



Relazione di sintesi

**IO1 Profilo professionale e standard di competenza per il Mentore delle
Industrie Creative nelle Industrie Culturali Creative (ICC)**

Sviluppato dall'Agenzia di sviluppo regionale Senec - Pezinok con la collaborazione di RINOVA



Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione Europea. Questa comunicazione riflette solo le opinioni dell'autore, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni ivi contenute.

Sommario

	Pagina
Ringraziamenti e dichiarazione di non responsabilità	
A. Sommario generale	4
B. Background e contesto	5
1. Introduzione	6
2. Risultati chiave della ricerca nei paesi partner	7
2.1. Risultati chiave della ricerca nei paesi partner	7
- Slovacchia	7
- Spagna	8
- Polonia	9
- Italia	10
- Grecia	11
- Inghilterra	13
2.2. Framework EC EntreComp (risultati ottenuti da Italia e Grecia)	15
3. Profilo professionale per il Mentore delle Industrie Creative nelle ICC	18
4. Mentore delle Industrie Creative nelle CCI - Standard di Competenza	26

Ringraziamenti e dichiarazione di non responsabilità

Questo rapporto è stato prodotto dal consorzio del progetto Bridging the Gap, che comprende:



Ulteriori informazioni sul progetto e sui partner di cui sopra sono disponibili su:

<https://www.bridgingthegapeurope.com/>

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione Europea. Questa comunicazione riflette solo le opinioni dell'autore, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni ivi contenute.

A. Sommario generale

Questo documento tratterà della figura del Mentore delle Industrie Creative (MIC) come un nuovo ruolo emergente allineato all'EQF. Il progetto mira a mettere in evidenza come le capacità imprenditoriali creative offrano una soluzione valida e innovativa per molti giovani che affrontano le sfide proprie dell'ingresso nel mercato del lavoro in seguito alle conseguenze del crollo economico del 2008.

Questo documento si basa su quattro mesi di ricerca e raccolta di dati, dati raccolti principalmente tramite 36 interviste qualitative in sei paesi europei nella primavera del 2019. Fornisce una panoramica delle prospettive di una vasta gamma di creativi che si partecipano nelle industrie culturali e creative (ICC), sottolineando la loro percezione collettiva.

Dall'analisi dei dati raccolti, sembra che il ruolo di Mentore delle Industrie Creative (MIC) non sia chiaramente definito e generalmente questa figura è assente, come ruolo specifico, nei paesi partner. Tuttavia, gli intervistati hanno dato voce alle loro opinioni riguardo al ruolo di un futuro Mentore delle Industrie Creative, evidenziando le sue competenze e responsabilità principali. Queste informazioni sono disponibili nelle tabelle contenute in questo documento, tra cui le tabelle del Profilo Professionale e del Quadro delle Competenze. Gli esperti considerano l'educazione e l'esperienza nelle ICC, l'empatia, le competenze digitali e l'esperienza aziendale come il nucleo delle competenze necessarie.

È importante sottolineare che il progetto colma un vuoto, rafforzando il Profilo Professionale e lo sviluppo professionale dei Mentori delle Industrie Creative e cerca di avere un impatto nel fornire soluzioni innovative alle barriere sociali, geografiche ed economiche affrontate dai giovani svantaggiati in un momento di elevata disoccupazione giovanile, promuovendo le capacità imprenditoriali creative.

B. Background e Contesto

Il rapporto EC "Ripensare l'Istruzione: Investire in competenze per migliori risultati socioeconomici" riconosce che "i sistemi europei d'istruzione e formazione seguitano a non essere in grado di fornire le giuste competenze per l'occupazione e non funzionano adeguatamente in rapporto alle esigenze delle Industrie... Questi squilibri di competenze sono una crescente preoccupazione per la competitività europea".

Il settore culturale e creativo è generalmente caratterizzato da forti attributi intersettoriali, rappresentanza significativa di microimprese, creativi autonomi (il maggior numero di lavoratori autonomi tra tutti gli altri settori), capitale di avviamento relativamente basso, alto valore aggiunto e produttività sostenibile. Pertanto, richiede azioni quali il progetto BtG, che sviluppino competenze trasversali e imprenditoriali che contribuiscano alla creazione di nuove Industrie e all'occupabilità dei giovani.

Il Profilo Professionale e gli Standard di Competenza per il Mentore delle Industrie Creative si focalizzano su coloro che lavorano al di fuori dell'istruzione formale, con giovani che affrontano ostacoli relativi all'ingresso nei settori creativi legati alle disparità geografiche e socioeconomiche e alle strutture e pratiche delle industrie.

L'agenzia di sviluppo regionale Senec - Pezinok (Slovacchia) si è assunta la responsabilità della creazione del Profilo Professionale e degli Standard di Competenza per il Mentore delle Industrie Creative nelle Industrie Culturali e Creative. Il ruolo del MIC identificherà le competenze chiave, tra cui abilità, conoscenze e attitudini, in aree diverse, che sono molto importanti per svolgere con successo il ruolo di Mentore delle Industrie Creative.

1. Introduzione

Questo studio risponde alla crescente importanza dell'economia creativa e al ruolo più specifico delle Industrie Culturali e Creative (ICC) come strumento per affrontare le sfide attuali e future proprie dell'Europa. Fornisce una migliore comprensione del funzionamento e delle esigenze specifiche delle Industrie Culturali e Creative, in particolare delle piccole e medie imprese (PMI). L'obiettivo principale è lo sviluppo professionale del ruolo emergente di Mentore delle Industrie Creative nelle ICC.

