://knof.si/>

Treecetlet (Slovenia)

La missione principale dell'azienda è produrre un impatto positivo nei confronti di natura, animali e persone, attraverso la piantagione di alberi, il sostegno a vari enti di beneficenza e la creazione di posti di lavoro equi nel territorio e nel resto del mondo.

Treecetlet vende bracciali, il cui ricavato permette all'azienda di piantare 3 alberi e di supportare le associazioni di beneficenza locali.



Nome dell'azienda promotrice: Treecetlet

Luogo: Carso, Slovenia

Gruppo target: Comunità e associazioni di beneficenza locali, nazionali e internazionali

Obiettivi: Promuovere la beneficenza in modo sostenibile. Treecetlet non si limita a piantare alberi e a prendersi cura della natura, ma cerca di produrre un impatto positivo sul mondo e, di conseguenza, anche sulle persone.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Gli acquirenti possono contribuire attraverso l'acquisto di gioielli (decidendo se piantare alberi o se destinare il ricavato in beneficenza), beneficiando di un duplice vantaggio: ricevere un gioiello e aiutare altre persone. Ogni acquisto, infatti, permette all'azienda di garantire alle persone un lavoro equo nel territorio e nel resto del mondo.

Carattere innovativo:

Unire la produzione di gioielli alla beneficenza e alla piantagione di alberi.

Link al sito web: <https://trgovina.treecetlet.si/nasa-misija/>

Mizarstvo Ornik (Slovenia)

Mizarstvo Ornik è una piccola azienda specializzata nella produzione di mobili realizzati con legno vecchio/usato e altre materie prime.

L'azienda collabora anche con subappaltatori, che la aiutano in particolare nel montaggio, nel trasporto e nella preparazione del legno vecchio per la fase di produzione. Il processo produttivo di Mizarstvo Ornik è fortemente orientato alla circolarità e alla produzione rifiuti zero.



Nome dell'azienda promotrice: Mizarstvo Ornik

Luogo: Apače, Slovenia

Gruppo target: Comunità locale e nazionale, aziende di arredamento

Obiettivi: Produzione di mobili utilizzando legno vecchio/usato e altre materie prime.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Mizarstvo Ornik possiede una solida esperienza nel restauro di eleganti mobili barocchi e nella produzione e nella finitura di arredi per chiese, cappelle e altri edifici sacri o monumentali. Grazie alla pluriennale presenza nel mercato sloveno ed estero, l'azienda possiede una profonda esperienza e conoscenza. Essa, inoltre, è rinomata grazie all'altissima qualità dei suoi prodotti, al rispetto delle scadenze di consegna e all'attenzione che ripone nei confronti dell'ambiente.

Carattere innovativo:

Mizarstvo Ornik realizza prodotti in legno antico squadrato, preservando in tal modo il patrimonio naturale dei nostri nonni. Il legno utilizzato ha un'età compresa tra i 100 e i 500 anni e viene tagliato manualmente, come in passato, e trasformato in prodotti che ci riportano indietro nel tempo, negli anni in cui si viveva con più gentilezza e naturalezza.

Link al sito web: <http://mizarstvoornik.com/>

Čar Lesa (Slovenia)

Con l'obiettivo di promuovere la lavorazione del legno e l'utilizzo dei prodotti in legno, la Slovenian Wood Protection Association e il Wood Council organizzano mostre Čar Lesa in tutta la Slovenia.



Nome dell'azienda promotrice: Čar Lesa

Luogo: Lubiana, Slovenia

Gruppo target: Popolazione generale

Obiettivi: Lo scopo delle mostre e degli eventi paralleli è quello di sensibilizzare i consumatori sull'importanza della lavorazione e sull'utilizzo di prodotti/oggetti in legno allo scopo di proteggere l'ambiente (dal cambiamento climatico) e la salute umana.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

La Slovenia non ha ricchezze minerarie né risorse energetiche proprie. Possiede, però, il legno, che può essere trasformato in prodotti ed edifici di alta qualità, impiegando poca energia e provocando un basso impatto ambientale. Per tale ragione, la ricchezza costituita dal legno offre all'azienda l'enorme opportunità di orientare l'industria slovena verso una "bioeconomia" a basso consumo energetico e rispettosa dell'ambiente.

