

**</1NNOVA.(YOUNG)/>**

**Hackathon 2024**

**Progetto**

**EduConnect**

Di

Manuele Marini

Leonardo Latifi

Federico Fabrizi

Federico Pascucci

Diego Maccagnani

Samuele La Manna

## Indice generale

1. Descrizione del problema.....	3
2. Soluzione.....	4
3. Analisi di mercato.....	5
4. Business model.....	6
5. Roadmap.....	7

# 1. Descrizione del problema

In questo capitolo verrà esposta la problematica che ci ha portato a realizzare la nostra soluzione, partendo da un contesto generale, fino ad arrivare all'espressione specifica del fenomeno che vogliamo andare a risolvere.

## 1.1 Scenario generale

In uno scenario imprenditoriale globale fortemente inclinato all'innovazione e all'efficientamento processuale, fenomeni come lo **skill gap** e lo **skill mismatch** sono sempre più frequenti e ingenti sulla crescita, sia economica che tecnologica, delle aziende. La continua applicazione delle soluzioni digitali alle necessità dello sviluppo fa sì che gli organi di istruzione e formazione non riescano a stare al passo con il cambiamento, proponendo programmi di studio spesso obsoleti e talvolta ostacolanti per le esperienze lavorative svolte da studenti e apprendisti. La trasformazione digitale sta difatti espandendo le potenzialità produttive da un lato, ma sta facendo riscontrare le innumerevoli difficoltà di adattamento dall'altro.

Recenti studi e ricerche evidenziano come negli ultimi 7 anni le competenze richieste per un singolo lavoro siano **aumentate del 10%** ogni anno, andando ad escludere fino ad **1/3 delle skills** che prima venivano richieste per un posto di lavoro medio in campo IT, finanza o vendita.<sup>1</sup> Inoltre, seppur già prima della pandemia di **COVID-19** le aziende dovettero affrontare lo skill mismatch, gli effetti di quest'ultima, come la necessità di infrastrutture alternative e di metodi di lavoro da remoto, hanno accentuato il disagio tecnologico, comportando perdite di PIL non realizzato pari a **18 trilioni** di dollari entro il 2025.<sup>2</sup>

## 1.2 La situazione italiana

Se a livello globale la situazione è alquanto preoccupante, in Italia non possiamo che aspettarci uno scenario peggiore: l'arretratezza informatica data da scetticismo imprenditoriale, reazionarismo culturale e costi fin troppo elevati non agevolano l'investimento in nuove tecnologie digitali per il mondo produttivo e comunicativo. Solo il 36% degli individui con età compresa tra i 16 e i 65 anni dimostra avere una **conoscenza di utilizzo articolata** di internet; come se non bastasse solo il 30% degli adulti ha ricevuto **formazione** tra il 2018 e il 2019, con la conseguenza che l'Italia si colloca al 25° posto su 31 paesi analizzati per skill matching.<sup>3</sup>

## 1.3 Il caso da affrontare

Se esiste un modo per agire positivamente su questo andamento negativo, quello è agire sulla formazione, in primis quella giovanile e perciò scolastica. In particolare riteniamo fondamentale andare a risolvere alla radice questo divario di competenze, radice che individuiamo nella **scuola secondaria di II grado**, cioè in quel periodo della vita in cui si hanno i primi contatti con aziende e imprese e si comincia così a ricercare la condizione lavorativa più adatta ai propri interessi e ambizioni.

Il problema sta proprio nel fatto che le stesse scuole non riescono più a dare una formazione abbastanza attinente a quello che è lo scenario tecnico-tecnologico che il mondo oggi propone e persegue, sia che si parli di licei, che di istituti tecnici o professionali. Il mondo del lavoro avanza, mentre i programmi scolastici hanno bisogno di lunghi processi per essere manipolati, portando ad

---

<sup>1</sup> [Gartner HR Research 2021](#)

<sup>2</sup> [Boston Consulting Group Research 2020](#)

<sup>3</sup> [Oecd Skills Outlook 2019](#)

una insoddisfazione collettiva: gli studenti hanno bisogno di ulteriori periodi di prova e formazione, rallentando il loro processo di integrazione, le aziende trovano risorse umane da dover rieducare da capo e le istituzioni scolastiche si sentono inadeguate e abbandonate nell'estenuante missione di creare **connessione e rapporti** tra studenti e realtà imprenditoriali.