È risaputo che gli imprenditori culturali e creativi hanno caratteristiche specifiche: operano in condizioni di mercato spesso ostili, producono beni che sono intrinsecamente "culturali", lavorano con persone che sono spesso più orientate ai contenuti che al commercio e di solito creano piccole imprese che sono basate su reti di contatti esistenti. Pertanto, il ruolo del Mentore delle Industrie Creative nelle ICC è assolutamente necessario per i creativi, gli artisti e gli imprenditori creativi al fine di fornire loro competenze specifiche e competenze chiave necessarie per tutta la loro carriera e per l'integrazione nel mercato del lavoro.

L'agenzia di sviluppo regionale Senec - Pezinok (SK) è responsabile dello sviluppo del Profilo Professionale e del Framework delle Competenze del Mentore delle Industrie Creative nelle ICC, incluse in questo documento.

2. Risultati chiave della ricerca nei paesi partner

La ricerca condotta tra il gennaio 2019 e il maggio 2019 è giunta alla conclusione che il ruolo del Mentore delle Industrie Creative (MIC) non è chiaramente definito e generalmente è assente, come ruolo specifico, nei paesi partner. I maggiori ostacoli che limitano le persone creative nelle possibilità di occupazione e sviluppo professionale nelle Industrie Culturali e Creative sono la mancanza di un sistema globale che supporti lo sviluppo professionale di giovani artisti, la mancanza di qualifiche formali e d'istruzione o formazione per diventare mentore o formatore.

Nelle interviste sono presenti lievi differenze dal momento che gli intervistati di alcuni paesi affermano di avere una sorta di consulente, di consulente lavorativo, di consulente professionale o mentore aziendale, ma nessuno di questi afferma che esista una posizione lavorativa specifica per il ruolo di Mentore delle Industrie Creative. Ciò su cui tutti i paesi partner si trovano invece sono d'accordo sono le competenze specifiche (comprese le conoscenze, le abilità e le attitudini) che il futuro Mentore delle Industrie Creative dovrebbe avere.

Nelle sezioni seguenti verranno fornite brevi conclusioni riguardanti i dati raccolti in ogni paese.

2.1. Risultati chiave della ricerca nei paesi partner

SLOVACCHIA

Il ruolo di Mentore delle Industrie Creative non è ancora stato riconosciuto dai sistemi educativi e professionali slovacchi o da alcuna classificazione nazionale degli standard occupazionali. I dati raccolti dalle interviste dimostrano che il Mentore delle Industrie Creative (MIC) dovrebbe essere una persona che abbia contemporaneamente sia capacità imprenditoriali che creative. Il Mentore delle Industrie Creative dovrebbe essere in grado di fungere da intermediario tra le entità di business e l'industria creativa.

Le persone intervistate hanno un'opinione pressoché identica riguardo il ruolo dei mentori e le loro

responsabilità e competenze all'interno delle Industrie Culturali e Creative. Considerano l'empatia, le abilità specifiche (abilità acquisite tramite l'esperienza in tutti i campi dell'industria creativa), l'ascolto attivo, il dare e ricevere feedback, buone capacità di comunicazione, la pazienza e il team building come le caratteristiche più importanti, le più utili per lo sviluppo di Mentori delle Industrie Creative.

Competenze, conoscenze e background sono le caratteristiche più importanti secondo la maggioranza dei nostri intervistati. È stato più volte sottolineato che un background relativo al mondo degli affari può essere sempre utile. Ciò non significa necessariamente il possedere una laurea che riguardi il mondo degli affari, ma anche l'avere esperienza pratica del mondo degli affari e delle Industrie Creative. Gli intervistati hanno anche affermato che è importante non fissarsi sulla teoria, ma portare sempre esempi che aiutino ad accendere l'immaginazione e la motivazione delle persone.

Per sostenere le imprese, i nostri intervistati ritengono necessario che i creativi comprendano il linguaggio commerciale e acquisiscano abilità di amministrazione di base, tra cui la progettazione di un progetto e la gestione delle pratiche. Inoltre, i creativi hanno bisogno di sapere come presentarsi e di essere in grado di sensibilizzare le persone riguardo ai servizi che forniscono. Queste attività dovrebbero essere tutte in linea con una metodologia informale d'apprendimento, in quanto i creativi sono persone che preferiscono un approccio informale nel lavoro e nell'apprendimento.

Nonostante ciò, abbiamo anche scoperto che i manager culturali sono le persone più opportune a cui il nostro tipo di progetto potrebbe essere indirizzato. In Slovacchia vi è un deficit di competenze e pensiero imprenditoriale per quanto riguarda il settore delle Industrie Creative. Tuttavia, vi sono persone che posseggono un background di formazione creativa e competenze legate al mondo del business. Possiamo dire che in essi è integrato sia l'approccio produttivo sia quello commerciale perché questa è la loro professione.

SPAGNA

Così come in Slovacchia, la formazione, i corsi o l'istruzione necessarie per diventare un mentore sono concetti abbastanza sconosciuti in Spagna. Esiste però un registro nazionale dei mentori chiamato AMCES, che è un acronimo di Associazione dei Mentori e dei Consulenti Spagnoli, e che è formato da circa un migliaio di mentori registrati, e l'area del mentoring fa parte dell'economia aziendale e sociale.

Il ruolo Mentore delle Industrie Creative è essenziale nello sviluppo delle Industrie Creative e Culturali in Spagna, perché gli intervistati ritengono che questo ruolo sia cruciale per accompagnare l'azienda startup in tutto il suo sviluppo. La percezione del mentore come guida è quindi abbastanza importante per le persone intervistate in Spagna.

Da un lato, i Mentori delle Industrie Creative devono essere in grado di stabilire, perseguire e mantenere contatti commerciali all'interno del settore. D'altra parte, dovrebbero ricercare un feedback costruttivo da parte delle persone interessate riguardo alle loro prestazioni e valutare il feedback in modo da identificare le esigenze di sviluppo.

