

Rome Workshop (Nov. 16th) Report

Sustainable Enterprises for e-inclusion

Il workshop ha avuto l'obiettivo di riunire un piccolo numero di persone che hanno lavorato su progetti d'impresa sostenibile aventi come fine quello dell'inclusione sociale delle persone attualmente escluse dai benefici potenziali delle nuove tecnologie, a causa della povertà, della disabilità, o di qualsiasi altra ingiusta discriminazione.

Il gruppo riunito ha esplorato le esistenti sinergie tra le differenti iniziative individuali e, dove è stato possibile, ha cercato di creare una collaborazione su alcune attività che potrebbero aiutare a raggiungere:

- Un mutuo rafforzamento del valore aggiunto di ognuna delle iniziative.
- Nuove offerte agli innovatori economico-sociali attraverso il valore aggiunto creato dalla forza aggregata di tutte le iniziative.
- L'identificazione di nuove potenziali iniziative congiunte.

Il gruppo ha discusso inoltre, i processi possibili, le necessarie risorse critiche, e le realistiche attese dei progressi e dei risultati in un periodo di uno e due anni delle attività che si sono proposte di fare. La discussione ha avuto l'obiettivo fondamentale di posare le fondamenta per il futuro sviluppo di una iniziativa programmatica congiunta che possa essere presentata per un appropriata risorsa di finanziamento

I partecipanti al workshop del 16 novembre 2004:

- **Simon Healy** (OrphanIT – Philippines) simon@edmedia.info <http://www.orphanit.com>
- **Andrea Beccalli** (Digital Youth Consortium) andrea@e-inclusionsite.org <http://www.e-inclusionsite.org>
- **Alfonso Molina** (Digital Youth Consortium)
a.molina@ed.ac.uk <http://www.e-inclusionsite.org>
- **Judith Ovadia** (Mujer y Negocios – Argentina)
info@mujerynegocios.com.ar <http://www.mujerynegocios.com.ar/>
- **Patrick Guerra** (Global Social Benefit Incubator, Santa Clara University)
patrick@lionspeak.co
<http://business.scu.edu/CIE/>
- **Bal K. Joshi** (THAMEL – Nepal) baljoshi@thamel.com <http://www.thamel.com/>

- **Oliver Groth** (Botswana Weavers) admin@botswanacraft.bw
<http://www.botswanacraft.bw/>

I Lavori del workshop sono stati aperti dal prof. Alfonso Molina, Professore di Strategie dell'Università di Edimburgo. Il Prof Molina ha sottolineato quali fossero i principi base del Workshop che risiedono nella reciproca conoscenza tra i partecipanti, e nella volontà di offrire una struttura operativa per condividere esperienze e conoscenze, che possano crescere e svilupparsi in un programma strutturato in 1/2 anni.

Questi principi sono stati pienamente accolta da tutti i partecipanti al workshop e sono alla base delle iniziative che hanno come fine quello dell'inclusione sociale.

I progetti di impresa sostenibile presenti durante il workshop provengono tutti da aree povere del mondo ed hanno partecipato a rilevanti concorsi internazionali come lo Stockholm Challenge ed il Global Junior Challenge.

Le Esperienze:

I partecipanti al workshop hanno presentato le loro esperienze concrete:

L'esperienza presentata da **Judith Ovaia** nasce in'Argentina, un paese che dopo la crisi economica del 2001 ha il 50% della popolazione sotto la linea di povertà. Il progetto di **Mujer y Negocios** ha avuto come obiettivo quello di costruire un network tra le micro-imprese esistenti nel paese, guidate da donne e di beneficiare delle opportunità di *e-business* e dalle sinergie rese possibili da un network d'impres. L'esperienza di **Mujer y Negocios** si basa sulla convinzione che i progetti di sussistenza e le politiche di sussidio pubbliche sono importanti per combattere la povertà, ma non sono sufficienti a garantire la crescita di un paese. Sono necessarie invece politiche di progettazione, di produzione e di occupazione. A questo proposito, secondo Judith Ovaia, le semplici esperienze di microcredito non bastano a garantire la sostenibilità dell'impresa.