## 2. Soluzione

In questa sezione esporremo l'idea di partenza, la sua evoluzione e concretizzazione, descrivendo le procedure e le modalità attraverso le quali renderemo applicabile la soluzione individuata.

### 2.1 La nostra idea

Ciò di cui oggi hanno bisogno gli studenti è una maggiore autonomia nelle fasi di interessamento e comunicazione con le aziende: fin troppo spesso la scelta dell'azienda per il PCTO e l'organizzazione con essa viene lasciata ai docenti responsabili del progetto, i cosiddetti tutor, e sono pochi i casi in cui tra il diretto interessato e l'ospitante dello stage avviene uno scambio faccia a faccia precedente all'esperienza lavorativa. Questa dinamica scolastica non può che generare nello studente un disinteressamento nei confronti dell'alternanza scuola-lavoro, e più in generale verso l'idea di un contatto con le realtà professionali del suo territorio.

Allo stesso modo le aziende hanno bisogno di più occasioni per incontrare giovani menti e comunicare loro la propria visione e proposta di lavoro, avendo così anche la possibilità di portare l'innovazione nei luoghi dove andrebbe insegnata. Questo non dà loro solo un vantaggio promozionale, ma l'opportunità di suscitare curiosità negli studenti, che un giorno potranno andare a mettere in pratica nell'azienda stessa le conoscenze apprese grazie all'interazione, durante il percorso di studi, avvenuta con essa.

### 2.2 Evoluzione e concretizzazione

È da questi due punti di partenza che nasce **EduConnect**, il social di ambito lavorativo che permetterà agli studenti di ogni tipologia di scuola di avere interazioni personali e dirette con le realtà aziendali che più corrispondono ai loro interessi e competenze.

La piattaforma è designata proprio per essere uno strumento facilitatore di connessioni e interazioni tra mondo del lavoro e mondo dell'istruzione. Attraverso interfacce personalizzate, gli utenti che utilizzano il sito possono godere dell'algoritmo di matching basato su **categorie e tags**, il quale fornirà loro una panoramica ad hoc della proposta territoriale: le aziende potranno infatti visualizzare gli studenti più conformi al loro ambito di lavoro, basandosi sulle esperienze lavorative del/la ragazzo/a e sulle recensioni che queste aziende hanno lasciato su di lui; gli studenti a loro volta riceveranno una lista delle aziende più concordi, nonché geograficamente vicine, che potranno visitare virtualmente e contattare attraverso una chat privata implementata nella piattaforma.

Non manca ovviamente l'area dedicata alle scuole, le quali potranno iscriversi al social dopo aver effettuato un colloquio con i responsabili della nostra startup: attraverso il loro profilo, esse potranno creare degli **account tutor**, ossia coloro che andranno effettivamente a monitorare tutte le interazioni avvenute tra studenti e aziende; in più la scuola avrà a disposizione una lista di corsi formativi messi a disposizione dalle varie compagnie, dei quali potranno usufruire in concordanza con l'offerente. Ecco così che si applica anche il secondo punto fondamentale della soluzione, quello di fornire occasioni di incontro organizzate e strutturate tra ambiti lavorativi e scolastici.

Si crea perciò un ambiente integrato in cui relazioni interpersonali, collaborazioni tra enti e analytics si collegano tra loro e vengono forniti agli utilizzatori in modo personalizzato.