Inoltre, un mentore efficace dovrebbe possedere le seguenti caratteristiche per svolgere il proprio lavoro in modo efficace: capacità di ascolto attivo, capacità di empatia verso l'imprenditore, avere un atteggiamento orientato al feedback, saper usare un linguaggio adatto ad ogni occasione e basarsi sulla propria esperienza.

In relazione al problema dell'occupazione, i mentori possono trovare molte opportunità di lavoro in Spagna. Al giorno d'oggi, esiste una bolla di accelerazione aziendale, quindi i mentori potrebbero trovare lavoro in qualsiasi impresa di accelerazione, tenendo conferenze o eventi simili.

POLONIA

In Polonia esiste un sistema di consulenza professionale generale, di cui due ministeri sono attualmente responsabili: Ministero dell'Istruzione (consulenza per bambini e adolescenti) e Ministero della Famiglia, del Lavoro e delle Politiche Sociali (consulenza per adulti, principalmente attraverso i servizi pubblici per l'impiego). Tuttavia, i ruoli di consigliere professionale o di agente di collocamento vengono associati più al sistema di consulenza svolto dai servizi pubblici, e non sono quindi adatti al profilo di qualcuno che lavora nel settore creativo, la cui gamma di compiti è stata delineata dalla ricerca (vedi capitolo 3 e 4).

Secondo gli intervistati polacchi, gli artisti sono paradossalmente dotati di caratteristiche desiderabili negli affari, quali la creatività, l'immaginazione e il pensiero non convenzionale. Le persone che posseggono una personalità artistica di solito sanno approfondire la riflessione e l'apprendimento sulla base di esperienze precedenti. Sanno come trarre conclusioni e valutare le conseguenze. Il problema sorge nell'applicazione di queste caratteristiche nella pratica e nel mondo aziendale. Il mentore

dell'imprenditore creativo dovrebbe quindi possedere, oltre ad una buona conoscenza del mercato del lavoro locale, una profonda conoscenza legata alle risorse umane, alle procedure di reclutamento e al diritto del lavoro. Dovrebbe inoltre possedere competenze quali la capacità di negoziazione, il saper affrontare colloqui, buone capacità comunicative, capacità di gestione del tempo, ecc.

Vale la pena ricordare che i datori di lavoro nei settori culturali e creativi in Polonia sono principalmente istituzioni culturali pubbliche: alcune operano su scala nazionale, ma la maggior parte sono centri culturali comunali o locali, comunità ecc. Alcune istituzioni gestite da investitori privati sono apparse recentemente e il settore non governativo sta lentamente diventando un importante datore di lavoro (purtroppo il numero di organizzazioni culturali in Polonia sta diminuendo e si tende ad espandere la propria offerta con vari servizi estranei alla cultura, il che è principalmente il risultato di crescenti difficoltà nell'ottenere fondi per attività culturali indipendenti). Artisti e lavoratori creativi possono trovare lavoro anche in enti che offrono un'educazione artistica e culturale (scuole, accademie d'arte, centri di educazione extrascolastica della gioventù, ecc.) e, in misura minore, in diversi dipartimenti di istituzioni locali (ad es. dipartimenti culturali, come artisti urbani ecc.)

Le competenze necessarie per raggiungere il successo professionale e finanziario nei settori culturali e creativi riguardano tre aree principali. La prima area comprende le questioni relative all'attività economica generale, in particolare le conoscenze e le competenze relative al mercato e al contesto imprenditoriale. Ciò include molti aspetti relativi al diritto (proprietà intellettuale, diritto d'autore, contratti di diritto civile, tutela dei crediti, ecc.), marketing (metodi e canali per promuovere attività creative, social media, ecc.), contabilità (tipologie di business, assicurazioni e tasse, cooperazione con gli uffici contabili, sgravi fiscali, ecc.) e gestione (piano aziendale, gestione efficace delle risorse umane e delle risorse, finanziamento delle operazioni, ad esempio tramite fondi europei, prestiti agevolati, ecc.). La seconda area comprende competenze legate alla specificità del settore culturale e creativo, ad esempio, sviluppo del pubblico o crowdsourcing (metodi di comunicazione e coinvolgimento degli spettatori). La terza area comprende capacità di comunicazione come la progettazione dei servizi e lo storytelling.

ITALIA

Proprio come per gli altri paesi sopra citati, nel sistema legislativo italiano la figura professionale del mentore non è riconosciuta e non esiste un consulente professionale specifico per le Industrie Culturali e Creative. Questo probabilmente perché il riconoscimento del settore è nuovo per la legislazione italiana e anche tutti i servizi connessi non vengono ancora riconosciuti formalmente. Tuttavia, recentemente sono stati dedicati all'argomento corsi universitari e master.

Sulla base dei risultati italiani, un mentore deve essere stato un imprenditore nei settori delle Industrie Culturali e Creative (anche come freelancer) ed aver svolto sia attività creative che attività commerciali.

I Mentori delle Industrie Creative vengono visti dagli intervistati italiani come intermediari, hanno bisogno di conoscere abbastanza bene la lingua dei creativi e degli artisti, nonché la lingua degli imprenditori. Ciò che è stato anche sottolineato durante le interviste, è l'importanza della capacità di lavorare in squadra, e visto che molti giovani artisti e creativi hanno sempre lavorato da soli, non hanno mai avuto esperienze di lavoro come parte di un team e non si sono mai trovati nella posizione di dover gestire un cliente o gestire i finanziamenti di un'organizzazione.

Esiste un'intesa comune riguardo al fatto che il ruolo di mentori e facilitatori è necessario poiché l'economia creativa italiana è carente quando si tratta di entrare nel mercato, non è realmente sostenibile e dipende troppo dai finanziamenti pubblici, e avrebbe bisogno di accedere ai mercati europei e internazionali e ai network. I servizi di mentoring sono quindi richiesti sempre più dal settore e sono stati offerti sia da organizzazioni private che pubbliche.