Carattere innovativo:

Le mostre rappresentano un processo educativo attraverso cui il gruppo target ha la possibilità di acquisire conoscenza e competenze relative a tale ambito di interesse.

Link al sito web: <https://carlesa.si/>

Drugačno Pohištvo (Slovenia)

Oldoak produce pezzi di arredamento e design di interni interessanti. Ogni mobile in legno antico di quercia è un prodotto unico, irripetibile, funzionale e duraturo. Le tracce lasciate nel legno nel corso del suo utilizzo precedente raccontano storie di altri tempi e luoghi.



Nome dell'azienda promotrice: Oldoak

Luogo: Lubiana, Slovenia

Gruppo target: Venditori e acquirenti

Obiettivi: Riutilizzare legno di quercia, donandogli una nuova vita attraverso la realizzazione di mobili differenti.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Mobili sostenibili realizzati in legno antico di quercia, che si distingue grazie al delicato color miele, alle marcate linee lasciate dal tempo, alle fenditure e alle irregolarità. La nobile patina acquisita in più di cent'anni di invecchiamento naturale conferisce ai pezzi di arredamento un aspetto peculiare.

Carattere innovativo:

Riutilizzare legno antico di quercia per la realizzazione di nuovi mobili.

Link al sito web: <https://www.oldoak.si/>

Smetumet (Slovenia)

Smetumet organizza laboratori e attività sociali e vende prodotti creati dai rifiuti e per amore dei rifiuti, attraverso un riciclo ludico e dal design unico.



Nome dell'azienda promotrice: Smetumet

Luogo: Lubiana, Slovenia

Gruppo target: Produttori locali

Obiettivi: Supportare i produttori e gli agricoltori locali; utilizzare prodotti biologici e sostenibili

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Utilizzare prodotti e servizi del commercio equo e solidale e dell'impresa sociale; sostenere, per quanto possibile, l'autosufficienza; rinunciare agli articoli usa e getta; scegliere prodotti con un imballaggio minimo o inesistente; provare ad acquistare prodotti di maggiore qualità e che durino più a lungo; donare, condividere, vendere o scambiare oggetti usati; classificare i rifiuti e collocarli negli appositi cassonetti.

Carattere innovativo:

Trasformare i rifiuti in nuovi prodotti. Tutto diventa un rifiuto, indipendentemente dalla nostra volontà. Per questo, lo scopo di Smetumet riguarda la consapevolezza relativa ai rifiuti prima ancora che vengano creati: pensare alle possibilità di prevenirli, riutilizzarli, trasformarli, ripararli, migliorarli e prolungarne il ciclo vitale.

Link al sito web: <https://smetumet.com/>

Intermontage B.V. (Paesi Bassi)

Intermontage è un'azienda pluricertificata di progettazione e rifinitura di interni che mira ad operare in modo affidabile in ogni ambito e a garantire la soddisfazione del cliente. Le aree di interesse dell'azienda sono l'approvvigionamento sostenibile dei materiali, la coesione sociale, lo sviluppo di una politica di sponsorizzazione incentrata sulle iniziative locali e sull'economia, l'investimento in innovazioni e metodi come il BIM (Revit) e la collaborazione di filiera.



Nome dell'azienda promotrice: Intermontage

Luogo: Terwolde, Paesi Bassi

Gruppo target: Comunità locale e nazionale, aziende di arredamento

Obiettivi: Approvvigionamento sostenibile dei materiali, coesione sociale, sviluppo di una politica di sponsorizzazione incentrata sulle iniziative locali e sull'economia, investimento in innovazioni e metodi come il BIM (Revit) e collaborazione di filiera.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Intermontage possiede le conoscenze, l'esperienza e le linee produttive necessarie ad affrontare con professionalità ogni tipo di progetto, ultimandolo con la piena soddisfazione dei clienti. La missione dell'azienda nasce con i dipendenti giusti nel luogo giusto, i quali sono motivati a crescere e a migliorarsi nel loro interesse e in quello dell'azienda, del cliente, del mercato e dell'ambiente.