Un ultimo punto di approfondimento è per gli studenti diplomati da non più di 2 anni: il servizio è offerto anche a loro, chiaramente in una modalità scollegata dalla scuola, poiché si trovano in una fase cruciale non solo a livello di scelta, ma proprio di esperienze e disponibilità di contatti. Questo aspetto esprime uno dei cardini fondamentali della nostra soluzione: l'autonomia gestionale dello studente. Attraverso questo sistema di **ricerca reciproca** vogliamo instaurare sia nel ragazzo, sia nell'imprenditore una logica di interesse e un'apertura all'opportunità, formando così le due parti a non far più totale affidamento all'istituzione scolastica per raggiungere l'altra parte.

## 3. Analisi di mercato

In questo capitolo enunceremo i risultati dell'analisi di mercato effettuata sui servizi di connessione telematica tra scuole e aziende e sulle possibili altre piattaforme presenti nel web di proposte PCTO.

### 3.1 Competitors

Abbiamo riscontrato una grande presenza nel mercato di piattaforme inerenti all'interazione tra scuole e aziende, le quali offrono servizi eterogenei, ma poche includono direttamente lo studente.

Ecco i risultati trovati:

- **Alternanza Scuola – Lavoro:** piattaforma del MIUR che fornisce servizi di matching, valutazione, formazione alla sicurezza, gestione dei percorsi e monitoraggio delle esperienze PCTO; permette a scuole, studenti e aziende di registrarsi, velocizzando e semplificando processi burocratici e decisionali;
- **GestionalePCTO:** servizio gestionale delle attività di PCTO per studenti, tutor e aziende, permette a queste entità di gestire in modo semplice l'esperienza di alternanza secondo ogni prospettiva; la maggior parte delle funzionalità sono legate all'aspetto amministrativo e burocratico dello stage;
- **Scuola & Territorio:** progetto di Spaggiari volto all'integrazione delle scuole con il territorio, in particolare con il suo aspetto lavorativo; tanti sono gli enti inclusi, dai centri di formazione, alle scuole, agli ITS, fino alle università, il tutto fornendo servizi di progettazione e gestione di attività lavorative e corsi online;
- **Scuola.net PCTO:** piattaforma che propone percorsi PCTO incentrati su e-learning e videocorsi riguardo materie a sfondo STEM, con occasionali incontri dal vivo;
- **AlmaDiploma:** associazione che dal 2000 si occupa di orientamento all'università, facilitazione di accesso al mondo del lavoro per i diplomati, sostegno ad aziende nella ricerca di personale qualificato, riduzione dei tempi di incontro fra questi e verifica dell'efficacia dei percorsi formativi;
- **WeCanJob:** piattaforma che si occupa dell'accompagnamento delle scuole nella formazione al lavoro; fornisce un corso online valido come attività di PCTO;

- **Educazione Digitale:** piattaforma di proposta di esperienze PCTO interamente svolte a distanza, attraverso moduli di apprendimento in e-learning e project work per l'applicazione delle conoscenze acquisite; il docente può iscrivere la classe, della quale posso partecipare tutti o parte degli studenti;
- **GaialdeaWeb:** piattaforma di PCTO digitale che propone corsi di apprendimento realizzati con realtà aziendali sui temi di e-commerce, web marketing e AI.

Analizzando attentamente ogni soluzione abbiamo notato una larga presenza di proposte di percorsi PCTO, spesso online e mediati dalla scelta del docente; solo tre forniscono effettivamente i servizi di matching e integrazione tra studenti e aziende e si tratta in tutti e tre i casi di gestionali, ossia software amministrativi per scuole e aziende, che in più implementano una soluzione di matching.

## 3.2 Mercato disponibile

Sulla base di ciò e di quello che invece offre il nostro applicativo web, non avendo dati ufficiali legati all'utilizzo di queste alternative, possiamo affermare che il mercato disponibile in Italia è molto ampio, se non praticamente libero, poiché sebbene esistano soluzioni che offrono funzionalità simili a quelle che vuole fornire la nostra piattaforma, la modalità e il paradigma di interazione tra le parti è completamente diversa. La nostra soluzione non si vuole sostituire ad un gestionale, poiché non è centrata nella gestione di documenti e sull'amministrazione dell'attività, ma propone la via migliore perché si instauri in primis una rete di interessamento tra studenti e aziende, in secondo luogo l'attivazione di **corsi in presenza offerti dall'azienda** all'interno dei locali e di un'organizzazione scolastica, la quale è più facilmente raggiungibile dai ragazzi.

