

PREMIO UNIONCAMERE “SCUOLA, CREATIVITA’ E INNOVAZIONE”

II Edizione 2005-2006

BANDO

L’Unione italiana delle Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura (Unioncamere):

- intendendo sviluppare tra i giovani la cultura dell’innovazione, integrandola nei percorsi educativi ed evidenziandone la stretta correlazione con il sistema delle imprese e con la crescita sociale ed economica dei territori;
- intendendo sensibilizzare il sistema scolastico sui temi della creatività, innovazione e tutela della proprietà industriale tramite la brevettazione;
- avvalendosi della collaborazione delle Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura e degli Istituti di scuola media superiore;
- con l’apporto organizzativo e professionale di Dintec Scrl, Agenzia partecipata di Unioncamere che svolge un ruolo attivo nell’individuare e realizzare attività di supporto al sistema delle Camere di Commercio sui temi Ricerca, Innovazione e Trasferimento tecnologico per le piccole e medie imprese

b a n d i s c e

tra gli studenti che nell’anno scolastico 2005-2006 frequentano gli Istituti di scuola media superiore un

c o n c o r s o

per l’assegnazione di 6 Borse-premio per un importo complessivo di:

Euro 18.000

e

per l’assegnazione di dotazioni finanziarie per l’acquisto di supporti didattici per un importo complessivo di:

Euro 5.000

disciplinato secondo le norme riportate nel Regolamento.

REGOLAMENTO

Articolo 1

Definizione e obiettivi dell'iniziativa

Il Premio Unioncamere “Scuola, Creatività e Innovazione” è rivolto agli studenti delle scuole medie superiori e ha una duplice finalità:

- promuovere, sviluppare e coltivare nei giovani una propensione al pensiero creativo e all'innovazione;
- sensibilizzare il mondo della scuola sull'importanza, per la crescita sociale ed economica dei territori, di un percorso educativo che tenga conto di temi quali la creatività, l'innovazione e la tutela della proprietà intellettuale.

Il Premio Unioncamere “Scuola, Creatività e Innovazione” presenta, inoltre, un forte legame con il già esistente Premio di Unioncamere per l'impresa innovativa, in quanto esso punta a premiare il momento di “ideazione”, per iniziativa dei giovani, di un prodotto/servizio innovativo o di processi produttivi innovativi che potrebbero essere tradotti in *business* dalle imprese innovative.

Articolo 2

Partecipanti al Premio Unioncamere

Sono ammessi a partecipare al Premio Unioncamere gli studenti regolarmente iscritti e frequentanti, per l'anno scolastico 2005-2006, gli Istituti di scuola media superiore, facenti parte di una o più classi, che si impegnino a elaborare idee concrete ad elevato contenuto innovativo e creativo espresse sotto forma di Progetto.

Gli studenti partecipanti devono essere organizzati in gruppi, formati da un minimo di 5 membri ad un massimo di 15, in cui sia previsto il coinvolgimento di almeno un docente che svolga attività di assistenza e coordinamento.

Articolo 3

Iscrizione al Premio Unioncamere

L'iscrizione al Premio è effettuata dal Preside dell'Istituto in attuazione della deliberazione assunta dai competenti organi della scuola. A tal fine la richiesta di partecipazione al Premio, redatta conformemente al modulo di domanda allegato al Regolamento (Allegato 1) e sottoscritta dal Preside dell'Istituto, deve essere inviata sia

a Unioncamere, sia alla Camera di Commercio della provincia di appartenenza dell'Istituto entro **il 31 gennaio 2006**.

L'invio ad Unioncamere deve essere effettuato al seguente indirizzo, indicando sulla busta **Premio Unioncamere "Scuola, Creatività e Innovazione"**: P.zza Sallustio n. 21, 00187 Roma.

Entro il **31 gennaio 2006** l'Istituto deve registrarsi collegandosi alla sito web www.innovazione.unioncamere.it e compilando l'apposito *form* secondo le istruzioni riportate.