Carattere innovativo:

Intermontage unisce l'interior design alla responsabilità sociale, che è parte integrante di una forma di imprenditorialità professionale e sostenibile.

Ostacoli e problemi emersi durante la realizzazione:

Lo sviluppo dell'azienda, nata nel 1977, è avvenuto lentamente.

Link al sito web: <https://intermontage.nl/>

Koo International (Spagna)

KOO International è un'azienda produttrice di mobili per sedersi con più di vent'anni di esperienza nel settore, che crea pezzi caratterizzati da design, innovazione e coerenza. L'azienda è nata nel 1998 come brand globale con un proprio carattere e una propria identità. Si rivolge a una clientela cosmopolita, con una spiccata attenzione al design e che non rinuncia alla qualità.



Nome dell'azienda promotrice: KOO International

Luogo: Valencia, Spagna

Gruppo target: Comunità locale e nazionale, aziende di arredamento

Obiettivi: L'azienda lavora sulla base di esigenze definite e ha un obiettivo finale ben preciso: il comfort e il divertimento delle persone. I valori di KOO International costituiscono la forza trainante e l'approccio lavorativo dell'azienda: vengono combinate risorse tecniche e umane, quest'ultime agiscono da protagoniste.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Grazie all'eco-design, l'azienda crea prodotti che possono essere migliorati e riparati. Essi, inoltre, sono realizzati principalmente con materiali riciclati e/o riciclabili, come ad esempio il legno e derivati certificati FSC, e di provenienza locale (viene acquistato esclusivamente legname spagnolo). Inoltre, KOO International ha iniziato a offrire servizi legati ai prodotti allo scopo di rallentare il processo di invecchiamento dei mobili e di garantire una manutenzione ottimale degli stessi: restyling, riconfigurazione, riparazione e ritiro.

Carattere innovativo:

Cirkoolar è un processo creato dall'azienda per revisionare la formula dei prodotti e individuare la combinazione ottimale tra materiali naturali, riciclati e durevoli e per sviluppare un programma di assistenza per prolungare il ciclo di vita del prodotto.

Link al sito web: <https://www.koointernational.com/>

Coco-mat (Grecia)

I materassi Coco-mat sono progettati per creare e offrire una nuova esperienza di riposo personalizzata. L'azienda ha gradualmente introdotto nuovi materiali naturali, come il crine di cavallo, la fibra di cactus, le alghe e la lavanda per migliorare ulteriormente la qualità dei suoi materassi, rendendo il letto ancora più unico per ciascun cliente.



Nome dell'azienda promotrice: Coco-mat

Luogo: Atene, Grecia

Gruppo target: Comunità locale, nazionale e internazionale

Obiettivi: Produzione di materassi con materiali naturali.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Sin dalla sua nascita, Coco-mat ha progressivamente perfezionato la sua offerta al cliente e i valori del brand, ha creato una rete internazionale di vendita al dettaglio e si è allargata in nuovi settori, tra cui quello alberghiero e quello delle biciclette in legno. Nel 2015, Coco-mat possedeva negozi in 15 Paesi e aveva circa 250 impiegati, la maggior parte dei quali in Grecia.

Carattere innovativo:

L'attenzione dell'azienda per l'economia circolare si è finora concentrata sull'utilizzo di materie prime secondarie, sul riutilizzo, sul riciclo e sull'estensione del ciclo di vita dei prodotti, sulla riduzione del numero di rifiuti, sulla simbiosi industriale e sul rinnovamento dei materiali. Per rispettare pienamente i principi di riduzione, riutilizzo e riciclo e per sviluppare la responsabilità sociale d'impresa, un'azienda deve riesaminare i propri sistemi attuali.