Su questo punto alcune divergenze hanno animato la discussione, ma tutti i partecipanti si sono trovati concordi sul sottolineare l'importanza della **sostenibilità** come unica garanzia di sviluppo e crescita dell'impresa.

L'esperienza presentata da Bal Joshi in Nepal è significativa proprio per la sua definizione di sostenibilità. Il punto di forza del Progetto **Thamel.com** è stata una profonda conoscenza della cultura del paese.

Il piano di business del progetto si basa sul commercio in rete di prodotti specifici e tipici all'interno del Nepal, ma ha avuto il suo punto di forza nell'essersi rivolta alla grande comunità (circa 1 milione) di nepalesi emigrati nei 5 continenti.

Dopo aver terminato gli studi negli Stati Uniti, Bal Joshi è tornato nel suo paese con l'intento di replicare in Nepal i successi della new economy che hanno cambiato le economie occidentali negli ultimi 10 anni. Dopo i primi investimenti, Joshi si è reso conto del problema della sostenibilità di un modello di sviluppo di business che richiedeva un supporto tecnologico impensabile in Nepal. Questo avrebbe richiesto un enorme investimento in tecnologia. Per risolvere questa difficoltà la strada intrapresa da Joshi è stata quella di modellare la poca tecnologia inizialmente disponibile sui bisogni della sua impresa, e rimodellare sulle reali esigenze del mercato il focus della sua impresa.

Questa prima dimostrazione del significato di **sostenibilità** è stata accolta con entusiasmo dai partecipanti del workshop, specialmente dai partecipanti provenienti da esperienze di ricerca, studio e promozione di imprese sostenibili, (incubator programs, spin off, awards, nello specifico Ulla Skiden dello Stockholm Challenge, Simon Healy di OrphanIT e Patrick Guerra di Lionspeak.com)

Patrick Guerra (ha seguito il workshop in video conferenza) ha evidenziato come il focus di una impresa sostenibile si deve indirizzare verso le innovazioni che possano generare benefici di impresa, e che aiutano la stessa a conseguire e garantire la sostenibilità.

Ancora una volta il caso di **Mujer y Negocios** è stato al centro dell'attenzione, in particolare per il modello di sviluppo che finora ha seguito. In particolare sono state analizzate le esigenze imprescindibili per una crescita continua e sostenibile di una impresa.

Le difficoltà presentate da Judith Ovadia sono andate oltre il bisogno di nuove risorse finanziarie, o l'*upgrade* tecnologico, sono state soprattutto la difficoltà ad accedere a specifici programmi d'apprendimento e di formazione. E' emersa un'altra caratteristica fondamentale del modello d'impresa sostenibile, l'interesse dei partecipanti del Workshop. si è spostato su ciò che è sentito come una priorità per lo sviluppo sostenibile, la necessità di formazione infatti cresce man mano che l'impresa cerca di espandersi. Quello che è risaltato dall'esperienza di **Mujer y Negocios** è stato il freno allo sviluppo causato dall'assenza di ricerche di mercato e efficaci strategie di marketing, ancor più che di nuovi afflussi di risorse finanziarie. Questo aspetto dell'importanza del *knowledge capital* per l'impresa sostenibile è stato individuato come un'altro componente fondamentale per la sostenibilità di una impresa. L'intervento di Joshi su questo punto ha aiutato a comprenderne meglio il significato mediante un collegamento stretto con l'aspetto della cultura, che Joshi stesso aveva poco prima individuato. La rilevanza della **cultura** in una impresa sostenibile significa poter adattare risorse e modelli economici alle vere esigenze del mercato. Joshi ha portato ad esempio un caso oggetto di diversi studi, il Nangi village in Nepal: Mahabir Pun un ragazzo nepalese originario di un villaggio remoto ai piedi dell'Himalaia, anche lui dopo aver terminato i suoi studi negli USA, ha pensato di portare nel suo villaggio dei computer per attrezzare

la piccola scuola della comunità. E' riuscito a raccogliere dalla fondazione Himanchal Educational Foundation dell'università del Nebraska un primo capitale per comprare componenti usati di pc. Per trasportare i pc fino al *Nangi village*, Mahabir li ha sistemati in cassette di legno e montati sulle spalle degli yak. Le cassette di legno sono state utilizzate in seguito per assemblare i pc. Il paese non è raggiunto da rete telefonica (nemmeno da acqua, e la luce è saltuaria) ed è necessario un giorno per raggiungere il primo internet point. Il nangi village ha ora un sito web dove oltre a ospitare piccoli progetti di e-business, offre la possibilità di partecipare a periodi di volontariato nella scuola del paese e di sperimentare progetti di e-learning. Un esempio emblematico dove sostenibilità, cooperazione, sviluppo e nuove tecnologie sono gli ingredienti fondamentali.