Partendo perciò da una proposta territoriale, si punta a creare un **business di rete** basato sulla qualità dell'esperienza provata dai primi volontari, raggiungendo all'inizio del secondo anno di attività una dimensione provinciale e a posteriori, con un incremento sempre maggiore, tutta il mercato regionale.

# 4. Business model

In questa sezione illustreremo le principali manovre di promozione e diffusione del prodotto e il sistema che ci permetterà di guadagnare dalla nostra proposta.

## 4.1 Strategia di diffusione

Affinché la nostra soluzione possa essere apprezzata e noi possiamo avere un primo feedback dagli utilizzatori, pensiamo di coinvolgere l'ITTS E. Divini, la nostra scuola, e l'IPSIA Pocognoni per quanto riguarda l'aspetto scolastico, mentre, spingendo sulla gratuità di questa fase iniziale, dal contesto lavorativo le aziende del territorio, piccole e medie imprese, che hanno già collaborato con queste scuole: aziende come AMMicrosystems di Urbisaglia, doIT di Fabriano, sistema3 di Piediripa e molte altre nella provincia di Macerata.

Questa prima fase avrà il principale obiettivo di dimostrare l'effettiva utilità e i vantaggi tempistici e comunicativi che un social network offre, confermando nelle scuole e aziende scelte la volontà di continuare il progetto attivando un abbonamento a partire dal secondo anno di sottoscrizione al servizio.

## 4.2 Piano di guadagno

Come già annunciato, vogliamo giocare sulla qualità dell'esperienza accumulata nei periodi di prova iniziale, che nel caso dei primi utilizzatori scelti durerà complessivamente tutto l'anno scolastico 2025/26, mentre per chi effettuerà un'iscrizione a settembre ci sarà l'obbligo di conferma del servizio con pagamento entro **l'1 di marzo**: questa scelta è strategica, in quanto permette sia alle scuole che alle aziende di sperimentare l'efficacia della piattaforma per le esperienze PCTO delle classi quinte.

Per quanto riguarda i costi proposti agli utilizzatori, esclusi gli studenti, abbiamo voluto prendere come riferimento la piattaforma già esistente attualmente più completa e simile alla nostra:

**GestionalePCTO**. Fornendo sia il gestionale che il supporto a studenti e aziende abbiamo pensato di stabilire un costo pari al 60% di quello da loro proposto; in aggiunta per favorire l'avvicinamento e mettendo in considerazione di essere una novità nel mercato, siamo arrivati alla conclusione di stabilire un costo fisso annuo per le scuole, posteriore al periodo di prova, equivalente a €499 l'anno.

Per quanto riguarda le aziende, abbiamo invece pensato ad una soluzione variabile, concordabile prima della sottoscrizione dell'abbonamento. Questa scelta ci permette di puntare sul volontario finanziamento delle imprese, che in cambio guadagneranno maggiore visibilità sulla piattaforma, conferendo così loro maggiore possibilità d'interesse da parte di ragazzi preparati. Difatti sono proprio loro le principali beneficiarie del prodotto.

## 5. Roadmap

In questa sezione del business plan spiegheremo in maniera dettagliata al tempo le operazioni e le scelte a cui andremo incontro nei prossimi due anni di lavoro.