Link al sito web: <https://www.coco-mat.com/>

Bracia Romanowscy Stolarstvo (Polonia)

Le attività dell'azienda si basano su un principio fondamentale: la scelta del materiale con cui vengono realizzati i mobili è estremamente rilevante. Selezionando mobili realizzati con materiali post-consumo, Bracia Romanowscy Stolarstvo supporta il riciclo, vive rispettando il concetto rifiuti zero e si prende cura delle risorse naturali in esaurimento.



Nome dell'azienda promotrice: Bracia Romanowscy Stolarstvo

Luogo: Varsavia, Polonia

Gruppo target: Comunità locale, nazionale e internazionale

Obiettivi: Produzione sostenibile di mobili.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Le decisioni di oggi influenzano il mondo in cui vivranno le generazioni future. Pertanto, se si desidera avere un impatto positivo sull'ambiente, si dovrebbero apportare cambiamenti nel proprio ambiente circostante, fare acquisti ponderati, scegliere prodotti di qualità elevata da usare nel lungo termine e non gettare via gli oggetti in modo affrettato, ad esempio rinnovandoli.

Carattere innovativo:

Bracia Romanowscy Stolarstvo realizza mobili ed elementi da costruzione in legno massiccio. L'azienda, inoltre, è in grado di utilizzare vecchi mobili, scale e altri elementi da costruzione per creare nuovi prodotti.

Ostacoli e problemi emersi durante la realizzazione:

Attualmente, lo sviluppo dell'utilizzo del legno post-consumo nella produzione di mobili è bloccato dalle normative polacche che impediscono l'importazione di rifiuti di legno post-consumo che, al tempo stesso, provengono principalmente dalle esportazioni di mobili polacchi. La situazione dell'offerta comporta un aumento dei prezzi dei prodotti, una perdita di competitività e una minore possibilità di vendere tali prodotti.

El Puente del Molino (Spagna)

Ecós del Lozoya (azienda agricola El Puente del Molino) è un progetto agro-ecologico in cui si coltivano frutti di bosco biologici in un ambiente circondato da montagne, boschi, prati e acqua. L'azienda si estende per 2 ettari di superficie ed è caratterizzata da una produzione non intensiva e su piccola scala, che prevede il rispetto del ritmo delle stagioni e del ciclo naturale della coltivazione.

L'azienda non utilizza pesticidi o fertilizzanti sintetici nella coltivazione dei frutti, che sono certificati dal Comité de Agricultura Ecológica de la Comunidad de Madrid. Inoltre, svolge attività che coinvolgono i clienti nella raccolta dei frutti che desiderano, con l'obiettivo di generare consapevolezza ambientale.



Nome dell'azienda promotrice: Ecós del Lozoya

Luogo: Madrid, Spagna

Gruppo target: Consumatori di prodotti biologici, popolazione generale

Obiettivi: Coltivare frutti di bosco biologici e creare esperienze di raccolta per generare consapevolezza ambientale.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Produrre frutta rispettando il ciclo naturale stagionale, senza utilizzare prodotti agrochimici tossici che causano l'insorgenza di malattie a lungo termine. Tale frutta è prodotta da piccoli agricoltori e possiede un'elevata qualità, nonché un intenso sapore.

Carattere innovativo:

In aggiunta all'impiego di un metodo di produzione che rispetta i naturali cicli stagionali del prodotto, il processo di acquisto offre al cliente un'esperienza che prevede il contatto diretto con il prodotto e percorsi naturali all'interno dell'azienda stessa, allo scopo di generare maggiore consapevolezza ambientale.