Secondo gli intervistati italiani il settore creativo sta cercando di ottenere, e necessita, di ciò che segue:

- **Capacità imprenditoriali** (dipendono dal profilo di startup dell'organizzazione, ad esempio una casa produttrice di videogiochi sarà più attraente per un investitore mentre un'azienda che si occupa di teatro penserà più alla propria sostenibilità e alla capacità di investire pochi fondi su nuovi progetti artistici senza dipendere dal denaro pubblico)
- **Capacità digitali** (come applicare le nuove tecnologie alle arti e alla cultura ma anche come usare la nuova tecnologia per il coinvolgimento del pubblico)
- **Capacità d'internazionalizzazione** (come vendere ai mercati esteri, come entrare nelle reti d'internazionalizzazione, come ottenere i fondi per la cooperazione europea)
- **Capacità di fecondazione incrociata** (come applicare la creatività in altri settori, come promuovere l'innovazione attraverso la creatività)

Il principale riferimento per le capacità imprenditoriali è l'EC EntreComp. In molti dei progetti in cui sono coinvolti i mentori, l'EntreComp è stato utilizzato per impostare le competenze richieste dai giovani professionisti (vedere la sezione 2.2).

GRECIA

In Grecia, non esiste un profilo professionale formale per il mentore nelle ICC. Tuttavia, tutti gli intervistati greci svolgono il ruolo di mentori senza alcuna certificazione o qualifiche fornite in un quadro di qualificazione. Oltre all'assenza di un profilo professionale per il mentore nelle ICC, non esiste un'istruzione specifica per i mentori nelle ICC. Tuttavia, i tutor di solito frequentano corsi di formazione non formali incentrati sul mentoring in generale piuttosto che sul mentoring nelle ICC.

Le imprese creative richiedono competenze in materia di tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) e capacità imprenditoriali in misura significativa. La maggior parte dei manager considera la creatività dei propri dipendenti e di se stessi come sufficiente, ma in realtà la loro creatività è limitata dalla loro capacità di traslare questa creatività in output reali. I problemi fondamentali sono la mancanza di conoscenza, in termini di vendita, dei loro prodotti, la mancanza di capacità di identificazione delle esigenze del mercato e di analisi della concorrenza. Senza queste competenze, i creativi saranno molto meno competitivi, soprattutto rispetto alle società straniere attive nel loro settore.

Un altro problema relativo alle competenze commerciali è quello di un'esportazione molto limitata. Solo uno degli intervistati è in grado di commerciare o espandere la propria attività all'estero. La maggioranza degli intervistati considera tutto ciò come un passo molto difficile e rischioso, quindi le loro attività sono limitate alla loro regione o alla Grecia.

Le seguenti caratteristiche del futuro Mentore delle Industrie Culturali e Creative sono state identificate dai dati raccolti dagli intervistati greci.

I risultati sono:

- a. Gli intervistati concordano sul fatto che un mentore deve avere una profonda conoscenza della propria forma d'arte. Un mentore deve essere ben informato riguardo molti diversi aspetti.
- b. Un mentore deve possedere, oltre ad un background teorico, anche **un'esperienza sufficiente** sull'argomento di riferimento. Questa competenza implica l'aspetto pratico delle imprese creative, compresa l'utilità per il mercato del lavoro.
- c. Un mentore deve comprendere l'importanza **dell'apprendimento permanente**. La sua conoscenza e le sue abilità devono essere costantemente "aggiornate", (altrimenti, lui/lei non riusciranno a stare al passo con i cambiamenti), come la loro pratica, la promozione del loro lavoro, ecc. Inoltre, questa

funzione è bidirezionale, poiché il mentore deve insegnare ai suoi studenti ad arricchire le loro conoscenze e a fare esperienza. Secondo questo sondaggio, l'apprendimento permanente ha due sottocategorie identificate: l'apprendere **viaggiando all'estero** e l'apprendere attraverso scambi di esperienze e collaborazioni. Questi due approcci si sommano al processo continuo di apprendimento: viaggiando all'estero si apriranno nuovi orizzonti, e quindi si diverrà più ricettivi verso i nuovi stimoli, che possono aiutare molto nella formazione di un profilo professionale. Chi sarà seguito dal mentore dovrà essere istruito riguardo all'importanza della formazione di collaborazioni e riguardo al loro significato. Chi verrà seguito dal mentore dovrà saper cooperare, perché essere un professionista in questo campo comporta il poter avere mancanze sotto molti aspetti, come ad esempio una cattiva gestione (ad esempio, delle pubbliche relazioni ecc.). Inoltre, un artista può beneficiare della **collaborazione** con altri artisti scambiando conoscenze e pratiche; essi dovranno imparare anche come far parte di una squadra e funzionare efficacemente al suo interno.

d. Lui/lei **deve saper trasmettere le proprie conoscenze**, sia teoriche che pratiche. La maggior parte degli intervistati descrive questa abilità come fondamentale, fornendo esempi di persone che hanno fallito come mentori, nonostante la loro profonda e multidimensionale conoscenza.

e. Tra il mentore ed il ricevente (studente, pupillo, artista...) dovrebbe instaurarsi una relazione/cooperazione basata sulla **fiducia reciproca e sul rispetto**. Il rispetto e la fiducia sono essenziali per la creazione di un legame reciproco, in cui entrambi possano imparare ed essere aperti l'uno verso l'altro. A questo punto, vale la pena ricordare che durante tutto il processo di mentoring l'esperienza di apprendimento è reciproca, entrambe le parti imparano e scambiano conoscenze.