Link alla Roadmap:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1rjglsYlvOQuUIOUTAl8hxEai5xAQalHJfPJsVmGpnNw/edit?usp=sharing>

### 5.1 Milestones chiave

Il progetto è stato strutturato in base a delle tappe fondamentali, che ci permetteranno di raggiungere progressivamente i nostri obiettivi principali. Ecco le milestones chiave che ci guideranno:

- **Rilascio MockUP**: previsto dal 1° al 5 gennaio 2025, rappresenterà la prima anteprima del progetto.
- **Prima Registrazione Ufficiale**: il 17 febbraio 2025 sarà un momento simbolico che segna l'inizio della partecipazione degli utenti.
- **Rilascio Sito Beta**: dal 29 gennaio al 1° febbraio 2025, per ricevere feedback iniziali e fare ulteriori ottimizzazioni.
- **Rilascio Versione 1.0**: dal 27 febbraio al 2 marzo 2025, la prima versione completa e funzionale.
- **Rilascio Versione 2.0**: prevista tra il 1° e il 2 settembre 2025, con nuove funzionalità basate sui feedback raccolti.
- **Rilascio App Mobile**: dal 1° al 2 settembre 2026, per ampliare l'accessibilità e raggiungere un pubblico più ampio.

## 5.2 Fase di sviluppo

Il processo di sviluppo è stato diviso in tre fasi principali:

- **Sviluppo Iniziale del Sito (gennaio-febbraio 2025):** Comprende la creazione di diverse interfacce:
  - **Interfaccia di Login:** per garantire sicurezza e accesso personalizzato.
  - **Interfaccia Studente:** intuitiva e funzionale per gli utenti principali.
  - **Interfaccia Tutor-Scuola:** per facilitare il supporto educativo.
  - **Interfaccia Azienda:** pensata per favorire l'incontro tra talenti e opportunità lavorative.
- **Sviluppo Versione 2.0 (luglio-agosto 2025):** Basato sui feedback raccolti, questa fase aggiungerà nuove funzionalità e migliorerà l'esperienza utente.
- **Sviluppo App Mobile (aprile-agosto 2026):** Con l'obiettivo di fornire una piattaforma accessibile su dispositivi mobili, garantendo una presenza omnicanale.

## 5.3 Strategia di diffusione

Un altro pilastro fondamentale del nostro progetto è la strategia di marketing, strutturata per massimizzare l'engagement degli utenti e la visibilità della piattaforma:

- **Prime Registrazioni Chiuse (febbraio-marzo 2025):** In questa fase raccoglieremo i primi utenti per testare la piattaforma.
- **Programmazione Campagne Marketing (gennaio-marzo 2025):** Con una strategia mirata per creare awareness sul progetto.
- **Sondaggi di Gradimento (marzo-maggio 2025):** Per comprendere le esigenze degli utenti e migliorare la piattaforma.
- **Campagna Marketing Provinciale (ottobre-dicembre 2025) e Regionale (marzo-giugno 2026):** Per aumentare la diffusione e acquisire nuovi utenti in modo strategico.

## 5.4 Strategia di diffusione

Durante l'intero ciclo di vita del progetto, saranno effettuati interventi di manutenzione per garantire stabilità e aggiornamenti continui:

- **Manutenzione Programmata:** Distribuita in periodi regolari durante l'anno per migliorare la piattaforma.
- **Aggiornamenti Basati sui Feedback:** Un elemento essenziale per rimanere sempre allineati alle necessità degli utenti.

### Progresso Aziendale

Oltre al progetto tecnico, abbiamo pianificato una crescita aziendale per supportare la piattaforma:

- **Spostamento Sede (agosto-settembre 2025):** per migliorare la nostra infrastruttura.



- **Acquisto Nuovo Hardware (settembre-ottobre 2025):** necessario per sostenere il carico della piattaforma in crescita.
- **Allargamento del Team (novembre-dicembre 2025):** includendo nuove figure professionali.
- **Ricerca Sponsor (gennaio-marzo 2026):** per aumentare il nostro supporto finanziario.
- **Assunzione di un Contabile (gennaio 2026):** per gestire in modo più efficiente le finanze aziendali.

Infine, il progetto prevede delle pause programmate nei mesi di aprile, maggio e giugno 2025 per via degli esami. Questi momenti saranno fondamentali per analizzare i risultati ottenuti e pianificare le fasi successive.