



PREMIO UNIONCAMERE “SCUOLA, CREATIVITA’ E INNOVAZIONE”

III Edizione 2006-2007

BANDO

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

- intendendo promuovere, sviluppare e coltivare nei giovani delle scuole medie superiori una propensione al pensiero creativo e all’innovazione;
- intendendo sensibilizzare il mondo della scuola sulla rilevanza, per la crescita sociale ed economica dei territori, di un percorso educativo che tenga conto di temi quali appunto la creatività, l’innovazione, il design e la tutela della proprietà intellettuale;
- avvalendosi della collaborazione delle Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura e degli Istituti di scuola media superiore;

b a n d i s c e

tra gli studenti che nell’anno scolastico 2006-2007 frequentano gli Istituti di scuola media superiore un

c o n c o r s o

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

Euro 27.000

e

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

Euro 7.500

disciplinato secondo le norme riportate nel Regolamento.



REGOLAMENTO

Articolo 1 Finalità

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, il *design* e la tutela della proprietà intellettuale.

Il Premio Unioncamere “Scuola, Creatività e Innovazione” mira a premiare il momento di “ideazione”, per iniziativa degli studenti, di un prodotto/servizio innovativo o di processi produttivi innovativi che potrebbero essere tradotti in *business*, anche da nuove iniziative imprenditoriali.

Articolo 2 Requisiti di ammissibilità

Sono ammessi a partecipare al Premio Unioncamere gli studenti regolarmente iscritti e frequentanti per l’anno scolastico 2006-2007 gli Istituti di scuola media superiore.

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.

I gruppi di lavoro, formati da studenti facenti parte di una o più classi, devono cimentarsi nell’elaborare idee creative e innovative di prodotti o servizi, tenendo conto, pur nella libera espressione della fantasia, delle specificità produttive reali e delle possibilità di riproducibilità.

Le idee presentate devono essere inedite, pena l’esclusione dal concorso. Non sono ammessi progetti relativi a prodotti o servizi già in produzione, o già risultati vincitori di altri concorsi.



Articolo 3 Iscrizione

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 iscrizione 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 28 febbraio 2007.**

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.

Articolo 4 Le modalità di partecipazione

Il Premio Unioncamere, articolato su due livelli (provinciale e nazionale), si compone di tre Sezioni: **"Prodotti innovativi"**, **"Servizi innovativi"** e **"Design"**.

Per partecipare al Premio occorre elaborare idee di prodotti o servizi ad elevato contenuto creativo e innovativo. I nuovi prodotti/servizi devono essere innovativi rispetto all'attuale stato della tecnica o proporre un utilizzo innovativo di tecniche esistenti (**innovazioni tecnologiche, tali idee devono essere presentate nelle Sezioni "Prodotti innovativi" o "Servizi innovativi"**) o, in alternativa, devono essere innovativi rispetto alle attuali forme, funzioni, materiali, applicazioni/soluzioni esistenti in altri settori o con altri scopi, modo di comunicare i segni distintivi del prodotto/servizio o le esperienze di consumo ad esso riconducibili, interpretando e anticipando le linee estetiche emergenti e le esigenze funzionali del proprio tempo o le nuove modalità di interfaccia (**innovazioni nel design, tali idee devono essere presentate nella Sezione "Design"**).

Le idee, elaborate dal gruppo di studenti con l'assistenza/coordinamento di un docente, devono essere espresse sotto forma di **progetti** strutturati seguendo le istruzioni riportate nella Guida alle schede progettuali (Allegato 2).

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, sotto il profilo tecnologico o quello del design, 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, le emozioni e le esperienze attesi dal prodotto /servizio ideato. Infine, si devono descrivere i passaggi evolutivi di sviluppo e materializzazione del



prodotto/servizio, individuando gli operatori delle filiere potenzialmente interessati al prodotto/servizio, ed eventuali indicazioni in merito alla sostenibilità economica e alla trasferibilità di quanto ideato.

Si precisa che l'attività di ideazione deve svolgersi con riferimento **all'anno scolastico 2006-2007**

Articolo 5 Termine per la presentazione dei progetti

Il termine previsto per la presentazione dei progetti scadrà improrogabilmente il **31 maggio 2007**.

Entro la predetta data i progetti, corredati da tutta la documentazione necessaria a descrivere al meglio l'idea che si propone e dall'elenco nominativo degli studenti che hanno attivamente partecipato alla realizzazione del lavoro, **devono essere stampati su carta e inseriti in un CD/DVD, inviando** sia i **materiali cartacei** che **quelli digitali** al seguente **indirizzo**, indicando sulla busta **Premio Unioncamere "Scuola, Creatività e Innovazione"**: P.zza Sallustio n. 21, 00187 Roma.