f. I mentori devono agire come collegamenti mancanti tra il mercato del lavoro e gli artisti. I mentori dovrebbero essere in grado di **identificare le esigenze del mercato del lavoro** e formare gli artisti di conseguenza. Ecco di seguito l'opinione di un intervistato: " "Industria" significa rispondere alle esigenze del mercato del lavoro; fornitura verso una certa domanda. Bisogna essere consapevoli delle esigenze del mercato del lavoro". Tuttavia, lo stesso intervistato ha sottolineato che questo concetto non ne sottintende una unidirezionalità, anzi: il mentore deve trovare modi per **"generare" i bisogni nel mercato del lavoro**, al fine di creare una connessione con i futuri artisti professionisti. Vale a dire, un altro dovere di un mentore è quello di "far emergere il bisogno della società di rivolgersi all'arte".

g. Infine, un altro elemento di rilievo emerso durante la ricerca è stato il seguente: **la volontà degli intervistati di condividere la loro esperienza**. Un mentore deve rendersi conto che è suo dovere fare da "apripista" per coloro che verranno dopo di lui/lei. Quanto sopra comporta che lui/lei ha bisogno di rendersi conto che "gli artisti entrano nel mondo dell'arte come servi...", come ha affermato un

intervistato. Quindi, concludiamo che è necessario un certo livello di maturità, per rendersi conto che la conoscenza (sia teorica che pratica) dovrebbe essere condivisa con la generazione successiva; dopo tutto, la maggior parte degli intervistati aveva avuto dei mentori che li "avevamo modellati" come artisti.

INGHILTERRA

Questo sommario fornirà solo una visione completa riguardo al supporto commerciale in Inghilterra. La maggior parte delle persone che hanno partecipato alle interviste nel Regno Unito non possiedono alcuna qualifica e sembrano aver acquisito il ruolo che hanno ricoprendo quella carica in modo informale e attraverso un'occupazione nel settore.

La Business School della Coventry University ha condotto una ricerca che ha identificato 80 programmi di sostegno alle imprese specializzate, mirati alle ICC. Questo fatto rende i risultati dal Regno Unito diversi e unici rispetto ai risultati di altri paesi partner. Il Regno Unito sembra avere maggiore sostegno da parte del governo e inoltre ha fornito una grande quantità di dati disponibili sul tema in confronto ad altri paesi che partecipano a questo progetto.

I dati raccolti dal Ministero della Cultura, dei Media e dello Sport rispetto a "ciò che funziona" nel fornire supporto commerciale alle ICC, possono facilitare il ruolo del Mentore delle Industrie Creative. La maggior parte degli intervistati ritiene che il ruolo di mentore sia importante per lo sviluppo dell'industria culturale e creativa e di altre industrie.

Per quanto riguarda le Professioni di riferimento, le professioni nel Regno Unito vengono classificate in base ai codici SOC (Classificazione delle Occupazioni Professionali). I codici SOC sono stati aggiornati per l'ultima volta nel 2010 e non riflettono adeguatamente la struttura in rapida evoluzione dell'economia a seguito della digitalizzazione. Molti ruoli nel settore ICC non si riflettono nei codici SOC e non ci sono codici SOC per consulenti o tutori specifici del settore delle Industrie Creative e Culturali. Ad oggi in Inghilterra esistono qualifiche accreditate e una struttura professionale per le carriere generaliste e per i professionisti della consulenza aziendale. Tuttavia, questi ruoli professionali non si riferiscono in particolare alle Industrie Culturali e Creative. Il ruolo di Mentore delle Industrie Creative è pertanto necessario per soddisfare le esigenze imprenditoriali dei giovani creativi e avviare attività creative.

Sulla base dei risultati, si può affermare che, come emerso dalle interviste condotte in altri paesi, i mentori nel Regno Unito dovrebbero essere solidali, comprendere il loro pubblico e avere fiducia in se stessi. Dovrebbero anche possedere una buona capacità di costruire relazioni e capacità comunicative, tra cui pazienza, capacità di motivare, capacità di ascolto, ecc.

Vale anche la pena menzionare che l'attuale contesto del Regno Unito viene influenzato fortemente dalla Brexit. Le Industrie Culturali e Creative fanno molto affidamento sul libero movimento internazionale di artisti e produttori creativi e sullo scambio culturale e di conoscenze transnazionale. I sondaggi hanno indicato oltre il 90% degli imprenditori che fanno parte del mondo delle ICC preferirebbero che l'Inghilterra continuasse a far parte dell'Unione Europea.

2.2. Framework EC EntreComp

Questo sottocapitolo presenta il modello di Framework EntreComp e le caratteristiche chiave dei risultati di apprendimento basati su di esso. I dati derivati da questa ricerca dimostrano chiaramente che le responsabilità e le competenze del futuro mentore coincidono ai descrittori identificati nel Framework EntreComp. Il Framework EntreComp **descrive le competenze imprenditoriali** che il **mentore promuoverà in un artista, allievo o protetto**. Tuttavia molte di queste competenze vengono anche richieste al mentore, che dovrebbe possedere conoscenze ed esperienze imprenditoriali.