Secondo Simon Healy Le esperienze illustrate da Judith Ovadia e Bal Joshi possono essere al contempo importanti per altri progetti, inoltre ha anche sottolineato come la crescita di una impresa sostenibile dipende molto dal mercato che vuole raggiungere.

L'intervento di Patrick Guerra ha integrato le notazioni di Simon Healy e ha ricordato che altri sistemi di sviluppo delle imprese sostenibili possono essere piani economici e sociali pubblici, strumenti di raccolta fondi. Inoltre, anche gli obiettivi dell'impresa sono molto importanti, come ad esempio un continuo ascolto dei consumatori.

L'intervento finale di Oliver Groth ha chiuso proficuamente la sessione della mattina affermando come una impresa sostenibile basata su un vero sistema costi/benefici, più che su politiche di beneficenza è un sicuro motore di sviluppo. Oliver Groth ha presentato l'esperienza del progetto **Botswana Craft**. Questo progetto nasce nel 1970 dalla corporazione per lo sviluppo del Botswana con lo scopo di sviluppare l'industria artigianale delle campagne. L'esperienza è cresciuta fino a divenire il più grande esportatore e distributore di prodotti artigianali. Infatti, dal 1993 è un'impresa privata e impiega direttamente più di 40 dipendenti e indirettamente crea lavoro per numerosi artigiani delle aree rurali più povere del Botswana, con l'obiettivo di migliorarne la qualità della vita e amministrare l'uso delle risorse naturali. Il progetto Botswana craft si basa su un network di singoli produttori consorziati e promuove la consapevolezza che la sostenibilità dell'intero sistema economico è dato dall'impegno di ognuno dei produttori. Lo sviluppo economico non è affidato a politiche di sostegno e solidarietà, ma a iniziative che promuovono l'impegno personale e il lavoro collaborativo.

La seconda parte del Workshop svoltasi nel pomeriggio, ha cercato di sintetizzare i molteplici spunti di analisi e riflessione emersi nella sessione della mattina. I partecipanti provenienti da esperienze di studio e ricerca hanno ascoltato i punti di forza e le urgenze che frenano lo sviluppo dei tre progetti di impresa sostenibile presentati.

Il workshop si è concluso con gli interventi di Judith Ovadia, Bal Joshi e Oliver Groth che hanno sintetizzato quali sono i punti di forza, le strategie vincenti, e i limiti allo sviluppo e alla sostenibilità di una impresa .

Progetti	Punti di forza	limite allo sviluppo
Judith Ovadia , <i>Mujer y Negocios</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Networking tra le donne - più di 200 corsi di esperienze d'impresa liberamente scaricabili dal sito web - condivisione della conoscenza e dei flussi di informazione 	<ul style="list-style-type: none"> -Programmi di apprendimento -Assistenza e supporto nei vari stadi del progetto per selezionare le singole opportunità -Strategie di Marketing -Discriminazione di genere - limiti linguistici, necessità di traduttori in inglese
Bal Joshi , <i>Thamel.com</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Adattare la tecnologia al business - Comprensione della nostra cultura e forte relazione con le nostre radici -catene di offerta locali adozione di piattaforme di rete per le catene di offerta -Metodo di lavoro collaborativo 	<ul style="list-style-type: none"> -Accesso a mercati esteri - infrastruttura tecnica connessione a banda larga - Risorse finanziarie - Business consultant and facilitators - piattaforme di rete per le catene di offerta -Tutoring a distanza
Oliver Groth , <i>Botswana Craft</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Progetti separati ognuno dirige il proprio business, ma con la consapevolezza che una cooperazione è necessaria 	<ul style="list-style-type: none"> -Reti di Marketing per raggiungere i potenziali clienti