I materiali così inviati non verranno restituiti agli autori e potranno essere utilizzati - 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 6 Diritti di proprietà intellettuale

La titolarità dell'idea innovativa che verrà presentata è dei soggetti che hanno contribuito a svilupparla e che sono invitati a tutelarla, ove ritenuto opportuno, secondo quanto disciplinato dal Codice sulla proprietà industriale (D.Lgs. 10 febbraio 2005, n. 30), dalla legge sulla Protezione del diritto di autore (Legge 22 aprile 1941 n. 633 e successive modificazioni) e dal Regolamento comunitario sul design (Reg. CE 12 dicembre 2001, n. 6/2002).

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



Articolo 7

Verifica requisiti di ammissibilità e graduatorie provinciali

I progetti presentati saranno esaminati e valutati, in prima istanza, dalla Camera di commercio della provincia di appartenenza degli Istituti scolastici.

La Camera di commercio procederà ad una verifica del possesso dei requisiti riportati nell'articolo 2 e successivamente procederà, avvalendosi di una Commissione esaminatrice composta da esperti, all'esame dei progetti in possesso dei requisiti, sulla base degli elementi di valutazione che saranno indicati da Unioncamere.

I progetti valutati positivamente dalla Commissione esaminatrice provinciale saranno inseriti in una graduatoria provinciale che deve essere inviata ad Unioncamere **entro il 29 giugno 2007.**

Articolo 8

Comitato Tecnico Scientifico

Sarà cura del Comitato Tecnico Scientifico - costituito da 6 componenti, nominati dal Presidente di Unioncamere tra professori universitari ed esperti in tema di innovazione e design, rappresentanti del sistema camerale e rappresentanti del sistema dell'istruzione, della ricerca e dell'innovazione - definire i criteri e gli elementi per la valutazione dei progetti e selezionare i progetti vincitori della terza edizione del Premio, anche tenendo conto delle graduatorie provinciali pervenute (in base a quanto previsto dal precedente articolo 7).

Articolo 9

Proclamazione dei vincitori

I vincitori del Premio saranno proclamati nell'**autunno 2007**. Su apposite pagine del sito Internet di Unioncamere sarà resa pubblica la graduatoria delle diverse Sezioni del Premio.

Articolo 10

Premi

Il Premio Unioncamere riconosce ai progetti vincitori a livello nazionale borse-premio volte a incentivare il lavoro di gruppo degli studenti che hanno attivamente partecipato alla realizzazione dei progetti stessi.



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 **nove** 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.

Sezione design:

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 tre Sezioni, verrà riconosciuto un compenso di **Euro 500** a titolo di cessione dei diritti d'autore per la stesura 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).



ALLEGATO 1

Domanda di partecipazione alla terza edizione del Premio Unioncamere “Scuola, Creatività e Innovazione”

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 terza 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 hanno preso debita visione del Regolamento 2006-2007.

DOCENTE DI RIFERIMENTO

Prof. _____

Materia _____

Tel. _____ e-mail _____



ALLEGATO 2

Guida alla scheda progettuale

Premessa

In considerazione delle specificità e peculiarità dei processi creativi che conducono all'ideazione di un prodotto/servizio tecnologicamente innovativo piuttosto che all'ideazione di un prodotto/servizio innovativo nella forma, nelle funzioni, nell'utilizzo di applicazioni/soluzioni esistenti in altri settori o con altri scopi, e/o nel modo di comunicare i segni distintivi del prodotto/servizio stesso o le esperienze di consumo ad esso riconducibili, la Guida illustra **due format di scheda progettuale**:

- scheda progettuale per le Sezioni “Prodotti innovativi” e “Servizi innovativi”;
- scheda progettuale per la Sezione “Design”.

È tuttavia chiaro che non si intende limitare la libertà dei docenti di proporre strutture differenti dagli schemi qui illustrati 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 pagina con i **dati del Premio**, una breve **sintesi iniziale** ed essere composta da un numero totale di **pagine inferiore a 25**.

Le schede progettuali e gli altri elaborati di progetto devono essere stampati e inviati, anche su supporti digitali (CD/DVD), secondo quanto disciplinato dall'art. 5 del Regolamento del Premio.



**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

Sezione (barrare la voce interessata):

PRODOTTI INNOVATIVI

SERVIZI INNOVATIVI

DESIGN

TITOLO DEL PROGETTO _____



FORMAT PER SEZIONI “PRODOTTI INNOVATIVI” O “SERVIZI INNOVATIVI”

Il progetto da presentare si compone delle seguenti sezioni:

1. Sintesi

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

In questa sezione si richiede di descrivere in poche righe il contesto di riferimento nel quale si intende inserire la propria idea e di tracciare le principali linee che caratterizzano l'innovatività dell'idea. In particolare è bene indicare brevemente se si tratta di un'innovazione “radicale”, “incrementale” oppure “di contesto” (come poi sarà spiegato nella sezione 3).

(si consiglia di non superare 15 righe)

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, nonché per individuare e illustrare i “bisogni” dei consumatori che si intende soddisfare con il nuovo prodotto/servizio che si propone.

(si consiglia di non superare le 5 pagine inclusi gli allegati).