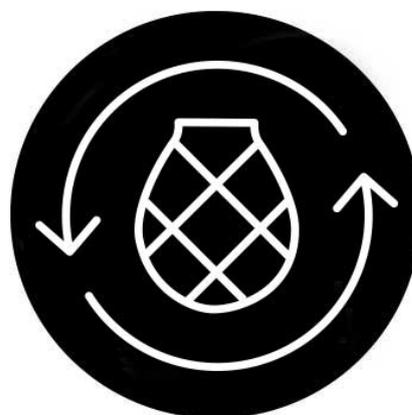
Link al sito web: <https://www.elpuentedelmolino.es>

Progetto di sostenibilità Redcycle (Spagna)

Redcycle è un progetto (realizzato in collaborazione con Aquafil) che ha lo scopo di raccogliere e riciclare vecchie reti da pesca per trasformarle in capi di abbigliamento sostenibili, che contribuiscono a un futuro migliore.

Si tratta di un progetto avviato nel 2015 che unisce istituzioni, associazioni di pescatori, pescatori baschi e l'azienda Ternua allo scopo di sensibilizzare la società e il settore della pesca in merito alla salvaguardia del pianeta. L'azienda produce abbigliamento sportivo in modo sostenibile e possiede negozi fisici e online.

- 12 tonnellate: quantità di vecchie reti raccolte da Ternua nel 2016.
- Riduzione della quantità di anidride carbonica, pari a 39.500 kg di CO₂.
- Riduzione delle risorse naturali, pari a 18.612 kg di petrolio.
- Riduzione della quantità di rifiuti che arrivano in discarica, vengono inceneriti o finiscono in fondo al mare, pari a 10.000 kg.



Nome dell'azienda promotrice: Ternua

Luogo: Mondragón, Paesi Baschi, Spagna

Gruppo target: Pescatori baschi, associazioni di pescatori, istituzioni e pubblico generico.

Obiettivi: Raccogliere vecchie reti da pesca e trasformarle in abbigliamento sportivo di alta qualità.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Diminuzione dell'inquinamento delle acque e dell'impatto sulla vita nei mari causati dalle vecchie reti.

Carattere innovativo:

Riutilizzo di vecchie reti da pesca che vengono trasformate in abbigliamento sportivo di alta qualità.

Link al sito web: <https://www.ternua.com/es/sostenibilidad-redcycle>

Trasdeza Natur (Spagna)

Trasdeza Natur è un orto biologico che recupera varietà locali di frutta e verdura e le trasforma in prodotti disidratati in modo sostenibile, ovvero attraverso l'energia solare. Inoltre, l'azienda gestisce le acque reflue in un laghetto vegetale (filtro ecologico) e le riutilizza per l'irrigazione. I prodotti sono confezionati con materiali riciclabili e compostabili.

Tale iniziativa galiziana ha già ricevuto numerosi riconoscimenti, come il premio assegnato a Tallón García dal Programa TalentA 2021 per l'imprenditorialità rurale organizzato da Corteva Agrisciencie e dalla Fademur (Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales) spagnola.



Nome dell'azienda promotrice: Tradeza Natur

Luogo: Pontevedra, Spagna

Gruppo target: Popolazione generale

Obiettivi: Produzione di prodotti disidratati biologici utilizzando le energie sostenibili.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

L'azienda offre eccellenza e massima qualità alimentare, poiché realizza i suoi prodotti con cura, rispettando la materia prima e disidratandola in modo naturale e sostenibile, per mantenere inalterate tutte le proprietà che possiede.

L'iniziativa ha ricevuto diversi premi per la qualità e l'innovazione tecnologica a testimonianza dei benefici che essa produce.

Carattere innovativo:

Produzione di frutta e verdura biologica e di prodotti disidratati per mezzo dell'energia solare, che mantengono inalterato tutto il loro valore organolettico e le loro proprietà nutrizionali.

Link al sito web: <https://www.trasdezanatur.com/home/>

Josenea Bio (Spagna)

Josenea è un'azienda di economia circolare incentrata sulla produzione di biomassa: raccoglie i rifiuti organici da realtà vicine e li trasforma in compost per fertilizzare i propri campi, rigenerando il terreno e il clima. Il progetto, inoltre, contribuisce alla creazione di posti di lavoro green e sociali. Il suo obiettivo, infatti, è favorire l'integrazione degli individui socialmente esclusi all'interno del mercato del lavoro attraverso la creazione di piccoli progetti imprenditoriali.