Articolo 4 Oggetto del Premio Unioncamere

Il Premio Unioncamere si articola su due livelli, uno provinciale e l'altro nazionale. E' prevista la suddivisione del Premio in due Sezioni: "Prodotti innovativi" e "Servizi innovativi".

Per partecipare al Premio occorre elaborare idee concrete ad elevato contenuto innovativo e creativo. Si precisa che l'attività di ideazione deve svolgersi con riferimento **all'anno scolastico 2005-2006**.

L'idea deve essere espressa sotto forma di Progetto e deve tradursi nell'individuazione di prodotti o servizi innovativi.

I Progetti devono essere elaborati dal gruppo di studenti con l'assistenza/coordinamento di un docente.

I Progetti, elaborati seguendo le istruzioni riportate nella Guida alla scheda progettuale (Allegato 2 del Regolamento), **devono presentare elementi concreti di fattibilità e sostenibilità economica**.

I Progetti, costituiti, oltre che dal testo, anche da grafici, disegni e altro materiale illustrativo, devono descrivere le caratteristiche del prodotto/servizio che si propone, sottolineando gli aspetti innovativi, ossia ciò che distingue il prodotto/servizio proposto da quelli già esistenti. Deve essere individuato anche il campo di applicazione, le possibilità d'impiego, i destinatari e i benefici attesi dal prodotto /servizio ideato. Infine, si devono descrivere i passaggi evolutivi di sviluppo del prodotto/servizio, individuando gli operatori delle filiere potenzialmente interessati al prodotto/servizio, ed eventuali indicazioni in merito alla sostenibilità economica e alla trasferibilità.

Articolo 5

Diritti di proprietà intellettuale

La titolarità del progetto innovativo che verrà presentato è dei soggetti che hanno contribuito a svilupparlo e che sono invitati a tutelarlo, ove ritenuto opportuno, secondo quanto disciplinato dal Codice sulla proprietà industriale (D.Lgs. 10 febbraio 2005, n. 30) e dalla legge sulla Protezione del diritto di autore (Legge 22 aprile 1941 n. 633 e successive modificazioni).

Con la presentazione della domanda di partecipazione al Premio si autorizzano la Camera di Commercio e l'Unioncamere ad utilizzare i progetti presentati per fini didattici e culturali, compresa l'eventuale diffusione e pubblicazione, con l'esclusivo obbligo della citazione della fonte.

Articolo 6

Termine per l'invio dei progetti

Il termine previsto per la compilazione e la presentazione del progetto scadrà improrogabilmente il **15 maggio 2006**.

Entro la predetta data i progetti, corredati dall'elenco nominativo degli studenti che hanno attivamente partecipato alla realizzazione del lavoro, devono essere inseriti sul sito web www.innovazione.unioncamere.it, nell'apposita sezione, seguendo le istruzioni riportate.

Il materiale così inviato non verrà restituito agli autori e potrà essere utilizzato - esclusa ogni finalità di lucro - dalla Camera di Commercio e da Unioncamere senza limiti di tempo per la produzione di materiale informativo, editoriale, promozionale, per la promozione delle iniziative istituzionali proprie o di enti terzi e in generale per il proseguimento dei propri scopi istituzionali.

Gli autori verranno riconosciuti tali secondo le forme d'uso utilizzate nella prassi corrente.

Articolo 7

Commissioni esaminatrici

I Progetti presentati potranno essere esaminati e valutati, in prima istanza, da una Commissione nominata dalla Camera di Commercio della provincia di appartenenza degli Istituti partecipanti, che opererà la valutazione sulla base degli elementi di valutazione indicati da Unioncamere.

La Commissione esaminatrice provinciale è costituita da quattro membri e la composizione sarà definita dalle singole Camere di Commercio.

I Progetti valutati positivamente dalla Commissione esaminatrice provinciale saranno inseriti in una graduatoria provinciale che deve essere inviata ad Unioncamere **entro il 15 giugno 2006.**

Successivamente, Unioncamere nominerà un'apposita Commissione esaminatrice nazionale per valutare i progetti primi classificati (i prime due/tre/cinque di ogni graduatoria provinciale, a seconda delle province e degli istituti coinvolti) e premierà fra questi i vincitori nazionali.