Secondo le interviste, soprattutto quelle condotte in **Italia** e in **Grecia**, le principali attività e responsabilità basate sul **Framework EntreComp** potrebbero essere riassunte come segue:

Competenze	Suggerimenti	Descrittori
Identificare le opportunità	Usare la propria immaginazione e le proprie capacità per identificare le opportunità e creare valore	<ul style="list-style-type: none">• Identificare e cogliere le opportunità per creare valore esplorando il panorama culturale• Identificare esigenze e sfide che devono essere soddisfatte• Stabilire nuove connessioni e riunire elementi sparsi del panorama per creare opportunità di creazione di valore
Creatività	Sviluppare idee creative	<ul style="list-style-type: none">• Sviluppare idee diverse e opportunità per creare valore, comprese soluzioni migliori per le sfide esistenti e nuove• Esplorare e sperimentare approcci innovativi• Combinare conoscenze e risorse per ottenere valore
Visione	Lavorare verso la propria visione	<ul style="list-style-type: none">• Immaginare il futuro• Sviluppare una visione per trasformare le idee in azioni• Visualizzare gli scenari futuri per guidare verso una direzione i propri sforzi e azioni

Valorizzare le idee	Sfruttare al massimo le idee e le opportunità	<ul style="list-style-type: none"> • Capire cos'è il valore sociale, culturale ed economico • Riconoscere il potenziale che un'idea ha per creare valore e identificare i modi adatti per trarne il massimo
Pensiero etico e sostenibile	Valutare le conseguenze e l'impatto delle idee, delle opportunità e delle azioni	<ul style="list-style-type: none"> • Valutare le conseguenze di idee che apportano valore e l'effetto di un'azione imprenditoriale sulla comunità target, sul mercato, sulla società e sull'ambiente • Riflettere su quanto siano sostenibili gli obiettivi culturali a lungo termine e la linea d'azione scelta • Agire responsabilmente
Gestire l'incertezza, l'ambiguità e i rischi	Prendere decisioni che riguardino l'incertezza, l'ambiguità e i rischi	<ul style="list-style-type: none"> • Prendere decisioni quando il risultato di tali decisioni è incerto, quando le informazioni disponibili sono parziali o ambigue o quando vi è il rischio di esiti involontari • All'interno del processo di creazione di valore, includere modalità strutturate che permettano di testare le idee e i prototipi sin dalle prime fasi, per ridurre i rischi di fallimento • Gestire le situazioni in rapido mutamento in modo rapido e flessibile
Auto-coscienza ed auto-efficacia	Continuare a sviluppare	<ul style="list-style-type: none"> • Riflettere sui propri bisogni, aspirazioni e desideri nel breve, medio e lungo termine • Identificare e valutare i punti di forza e i punti deboli dei propri studenti
Cultura economica e finanziaria	Sviluppare il know how finanziario ed economico	<ul style="list-style-type: none"> • Valutare il costo di trasformare un'idea in un'attività di creazione di valore • Pianificare, mettere in atto e valutare le decisioni finanziarie nel tempo • Gestire i finanziamenti per assicurarsi che la propria attività di creazione di valore possa durare nel tempo
Motivazione	Focalizzarsi e non arrendersi	<ul style="list-style-type: none"> • Saper essere determinati e trasformare idee creative in azioni e soddisfare il proprio bisogno di raggiungimento degli obiettivi.

Mobilizzare risorse	Raccogliere e gestire le risorse necessarie	<ul style="list-style-type: none"> • Ottenere e gestire le risorse materiali, non materiali e digitali necessarie per trasformare le idee in azioni • Sfruttare al massimo le risorse limitate • Ottenere e gestire le competenze necessarie in qualsiasi momento, comprese le competenze tecniche, legali, fiscali e digitali
Mobilizzare gli altri	Ispirare, entusiasmare e coinvolgere gli altri	<ul style="list-style-type: none"> • Ispirare ed entusiasmare le parti interessate • Ottenere il supporto necessario per ottenere risultati di valore
Prendere l'iniziativa	Buttarsi	<ul style="list-style-type: none"> • Avviare processi che creino valore
Pianificare e gestire	Priorizzare, organizzare e seguire	<ul style="list-style-type: none"> • Definire le priorità e i piani d'azione • Adattarsi a cambiamenti imprevisti
Lavorare con gli altri	Fare squadra, collaborare e creare reti di contatti	<ul style="list-style-type: none"> • Lavorare insieme e cooperare con gli altri per sviluppare idee e trasformarle in azioni • Creare reti di contatti • Risolvere i conflitti e affrontare la competizione in modo positivo quando necessario

3. Profilo Professionale

STANDARD PER IL MENTORE DELLE INDUSTRIE CREATIVE NELLE ICC – DESCRIZIONE DEL RUOLO LAVORATIVO	
NOME DEL PROFILO PROFESSIONALE	Mentore delle Industrie Creative nelle ICC
SETTORE ECONOMICO DI RIFERIMENTO	Industrie Culturali e Creative
STANDARD DELLE AREE FORMATIVE E PROFESSIONALI	
PRINCIPALE AREA D'AZIONE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lavorare nell'ambito delle Industrie Culturali e Creative 2. Lavorare con giovani creativi e startup creative 3. Fornire mentoring 4. Promuovere le capacità imprenditoriali e sostenere l'impresa 5. Intermediazione di relazioni creative e commerciali
PRINCIPALI ATTIVITÀ E RESPONSABILITÀ	<p>1. <i>Lavorare nell'ambito delle Industrie Culturali e Creative</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Informare le industrie creative sui metodi di reclutamento e supporto e abbinarle ai giovani talenti • Costruire reti, impegnarsi e comunicare in modo efficace con i datori di lavoro ICC • Sfruttare incentivi di finanziamento pubblico per i datori di lavoro • Tenersi aggiornato riguardo le nuove tendenze e le pratiche nelle assunzioni delle industrie culturali creative (legge, diritti, commercio, condizioni lavorative precarie) • Registrare e valutare i risultati e gli impatti • Fare ricerche riguardo alle esigenze e alle aspettative dei datori di lavoro e colmare le lacune nelle competenze del settore, identificare opportunità di lavoro e di carriera e