L'azienda ha ricevuto il premio "Buenas prácticas de desarrollo local sostenible".



Nome dell'azienda promotrice: Josenea

Luogo: Navarra, Spagna

Gruppo target: Individui che vivono in zone rurali in condizioni di vulnerabilità ed esclusione sociale

Obiettivi: Creare opportunità di lavoro per individui o gruppi svantaggiati rappresenta uno degli strumenti di maggiore efficacia nella lotta all'esclusione sociale, a beneficio del percorso di sviluppo personale; mettere al primo posto gli individui senza dimenticare la natura, rispettandola in ognuno dei processi effettuati e in ogni attività svolta dall'azienda e promuovendo valori ecologici ed ecosostenibili nell'ambiente.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Attualmente, il numero di persone assunte è pari a 17. Nell'operatività quotidiana, Josenea agisce da vera azienda, affinché la formazione risulti efficace e non crei spazi di lavoro eccessivamente tutelati e finalistici. A tale scopo, il personale tecnico di Josenea lavora per offrire la migliore formazione relativa alla produzione di alta qualità.

All'interno del suo organico, l'azienda possiede un tecnico per l'assistenza socio-lavorativa; inoltre, dal 2002, più dell'85% di coloro che hanno partecipato al percorso di inserimento triennale sono riusciti a consolidare la propria situazione lavorativa e personale.

Nel 2021, 6 membri del personale hanno ottenuto un lavoro stabile, mentre altre 30 persone continuano a formarsi presso le sedi di Lumbier e Noáin in Navarra.

Carattere innovativo:

L'azienda agricola biologica è indipendente grazie all'utilizzo delle energie rinnovabili all'interno dei processi produttivi.

Link al sito web: <https://www.josenea.bio/>

GO Match - Madrid KM región (Spagna)

GO Matchfunding di Madrid Km región è un progetto pilota di innovazione finanziaria volto a ridurre i canali commerciali delle produzioni agro-ecologiche locali che contribuiscono a programmare la produzione tramite la prevendita ai consumatori e la loro successiva fidelizzazione. Matchfunding è il cofinanziamento di progetti che, oltre a ricevere i contributi dei cittadini tramite campagne di crowdfunding, ottengono un ulteriore supporto finanziario da un'organizzazione. Attualmente è stato indetto un bando, promosso dal gruppo operativo Madrid KmRegión e dalla Fondazione Triodos, che mira a realizzare progetti innovativi di filiera corta per la commercializzazione di alimenti provenienti dall'agricoltura familiare e sociale nella Comunità di Madrid. La struttura di GO è costituita da tre partner:

1. I produttori AUPA (Asociación Unida de Productores Agroecológicos), quali principali promotori dell'iniziativa;
2. Le amministrazioni locali, che rappresentano il sostegno pubblico più immediato, come TERRAE (Asociación Intermunicipal Agroecológica);
3. ALYSS (Asociación por la Alimentación Local Sostenible y Saludable), che inserisce nel progetto l'esperienza e le esigenze dei piccoli distributori.



Nome dell'azienda promotrice: Go Match

Luogo: Madrid, Spagna

Gruppo target: Consumatori e produttori biologici

Obiettivi: Ridurre le distanze tra produttore e consumatore senza l'intervento di intermediari e, inoltre, far conoscere il prodotto alla popolazione locale.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Ridurre la catena di distribuzione e commercializzazione, promuovendo un reddito equo per i produttori biologici.

Carattere innovativo:

Innovazione finanziaria volta a ridurre i canali di produzione commerciale.

Link al sito web: <https://madridkmregion.es>

Scuola per pastori dell'Andalusia (Spagna)

La scuola per pastori dell'Andalusia rappresenta un progetto formativo che riguarda l'insegnamento delle conoscenze legate alla tradizione e alla vita rurale e degli aspetti ambientali relativi all'allevamento.