La Commissione esaminatrice nazionale costituita da **sei** commissari, nominati dal Presidente di Unioncamere tra Dirigenti scolastici, rappresentanti del Sistema camerale e del mondo economico, esperti in tema di innovazione e brevetti.

Articolo 8 **I criteri di valutazione dei progetti**

Le Commissioni provinciali e nazionali, premieranno i progetti sulla base dei seguenti elementi di valutazione:

- creatività e originalità dell'idea;
- novità e inventività dell'idea;
- realizzabilità e "utilità sociale" dell'idea;
- sostenibilità economica dell'idea;
- opportunità di valorizzazione economica dell'idea.

Articolo 9 **Segreteria del Premio Unioncamere**

L'attività organizzativa e di coordinamento con le singole Commissioni esaminatrici provinciali e con la Commissione esaminatrice nazionale è espletata da Dintec Scrl, Agenzia partecipata di Unioncamere.

Scaduto il termine del 15 maggio 2006, sarà cura di Dintec assistere la Commissione esaminatrice nazionale e inoltrarle gli elaborati presentati dagli istituti primi classificati a livello provinciale (primi due/tre/cinque di ogni graduatoria provinciale), monitorare il buon andamento della selezione e ricevere i Progetti concorrenti a livello nazionale, corredati dai giudizi espressi, dalla graduatoria nazionale e dal verbale dei lavori.

L'esito del Premio sarà proclamato a **ottobre 2006.**

Articolo 10 Premi

Il Premio Unioncamere istituisce per i progetti vincitori a livello nazionale borse-premio volte a incentivare il lavoro di gruppo degli studenti che hanno attivamente partecipato alla realizzazione dei migliori Progetti.

Le borse-premio, assegnate ai **primi tre** progetti classificati all'interno di ciascuna delle Sezioni del Premio, sono riconosciute agli Istituti scolastici di appartenenza del gruppo di studenti, che successivamente le destineranno in parti uguali agli studenti che hanno realizzato il progetto.

Sono istituite **sei** borse-premio:

Sezione prodotti innovativi

Primo classificato: Euro 5.000.

Secondo classificato: Euro 2.500.

Terzo classificato: Euro 1.500.

Sezione servizi innovativi:

Primo classificato: Euro 5.000.

Secondo classificato: Euro 2.500.

Terzo classificato: Euro 1.500.

Ai **docenti** che avranno coordinato i gruppi di studenti classificati ai primi tre posti a livello nazionale, per ciascuna delle due Sezioni, verrà riconosciuto un compenso previa presentazione di un saggio illustrativo del momento di ideazione e dell'attività del gruppo coordinato.

Inoltre, **agli Istituti scolastici** cui appartengono gli studenti che hanno realizzato i Progetti classificati nella graduatoria nazionale ai **primi cinque posti** per ciascuna Sezione del Premio, viene attribuita una dotazione di **Euro 500** finalizzata all'acquisto di supporti didattici (attrezzature di laboratorio, biblioteca ecc).

Per i progetti vincitori a livello provinciale è prevista l'assegnazione di un attestato.

ALLEGATO 1

Domanda di partecipazione al Premio

PREMIO UNIONCAMERE “SCUOLA, CREATIVITA’ E INNOVAZIONE”

SCHEDA DI PARTECIPAZIONE

Il Sottoscritto _____

Preside dell’Istituto _____

con sede a _____, Via _____, n _____

tel _____, fax _____ e-mail _____

nell’interesse dell’Istituto medesimo e dei suoi studenti,

chiede

l’ammissione alla seconda edizione del Premio Unioncamere “Scuola, Creatività e Innovazione”, bandito da Unioncamere, per l’assegnazione di borse-premio e di una dotazione finanziaria per l’acquisto di supporti didattici.

Il Sottoscritto dichiara che gli organi didattici competenti dell’Istituto e gli studenti che parteciperanno al Premio Unioncamere hanno preso debita visione dell’apposito Regolamento.