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

(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 che si vogliono soddisfare (sezione 2), qual è il contesto di riferimento attuale e quali sono le caratteristiche innovative che si intende apportare (sezione 3). Pertanto adesso si devono definire quali risultati si propone di raggiungere, ovvero come si crede che il prodotto o servizi ideato possa modificare il mercato (ad esempio si possono indicare quali quote di mercato si auspica 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).

(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 si crede sia opportuno contattare, in qualità di fornitori e distributori del prodotto/servizio.

Definite quindi le necessità produttive sarà possibile stimare i costi che si crede di dover sostenere per la realizzazione dell'idea e valutare le variazioni di costo a cui si crede 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.

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



FORMAT PER SEZIONE “DESIGN”

Il progetto da presentare si compone di:

- A. **Tavole** con disegni in scala adeguata che illustrino la visione d’insieme del prodotto e i suoi particolari. Possono essere allegati anche **immagini evocative, schemi funzionali e studi ergonomici, scelte materiche e cromatiche**, eventuali **prototipi**;
- B. **Relazione** che descriva lo scenario, le motivazioni, le prestazioni del bene/servizio, l’emozione e l’esperienza che si intende indurre nel consumatore/utilizzatore, l’impatto sul mercato, le implicazioni e caratteristiche morfologiche, ergonomiche, sensoriali (articolate nelle differenti soglie estetico-percettiva, emozionale, simbolica e ostentativa) e di sicurezza dei prodotti, nonché l’eventuale sperimentazione di nuovi materiali. La Relazione dovrà essere articolata nelle seguenti sezioni:

B1. Sintesi

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

La sintesi descrive brevemente il contesto di riferimento nel quale si colloca l’idea di prodotto/servizio innovativo e traccia le principali linee che ne caratterizzano l’innovatività. In particolare è bene indicare se si tratta di un’innovazione nella forma, nei materiali, nelle funzioni e/o nel modo di comunicare i segni distintivi del prodotto/servizio o le esperienze di consumo ad esso riconducibili. Inoltre, occorre evidenziare se l’innovatività deriva dalla “contaminazione” con altri settori industriali, ossia se l’idea prende spunto o tenta di trasferire idee/applicazioni/soluzioni esistenti in altri settori o con altri scopi.

(si consiglia di non superare le 15 righe)

B2. Presentazione della Vision

Definizione dello scenario e del target di riferimento

In questa sezione si deve presentare il contesto e le tendenze evolutive, lette anche attraverso chiavi di lettura estetiche, emozionali, simboliche e comportamentali, all’interno del quale si andrà a inserire il prodotto/servizio che si svilupperà.

La Vision, in altre parole, dovrà ben delineare le istanze di partenza, illustrare le caratteristiche degli utenti e i relativi bisogni, dando visibilità alle condizioni che possono far germinare il bene nuovo che si propone. In particolare è bene individuare, già da ora, l’emozione e l’esperienza che si intende indurre nel consumatore/utilizzatore.

(si consiglia di non superare le 7 pagine inclusi gli eventuali allegati).



B3. Sviluppo del Concept

Partendo dalla Vision elaborata, si dovrà effettuare l'attività fondamentale di sviluppo del Concept

In questa sezione si deve sviluppare, in coerenza con gli elementi forniti nella *Vision*, il nuovo prodotto/servizio, evidenziando gli aspetti innovativi e i risultati che si propone di raggiungere, avendo chiaro l'emozione e l'esperienza che si intende indurre nel consumatore/utilizzatore.

Ad esempio, potranno essere messe in evidenza le caratteristiche morfologiche, ergonomiche, sensoriali (articolate nelle differenti soglie estetico-percettiva, emozionale, simbolica e ostentativa) e di sicurezza dei prodotti, l'eventuale sperimentazione di nuovi materiali, nonché l'utilizzo di applicazioni/soluzioni esistenti in altri settori o con altri scopi.

Il nuovo prodotto/servizio potrà anche essere illustrato graficamente, corredandolo di una documentazione che faccia capire in maniera verosimile: colori, materiali, forme, consistenza, ecc.

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

B4. Definizione del progetto e “materializzazione”

Descrizione del processo di realizzazione

Una volta chiarita la *vision* (sezione B2) e sviluppato il *concept* (sezione B3), si devono descrivere le attività necessarie per la “materializzazione” del nuovo prodotto/servizio, evidenziandone in particolare l'impatto sul mercato (ad esempio si possono indicare quali quote di mercato si auspica di coprire, quali cambiamenti potrà apportare nelle abitudini dei consumatori, quali cambiamenti potrebbe generare all'interno del settore di produzione e/o all'interno di altri settori e quali reazioni ci si potrebbe aspettare dai concorrenti).

In questa sezione occorre anche individuare gli strumenti che si crede di dover acquisire per poter procedere alla realizzazione del nuovo prodotto/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 si crede sia opportuno contattare, in qualità di fornitori e distributori del prodotto/servizio.

(Per questa sezione si consiglia di non superare le 5 pagine inclusi gli allegati)