La scuola si rivolge a coloro che desiderano intraprendere un progetto futuro legato all'allevamento pastorale e dedicarsi a una formazione specialistica e pratica.



Nome dell'azienda promotrice: Giunta dell'Andalusia

Luogo: Andalusia, Spagna

Gruppo target: Individui che desiderano intraprendere un progetto futuro legato all'allevamento pastorale

Obiettivi: Supportare il ricambio generazionale nelle aree rurali.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Dopo aver concluso più di 9 edizioni, il progetto vanta un tasso di inserimento degli studenti nell'attività di allevamento compreso tra il 60 e il 90%.

Carattere innovativo:

Prevenire lo spopolamento rurale attraverso la formazione e la gestione di progetti di allevamento, generando un impatto positivo sull'ambiente.

Link al sito web: <https://escueladepastoresdeandalucia.es/es/inicio>

Red de Espacios Test Agrarios (Spagna)

Gli incubatori agricoli sono programmi volti a facilitare il ricambio generazionale nel settore agricolo attraverso la concessione dei cosiddetti spazi di sperimentazione agricola.

Il gruppo operativo RETA (Red de Espacios Test Agrarios) promuove tali spazi, che contribuiscono a sopperire al mancato rinnovo generazionale e a promuovere l'occupazione, la conservazione del paesaggio e modelli di produzione agricola sostenibile.



Nome dell'azienda promotrice: RETA

Luogo: Estremadura, Paesi Baschi, Navarra e Catalogna

Gruppo target: Agricoltori

Obiettivi: Attuare test agricoli per contribuire a mantenere vivo, dinamico e sostenibile il mondo rurale.

Carattere innovativo:

Il progetto offre supporto alle aziende e alle aree agricole, coordina gli incontri tra gli agenti rurali e genera conoscenza allo scopo di promuovere la coesione sociale e lo sviluppo rurale.

Link al sito web: <https://espaciostestagrarios.org>

Feeling Cantabria (Spagna)

Feeling Cantabria consiste nel vivere un turismo a stretto contatto con la Cantabria, grazie agli artigiani e ai produttori locali, allontanandosi dai sentieri battuti e vivendo esperienze vicine al territorio e alla sua popolazione.

È un progetto di turismo sostenibile.



Feeling Cantabria

Nome dell'azienda promotrice: Feeling Cantabria

Luogo: Cantabria, Spagna

Gruppo target: Pubblico generico, orientato al turismo rurale

Obiettivi: Generare consapevolezza ambientale e curare l'ambiente nel contesto dell'ecoturismo.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Sensibilizzazione alla tutela dell'ambiente nelle attività turistiche; incremento dell'offerta di turismo rurale che stimola l'economia delle comunità; riduzione dell'impatto ambientale legato al turismo.

Carattere innovativo:

Proposta turistica non convenzionale, che pone l'accento sulla fruizione di aree di notevole bellezza naturale scongiurando, al contempo, il turismo di massa.

Link al sito web: <https://feelingcantabria.wixsite.com/feelingcantabria>

Bumerang (Spagna)

Bumerang è un'azienda incentrata sull'economia circolare che utilizza la tecnologia, la psicologia e il pensiero sistemico per eliminare la plastica monouso utilizzata nell'asporto di cibi e bevande, attraverso l'innovazione dei sistemi di riutilizzo.

L'azienda offre una soluzione circolare: un sistema di vuoto a rendere che rientra nella nuova legge sui rifiuti, in contrapposizione agli imballaggi monouso compostabili.



Nome dell'azienda promotrice: Bumerang

Luogo: Barcellona, Spagna

Gruppo target: Pubblico generico, aziende alimentari (catering)

Obiettivi: Eliminare la plastica monouso utilizzata nell'asporto di cibi e bevande; aumentare la consapevolezza relativa all'impatto ambientale degli imballaggi monouso.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Il progetto genera un impatto sulla riduzione dell'inquinamento e sensibilizza in merito all'urgenza di ridurre il consumo di imballaggi monouso per garantire la salute del pianeta.