	<p>individuare come queste differiscano in specifici sottosettori</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizzare eventi di reclutamento e formazione, tirocini, esperienze lavorative e altre opportunità per i giovani, in modo che possano incontrare i datori di lavoro e acquisire esperienza sul posto di lavoro • Utilizzare il feedback del datore di lavoro per migliorare i servizi e affrontare le pari opportunità e le questioni relative alla diversità • Il mentore dovrebbe essere in grado di utilizzare diversi metodi di comunicazione e collaborazione • Mantenimento di una forte relazione e conoscenza del settore • Mantenimento di un elenco aggiornato dei contatti di coloro che operano nel settore • Trasmissione di informazioni e conoscenze sul settore agli studenti <p>2. <i>Lavorare con giovani creativi e startup creative</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Il mentore dovrebbe avere un background rilevante nel settore creativo • Costruire relazioni con le parti interessate (agenzie interne ed esterne), sostenitori tra pari • Impegnarsi e comunicare in modo efficace, consultare e coinvolgere i giovani • Valutare i livelli di coinvolgimento e reclutamento • Gestire e archiviare informazioni e dati • Commercializzare e promuovere il servizio sia per le imprese creative che per i giovani talenti, anche attraverso i social media • Pianificare e organizzare eventi di coinvolgimento, workshop e attività creative • Fornire supporto per garantire la fidelizzazione, affrontare i conflitti, risolvere i problemi
--	--

- Partecipare a eventi di reclutamento e di prova
- Preparare e sviluppare un piano di insegnamento e apprendimento relativo ad un programma specifico di strategia
- Stabilire aspettative e valori di fiducia, rispetto e riservatezza
- Valutare e selezionare gli strumenti diagnostici appropriati per valutare le attuali abilità, conoscenze, obiettivi e ambizioni di chi viene seguito dal mentore
- Supportare chi viene seguito dal mentore per creare trasparenza e concentrarsi su obiettivi e ambizioni a breve e lungo termine
- Supportare gli studenti a sviluppare una gamma di competenze emotive, tra cui resilienza, perseveranza, positività, auto-convinzione, auto-motivazione

3. Fornire mentoring

- Condurre analisi dei bisogni
- Consultare i giovani e utilizzare facilitatori peer-to-peer
- Sviluppare la preparazione al lavoro, essere un consulente per la ricerca di lavoro, rispondere alle descrizioni del lavoro, conoscere le specifiche della persona e saper condurre briefing riguardo ai progetti, fare domande, saper condurre un buon colloquio, possedere capacità di negoziazione, conoscere la legislazione lavorativa e sociale
- Sviluppare consapevolezza sociale e di sé, costruire fiducia, motivazione e capacità comunicative
- Sviluppare opportunità di esperienza lavorativa e continuare a sostenere i giovani una volta che abbiano ottenuto un posto di lavoro
- Discutere le barriere e facilitare lo sviluppo di strategie per ridurle
- Valutare e giudicare impatto e risultati; supportare lo sviluppo personale, professionale e creativo
- Stabilire framework e aspettative per il tutoraggio
- Indirizzare verso un'ulteriore formazione ed istruzione

	<p>creativa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificare, selezionare e applicare un set di strumenti digitali per supportare e/o migliorare la gestione del tempo, la gestione di progetti e di attività • Essere consapevoli delle esigenze del business ed essere in grado di applicare e seguire le metodologie Lean • Supportare i propri studenti per creare trasparenza e concentrarsi su obiettivi e ambizioni a breve e lungo termine • Produrre un accordo di apprendimento individuale con il proprio allievo, che definisca un contesto e le aspettative per l'apprendimento • Creare un piano di tutoraggio personale con obiettivi SMART • Sviluppare e utilizzare tecniche, incluse le esercitazioni pratiche per supportare l'offerta di tutoraggio • Sviluppare un piano aziendale creativo, con obiettivi e traguardi <p>4. Promuovere le capacità imprenditoriali e supportare l'impresa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sviluppare attitudini imprenditoriali, fornire consulenza sull'avvio di un'impresa e perseguire una carriera freelance o una "carriera portfolio" • Consulenza sullo sviluppo del proprio portfolio, della propria promozione e del networking, candidarsi correttamente per un'assunzione, sapersi presentare per un lavoro, capacità di presentazione, saper rispondere adeguatamente agli incarichi, ai concorsi e ai talent call • Consulenza su prezzi, vendite, distribuzione di prodotti e marketing (compresi i mercati internazionali) • Consulenza sulle fonti di finanziamento, investimento e generazione di reddito • Valutare e giudicare impatto e risultati • Raccogliere feedback da parte dei giovani e delle imprese creative per migliorare e adattare il servizio
--	--

- Mantenere i dati e il registro dei clienti aggiornati e precisi
- Fornire supporto all'avvio della pianificazione aziendale e indirizzarsi alla consulenza per questioni legali, finanziarie e di proprietà intellettuale
- Supportare i giovani a sviluppare e mettere in mostra le proprie capacità creative, produttive e tecniche del caso
- Trasmettere all'allievo informazioni sulle imprese e abilità (attraverso esercitazioni pratiche)
- Favorire il senso d'iniziativa e l'atteggiamento imprenditoriale
- Supportare l'allievo per pianificare e mettere in pratica idee e progetti

5. *Intermediazione di relazioni creative e commerciali*

- Supportare entrambe le parti nella stesura di un chiaro piano d'azione per lo scambio
- Comunicazione efficace con chi cerca lavoro e con il mercato del lavoro (datori di lavoro) in molte maniere diverse
- Assicurarsi che i bisogni dei clienti siano soddisfatti e che i servizi siano forniti secondo i più alti standard
- Scoprire quali sono le esigenze/i requisiti delle competenze del datore di lavoro: comprendere e valutare il gruppo target del datore di lavoro e conoscere il settore delle ICC
- Identificare clienti, concorrenti, mercati
- Intermediare e facilitare i rapporti commerciali, gli scambi e le residenze a livello nazionale e transnazionale
- Creare contatti e reti con individui, organizzazioni e reti transnazionali nelle ICC
- Utilizzare il feedback per migliorare i servizi e affrontare le pari opportunità e le questioni relative alla diversità
- Supportare il processo di abbinamento degli imprenditori ICC