DOCENTE DI RIFERIMENTO

Prof. _____

Materia _____

Tel. _____ e-mail _____

ALLEGATO 2

Guida alla SCHEMA PROGETTUALE

Premessa

La guida alla scheda progettuale fornisce un'indicazione su come strutturare il progetto.

È tuttavia chiaro che non si intende limitare la libertà dei docenti di proporre strutture differenti dallo schema qui illustrato e più in linea con il percorso didattico seguito durante l'anno.

Una raccomandazione deve però essere fatta per ragioni organizzative, qualsiasi struttura si deciderà di adottare questa dovrà mantenere la scheda con i **dati del Premio**, una breve **sintesi iniziale** ed essere composta da un numero totale di **pagine inferiore a 25**.

**DATI PER
PREMIO UNIONCAMERE “SCUOLA, CREATIVITA’ E
INNOVAZIONE”**

DATI PARTECIPANTI

ISTITUTO _____

con sede nella città di _____ Provincia _____

Via _____ n _____

tel _____ fax _____ e-mail _____

IDENTIFICATIVO GRUPPO STUDENTI _____ **N. STUDENTI** _____

DOCENTE/TUTOR _____

MATERIA _____

DATI PROGETTO

Categoria progetto (barrare la voce interessata):

PRODOTTI INNOVATIVI

SERVIZI INNOVATIVI

TITOLO DEL PROGETTO _____

1. Sintesi

La sintesi preliminare ha lo scopo di definire brevemente l'idea che si intende realizzare.

In questa sezione si richiede di trasmettere in poche righe (non oltre 15) il contesto di riferimento nel quale si intende inserire il proprio progetto e di tracciare le principali linee che caratterizzano l'innovatività del progetto. In particolare è bene indicare brevemente se si tratta di un'innovazione "radicale", "incrementale" oppure "di contesto" (come poi sarà spiegato nella sezione 3).

2. Il prodotto/servizio

Contestualizzazione e descrizione del prodotto/servizio, includendo anche grafici, disegni e altro materiale illustrativo utile.

In questa sezione si ha a disposizione uno spazio superiore per spiegare il prodotto che si vorrebbe realizzare o il servizio che si vorrebbe fornire (si consiglia di non superare le 5 pagine inclusi gli allegati).

Individuare i "bisogni" da soddisfare. Ad esempio se si vuol inventare un nuovo modello di penna, si parlerà di scrittura e di quali siano le esigenze che crediamo siano proprie di chi scrive con la penna (ovviamente diverse da quelli che utilizzano un computer o un palmare) e che pensiamo di poter soddisfare più opportunamente attraverso la nostra penna "innovativa".

3. Innovatività

Descrizione degli aspetti innovativi, ossia di ciò che distingue il prodotto/servizio proposto da quelli già esistenti o simili.

In questa sezione si richiede di fornire una descrizione quanto più accurata possibile dei prodotti o dei servizi attualmente in commercio e su questa base spiegare cosa crediamo

che questi non facciano o che crediamo possa essere migliorato. Terminata questa prima sintesi si chiede di effettuare una descrizione dei punti di forza (e di debolezza) della nostra idea rispetto a quel che offre il mercato. È dunque possibile spiegare se la nostra idea ha caratteristiche di **innovazione radicale** (*ovvero non esistono prodotti attualmente in commercio paragonabili al nostro, stiamo dunque introducendo qualcosa di totalmente nuovo sia per l'azienda che li realizza che per il mercato*), **innovazione incrementale** (*ovvero esiste qualcosa simile ma noi lo stiamo modificando e rendendolo più vicino ai bisogni degli utenti*) oppure **innovazione di contesto** (*ovvero stiamo proponendo qualcosa che è già utilizzato in un altro ambito, settore o mercato ed ora proponiamo un suo utilizzo in un altro contesto diverso da quello originale*).

Tornando all'esempio della scrittura, dovremmo fornire un elenco delle tipologie di penne in commercio, eventualmente delle principali aziende e, se possibile, un'indicazione dei brevetti che sono stati realizzati negli ultimi anni e che coinvolgono le parti della penna che intendiamo modificare (per questo ultimo punto suggeriamo una ricerca su: www.infobrevetti.camcom.it).