Carattere innovativo:

Integrare tecnologie innovative per realizzare imballaggi destinati al vuoto a rendere; ridurre il numero di imballaggi monouso.

Link al sito web: <https://youbumerang.com/sobre-bumerang>

Apadrina un olivo (Spagna)

L'azienda, con sede a Oliete (Teruel), si impegna a dare risalto alle aree rurali e a impedirne lo spopolamento. Opera grazie ai finanziamenti ricevuti dai privati che hanno adottato uno dei loro 6.000 ulivi, che permettono all'azienda di generare occupazione per gli abitanti della regione e, al tempo stesso, di produrre olio di elevata qualità.

[Apadrinaunolivo.org](https://apadrinaunolivo.org)

Nome dell'azienda promotrice: Apadrina un olivo

Luogo: Aragona, Spagna

Gruppo target: Pubblico generico

Obiettivi: Generare occupazione per gli individui con disabilità; salvaguardare la flora e la fauna legata all'uliveto; contribuire a ridurre l'impronta di carbonio; favorire il turismo rurale che contribuisce allo sviluppo economico del Paese.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Ripopolare gli ambienti rurali, generare occupazione e rilanciare l'economia delle comunità colpite dallo spopolamento.

Carattere innovativo:

Creazione di prodotti artigianali che trasformano il mondo rurale e di strategie innovative volte allo sviluppo, all'occupazione e al ripopolamento delle aree rurali.

Link al sito web: <https://apadrinaunolivo.org/es>

Bolsalea (Spagna)

Bolsalea è un'azienda a conduzione familiare che, dal 2009, realizza articoli di imballaggio sostenibili.

In particolare, è specializzata nella creazione di borse, sacchetti e buste e utilizza materiali ecologici, come il cotone biologico, la canapa e i tessuti e la carta riciclati.

The logo for Bolsalea, featuring the brand name in a large, bold, black, cursive-style font.

Nome dell'azienda promotrice: Bolsalea

Luogo: Alicante, Spagna

Gruppo target: Aziende, magazzini e negozi; pubblico generico; donne vittime di violenza di genere

Obiettivi: Ridurre il numero di imballaggi di plastica monouso.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Contribuire alla riduzione del numero di imballaggi di plastica monouso.

Promuovere l'empowerment femminile e l'inclusione degli individui con disabilità all'interno del mercato del lavoro.

Carattere innovativo:

Utilizzo di materiali biologici per la produzione di borse riutilizzabili. Si tratta di un progetto imprenditoriale che contribuisce alla salvaguardia dell'ambiente e a colmare il divario sociale che colpisce le donne.

Link al sito web: <https://www.bolsalea.com/>

CO2 Revolution (Spagna)

CO2 Revolution è un'azienda che offre soluzioni efficienti basate sulla natura.

Calcola l'impronta di carbonio delle aziende e le aiuta a compensarla attraverso la creazione di progetti di riforestazione.

Grazie all'utilizzo di algoritmi informatici e alla tecnologia dei droni, l'azienda pianta alberi facendo cadere semi smart dai droni in volo.



Nome dell'azienda promotrice: CO2 Revolution

Luogo: Navarra, Spagna

Gruppo target: Settore aziendale che intende attuare misure di riduzione della CO2

Obiettivi: Limitare il cambiamento climatico riducendo le emissioni di CO2.

Benefici per l'azienda e per il gruppo target:

Impatto su vasta scala nella limitazione dei cambiamenti climatici; partnership con numerose aziende; ottimizzazione dei processi industriali di varie aziende al fine di ridurre l'impronta di carbonio.

Carattere innovativo:

L'azienda offre un modello di riforestazione integrata, che combina tecniche di piantagione manuale con processi tecnologici.

Link al sito web: <https://co2revolution.es/>