

COMPETIZIONE NAZIONALE STUDENTS LAB

La **Competizione Nazionale Students Lab** è l'evento conclusivo del programma formativo *Students Lab*. L'evento è una competizione tra studenti delle scuole secondarie di secondo grado italiane che nasce per promuovere l'imprenditorialità e la cultura manageriale tra le nuove generazioni.

L'iniziativa è promossa dall'*Associazione Students Lab Italia*, un'organizzazione no profit che opera per diffondere l'insegnamento economico-finanziario, lo spirito d'iniziativa e la cultura d'impresa nelle scuole di ogni ordine e grado. L'Associazione è tra i sottoscrittori dello "European Pact 4 youth", il piano d'azione del CSR per la formazione giovanile, promosso in Italia da Impronta Etica e Sodalitas.

La Competizione, a partire dal 2013, si è estesa progressivamente in tutto il territorio nazionale. Per ogni edizione viene scelta a rotazione, come sede della Competizione Nazionale, una delle maggiori città del Nord, del Centro e del Sud Italia.

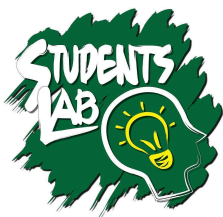
Precedenti edizioni

Edizione	Categoria .biz	Categoria .com	Categoria .tech	Categoria .org
Marcianise 2018/2019	Smart Park Service IIS Pantaleo (NA)	Creative and Communication L.S. E. Fermi (CE)	-	Purple Events IIS "Amaldi'Nevio" (NA)
Web Edition 2019/2020	Dolor Helmet IIS "F. Giordani" (CE)	Fase Rem IIS "A. Volta" (FG)	Wanderlust L.S. "A. Nobel" (NA)	-
Web Edition 2020/2021	GARDIN IIS "Caccioppoli" (SA)	-	FEMOS L.S. "A. Nobel" (NA)	-
Web Edition 2021/2022	REC TECH S.P.A IIS Einaudi-Pareto" (PA)			
Salerno 2022/2023	MessINviaggio Istituto Minutoli (ME)		Green Bin Istituto Primo Levi (CA)	
	Wood sound Istituto Minutoli (ME)			

Requisiti di accesso

Hanno accesso alla Competizione gli studenti delle classi del ciclo triennale che hanno realizzato una Mini Company e quelli che hanno aderito ai programmi Students Lab, fondamentale è il completamento di un ciclo di training.

Le **Minicompany** sono imprese reali costituite da studenti a scopo didattico. Si costituiscono per realizzare beni/ servizi da immettere sul mercato, sviluppando forme di collaborazione con aziende reali del territorio.



Le *Minicompany Students Lab* sono caratterizzate dalla presenza di un CdA composto e gestito esclusivamente da studenti, che raccolgono capitale sociale fino a un massimo di 1.000€. Non sono previsti organi di controllo.

Al termine delle Competizioni tutte le *Minicompany* vengono liquidate attraverso un'apposita "assemblea finale", durante la quale vengono restituite a ciascun socio le quote di capitale sociale sottoscritto e distribuiti gli eventuali utili.

Struttura della competizione

La *Competizione Nazionale* costituisce la fase conclusiva del programma *Students Lab* e vede la partecipazione dei gruppi di studenti selezionati attraverso le Competizioni Territoriali:

- Competizione Locali
- Competizione Regionali
- Competizione Interregionale

Cronoprogramma

FASE	MARZO APRILE	APRILE MAGGIO	APRILE MAGGIO	GIUGNO
COMPETIZIONI LOCALI				
COMPETIZIONI INTERREGIONALI				
COMPETIZIONI REGIONALI				
COMPETIZIONE NAZIONALE				

NB: il programma è suscettibile di variazioni

Competizione Nazionale

La Competizione si svolge preferibilmente in uno dei Centri Commerciali o Strutture Ricettive partner, dove le *Mini company* in gara allestiscono spazi espositivi per pubblicizzare e vendere i propri prodotti/servizi e presentano al pubblico il loro progetto sul palco dell'evento, con la possibilità di proiettare materiale illustrativo multimediale (spot, photo-gallery, slides).

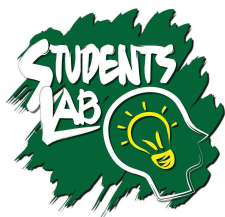
Una giuria di esperti, composta da imprenditori, docenti e professionisti, è chiamata a giudicare i progetti dei ragazzi, visitando gli stand e consultando la documentazione consegnata (business plan, piano marketing, bilancio).

