

NOTIZIE DAL MOSSOTTI:

fatti e parole a cura delle studentesse e degli studenti

articolo n. 28/2016

IMPRESA SIMULATA

Una nuova iniziativa: l'impresa simulata

Il Mossotti ha avviato una nuova iniziativa, offrendo agli studenti e alle studentesse delle classi quarte l'opportunità di informarsi e di creare, attraverso le indicazioni di insegnanti dell'Istituto, ma anche di esperti in *Start-up*, un progetto di impresa dal quale nasce l'**Impresa simulata**.



Un format ben strutturato e coinvolgente

Ogni mattina, all'inizio delle lezioni, tutte le classi quarte si riuniscono nelle aule multimediali per assistere alla spiegazione del programma giornaliero, ad opera del Vice Dirigente scolastico il quale, attraverso video e presentazioni interattive, coinvolge gli studenti e le studentesse fornendo loro *input* ed idee da cui iniziare il proprio lavoro; gli alunni e le alunne sono provvisti di documenti e allegati che, dopo essere stati analizzati attentamente, sono rielaborati; talvolta intervengono nelle presentazioni gli insegnanti esperti in materia, mentre è prevista per alcune giornate la presenza di professionisti nel campo, come è avvenuto durante il secondo incontro.

Intervento di esperti

Intervista a Federico Diotti

Nel corso di un'intervista ad uno di questi esperti, il rappresentante dell'incubatore Enne3, Federico Diotti, sono emersi alcuni errori comunemente commessi da chi vuole avviare una *Start-up*.

Gli errori più comuni nell'avvio di una *Start-up*

«Non dico la mia idea, perché se no me la rubano»: molti sono convinti della necessità di tenere segreta la propria idea per evitare che essa possa essere



rubata. Non c'è nulla di più sbagliato: se non la si diffonde non ci potranno essere ulteriori sviluppi, né economici né progettuali.

«Il mio target sono tutti»: non individuare un target specifico è un altro gravissimo quanto mai comune errore, che può addirittura far perdere un anno di lavoro. Può sembrare banale, ma è essenziale dedicare tempo alle



indagini di mercato e alla conoscenza del territorio.

«Sono da solo, non mi serve un *team*»: sottovalutare il lavoro di squadra sarebbe un errore, pensare di poter andare avanti da soli ancora di più. Molti investitori, ancora prima di valutare l'idea, chiedono «In quanti siete?» Sarebbe un bel problema essere da soli, si comincerebbe con il piede sbagliato.

Inoltre un *team* vario reca benefici: più componenti, più competenze.

«Non abbiamo *competitor* e, se ci fossero, non ci interessa sapere che cosa facciano»: non conoscere il proprio mercato è l'errore più grosso! Conoscere i rivali è fondamentale! I fondatori delle aziende più famose, come *Facebook*, sono i primi a confrontarsi e, nel caso anche a collaborare, con i loro *competitor*: quelli che un giorno sono rivali, il giorno dopo potrebbero diventare collaboratori.

«Il mio prodotto risponde ad un bisogno dei clienti, che però non sanno di avere»: sono davvero poche le *start-up* che riescono a creare un bisogno che prima non c'era (ad esempio *Apple* e *Amazon*). Se si vuole percorrere questa strada, elemento essenziale è la comunicazione, nella quale bisogna spendere tante risorse.

«Basta l'idea per avere successo»: non funziona così! Bisogna valutare molti fattori, economici soprattutto, perché, per quanto possa essere innovativa, un'idea deve fatturare.

Grazie ai suoi consigli e a quelli di tanti altri esperti, i ragazzi sono motivati a esprimere al meglio la loro creatività e, divisi in piccoli gruppi per ogni classe, possono anche sfruttare le loro conoscenze nelle varie materie e creare così una presentazione ricca e completa, da presentare al termine delle due settimane.

A cura di A.L. e B.K. (4A RIM)