Tracciato il quadro che caratterizza l'offerta attuale per le penne ci concentreremo nel descrivere quali novità ci proponiamo di inserire con il nostro prodotto, ad esempio grazie ad un particolare accorgimento miglioriamo la qualità di scrittura delle penne.

(Per questa sezione si consiglia di non superare le 8 pagine inclusi gli allegati)

4. Finalità e risultati attesi

Descrizione degli obiettivi che ci si propone di raggiungere

A questo punto dovrebbe essere stato chiarito: quali bisogni vogliamo soddisfare (sezione 2), qual è il contesto di riferimento attuale e quali sono le caratteristiche innovative che vogliamo apportare (sezione 3). Pertanto adesso dobbiamo definire quali risultati ci proponiamo di raggiungere, ovvero come crediamo che il nostro prodotto possa modificare il mercato (ad esempio potremmo indicare quali quote di mercato ci auspichiamo di coprire, quali cambiamenti potrà apportare nelle abitudini dei

consumatori, quali cambiamenti potrebbe generare all'interno di altri settori e quali reazioni ci si potrebbe aspettare da altri concorrenti).

Nell'esempio della penna innovativa questa potrà avere caratteristiche tali da dover far ripensare la struttura del mercato? Ad esempio quando fu inventata la penna a sfera questa ridusse i costi e rese il processo di scrittura molto più semplice di quanto non lo fosse con il calamaio. Questa innovazione conquistò il mercato di massa e “relegò” le altre forme di scrittura (stilografica e calamaio) nelle “nicchie di mercato”. Inoltre si può pensare che l'aumento della scrittura abbia coinvolto anche il mercato della carta e dell'inchiostro. Riguardo ai concorrenti questi non poterono “copiare” l'idea perché questa era protetta da brevetto, il che assicurò alla azienda detentrici dei diritti (la *BIC*) lo sfruttamento esclusivo dell'idea.

(Per questa sezione si consiglia di non superare le 4 pagine inclusi gli allegati)

5. Realizzazione

Descrizione del processo di realizzazione.

In questa ultima sezione si chiede di riportare gli aspetti operativi che si crede debbano essere realizzati per passare dall'idea descritta nelle prime sezioni allo scenario presentato nella sezione precedente.

Sarà dunque possibile individuare gli strumenti che si crede di dover acquisire per poter procedere alla realizzazione del prodotto (o alla fornitura del servizio), quali saranno i tempi caratteristici della produzione e le quantità che vorremo realizzare (coerentemente con le quote di mercato che ci aspettiamo), il numero di persone che crediamo di dover impegnare e i ruoli che queste dovranno avere: si tratta in pratica di definire i tempi e le risorse (economiche ed umane) necessarie. Infine potrebbe essere utile evidenziare quali operatori crediamo sia opportuno contattare, in qualità di fornitori e distributori del prodotto/servizio.

Definite quindi le necessità produttive sarà possibile stimare i costi che crediamo di dover sostenere per la realizzazione dell'idea e valutare le variazioni di costo a cui crediamo di essere soggetti rispetto agli attuali operatori del mercato.

In base ai costi sostenuti (ed eventualmente allo scenario del mercato) sarà possibile stimare il prezzo al quale si pensa di poter offrire il proprio servizio/prodotto innovativo.

Tornando al caso della penna a sfera questa godeva di due vantaggi: il primo è che era di più facile utilizzo rispetto agli strumenti di scrittura dell'epoca (prima metà del '900), il secondo era la possibilità di poter essere facilmente prodotta su larga scala e quindi di poter abbattere i costi di produzione ("economia di scala"). È chiaro dunque che se fossimo stati noi a doverla introdurre sul mercato avremmo dovuto stimare una grande diffusione (era economica e più facile da usare) il che ci avrebbe portato a strutturare un progetto di una grande azienda (oppure un consorzio di più aziende) capace di soddisfare la domanda del mercato.

(Per questa sezione si consiglia di non superare le 6 pagine inclusi gli allegati)