Tra la prima e la seconda giornata, vengono effettuati colloqui di approfondimento individuali. Le performance dei gruppi in gara vengono valutati in base a:

- **Business Idea:** Fattibilità, redditività e innovatività del prodotto/servizio realizzato;
- **Identity:** capacità di comunicare la propria azienda e la propria idea;
- **Team:** grado di coesione del gruppo.

#StudentsLab





Inoltre, per arricchire il valore formativo dell'evento, sono previste attività ricreative e didattiche (workshop, interviste, fair play, ecc.), rivolte non solo agli studenti, ma anche ai docenti accompagnatori. È prevista la proiezione di materiale multimediale sul palco dell'evento, interviste o altri interventi in pubblico, distribuzione di materiale informativo e/o gadget.

Programma dell'evento

CHECK-IN	Accoglienza Minicompany e allestimento spazio espositivo
PITCH	Presentazione di tutti i progetti sul palco
VISTA STAND	Visita degli stand e approfondimento del Business Plan da parte della giuria
COLLOQUI	Colloqui individuali della giuria con i rappresentanti di ciascuna minicompany

Durata

2 Giorni

Luogo di svolgimento e logistica

Preferibilmente nei Centro Commerciali o Strutture Ricettive partner.

L'evento prevede l'allestimento di un Palco dotato di Service Audio-luci per i momenti di interazione con il pubblico e una serie di Set Espositivi per le Minicompany in gara, ciascuno dei quali è composto da uno Stand.

Canali di comunicazione

L'iniziativa è diffusa attraverso la rete di scuole, formatori, studenti e partner dell'Associazione Students Lab Italia, utilizzando un servizio di newsletter settimanale e i canali online, quali:

Sito Web www.studentslab.it

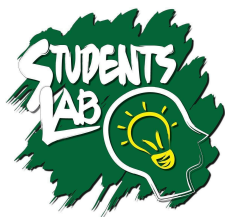
Facebook www.facebook.com/studentslabitalia

Linkedin www.linkedin.com/in/students-lab-093799107/

Instagram <https://www.instagram.com/studentslab/?hl=it>

Le fasi preliminari alla Competizione Nazionale (Competizioni Locali, regionali e Interregionali nonché Fiere d'Istituto realizzate nelle singole scuole aderenti), costituiscono un ulteriore mezzo per pubblicizzare l'evento, con il coinvolgimento di Stampa, Radio e TV locali e nazionali.





EDUCAZIONE ALL'IMPRENDITORIALITÀ

La **Competizione Students Lab** si ispira alle politiche Comunitarie che hanno preso forma con la "Strategia Europea per l'Occupazione", in cui l'educazione all'imprenditorialità è annoverata tra gli strumenti a contrasto dell'inoccupabilità e della disoccupazione giovanili.

L'imprenditorialità si identifica infatti con una forma mentis che racchiude in sé la capacità di ideare, progettare e pianificare un'attività legata allo sfruttamento di opportunità di profitto, assumendosi contestualmente il rischio di insuccesso.

Lo sviluppo di un atteggiamento proattivo e la capacità di rispondere alle problematiche legate alla gestione di un'attività imprenditoriale possono stimolare l'acquisizione di competenze organizzative, relazionali e comunicative, sempre più apprezzati in ambiente lavorativo, favorendo inoltre la propensione all'autoimpiego e alla creazione di nuove attività imprenditoriali.

Obiettivi

- La Competizione promuove la cultura dell'intraprendere intesa non soltanto come mera aspettativa di trovare un'occupazione, ma come capacità di creare lavoro per sé e per gli altri;
- La Competizione si propone di avvicinare gli studenti al mondo delle imprese, anche mediante il coinvolgimento attivo di aziende del territorio;
- La Competizione promuove la cultura dell'eccellenza utilizzando momenti di confronto e' agonismo come strumenti di valutazione;
- La Competizione sensibilizza i giovani sui temi legati alla responsabilità sociale d'impresa, diffondendo un'immagine positiva dell'essere imprenditori, lontano da stereotipi e pregiudizi.

Impatto sui partecipanti

Secondo uno studio norvegese, circa il 20% degli studenti partecipanti ai programmi di educazione all'imprenditorialità riescono a creare una propria impresa entro i 15 anni successivi al diploma. Per Students Lab non esiste ancora uno studio a largo raggio paragonabile all'esempio norvegese, dato che pochi dei partecipanti di queste prime edizioni hanno potuto completare il ciclo di studi o anche solo raggiungere la maggiore età.

Non mancano tuttavia le prime storie di successo: è il caso di "CanaPA", studenti palermitani che dall'esperienza in classe hanno dato vita a una vera impresa che produce prodotti alimentari a base di Canapa, o di "I'm not you", agenzia di comunicazione i cui membri hanno investito i ricavi del loro progetto per registrarne il marchio.