	<p>e utilizzare strumenti digitali e dati per facilitare questo processo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rimanere sempre aggiornato sulle tendenze e sulle pratiche in materia di collocamento e assunzioni delle Industrie Culturali Creative (legge, diritti, commercio, condizioni di lavoro precarie) • Sfruttare incentivi di finanziamento pubblico per gli scambi nelle ICC • Registrare e valutare i risultati e gli impatti
--	--

<p>TIPI DI IMPIEGO</p>	<p>In generale, il Mentore delle Industrie Creative lavorerà come dipendente, libero professionista o volontario.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Consulenti pubblici o privati dei servizi per l'impiego - Agenti di lavoro - Consulenti aziendali - Professionisti dell'apprendimento culturale - Personale delle organizzazioni e dei collegi di IFP - Mentori
-------------------------------	--

<p style="text-align: center;">OPPORTUNITA' DI IMPIEGO</p>	<p>Il Mentore delle Industrie Creative può trovare opportunità di lavoro nelle seguenti aree:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Centri per l'impiego pubblico - Centri per l'impiego privato (anche agenzie di lavoro interinale) - Centri di carriera accademici presso le università - Le organizzazioni e gli istituti d'istruzione e formazione professionale incaricati di aiutare i tirocinanti (disoccupati) a trovare lavoro - Organizzazioni creative, incubatori di imprese
<p style="text-align: center;">PERCORSO DI FORMAZIONE E ISTRUZIONE</p>	<p>Italia: nel sistema legislativo italiano la figura professionale del mentore non è riconosciuta e non esiste un consulente professionale specifico per le imprese culturali e creative. Solo di recente, corsi o master universitari sono stati dedicati all'argomento.</p> <p>Slovacchia: lo status professionale e il ruolo del Mentore delle Industrie Creative nelle ICC non esiste.</p> <p>Polonia: nel sistema polacco, l'unica posizione esistente è il consulente professionale. I consulenti professionali polacchi non hanno specializzazioni sul campo (forniscono consulenza generale).</p> <p>Spagna: formazione, corsi o istruzione specifica per questa figura sono poco diffusi. Esiste soltanto la Industrial Organization School (IOS) che propone un processo di validazione del mentore.</p> <p>Grecia: non esiste un percorso formativo specifico per i mentori nelle ICC. Tuttavia, di solito si frequentano corsi di formazione non formali incentrati sul mentoring in generale e non sul mentoring nelle ICC.</p> <p>Inghilterra: esistono numerosi percorsi per l'accreditamento delle competenze correlate, compresa la fornitura di consulenza e l'orientamento formativo, qualifiche SFEDI per consulenti aziendali, corsi di formazione professionale o kit di</p>

	<p>apprendimento collettivo aperto (CLOCK), tuttavia questi non sono specificamente incentrati sul ruolo di Mentore delle Industrie Creative nelle ICC.</p>
<p>RIFERIMENTI STANDARD NAZIONALI E INTERNAZIONALI</p>	
<p>CLASSIFICAZIONE STANDARD NAZIONALE DI RIFERIMENTO PROFESSIONALE</p>	<p>Slovacchia: il ruolo Mentore delle Industrie Creative non è stato ancora riconosciuto dai sistemi educativi e professionali slovacchi o da alcuna classificazione nazionale degli standard professionali.</p> <p>Polonia: dal 2013 è un "open job" (il consulente professionale non è una professione "regolamentata").</p> <p>Spagna: il ruolo di Mentore delle Industrie Creative non è ancora stato riconosciuto dai sistemi educativi e professionali spagnoli o da alcuna classificazione nazionale degli standard occupazionali, ma il servizio di tutoraggio è svolto da molti professionisti diversi che istruiscono i giovani in modo informale.</p> <p>Italia: nel sistema legislativo italiano la figura professionale del mentore non è riconosciuta e non esiste un consulente professionale specifico per le imprese culturali e creative.</p> <p>Grecia: non esiste una specifica struttura di qualifiche per i mentori nelle ICC in Grecia.</p> <p>Inghilterra: molti ruoli nel settore ICC non si riflettono nei codici SOC e non ci sono codici SOC per consulenti o tutor nel settore delle Industrie Creative e Culturali. Il codice SOC più pertinente è 3564: consulenti per la carriera e specialisti dell'orientamento professionale.</p>

4. Framework di competenze

Area di attività 1: Lavorare nelle Industrie Culturali e Creative			
Area principale delle attività e delle responsabilità	COMPETENZE		
	Conoscenze	Capacità	Attitudini
<ul style="list-style-type: none"> • Informare le imprese creative sui metodi di reclutamento e supporto e abbinarle ai giovani talenti • Costruire reti, impegnarsi e comunicare in modo efficace con i datori di lavoro ICC • Sfruttare incentivi di finanziamento pubblico per i datori di lavoro • Mantenersi aggiornato riguardo alle tendenze e alle pratiche di assunzione delle industrie culturali creative (legge, diritti, commercio, condizioni lavorative precarie) • Registrare e valutare i risultati e gli impatti • Fare ricerche sulle esigenze e le aspettative dei datori di lavoro e colmare le lacune nelle competenze del settore, identificare opportunità di lavoro e di carriera e identificare come queste differiscano in specifici sottosettori • Organizzare eventi di 	<p>Conoscenza del comportamento, dei valori, dei bisogni, delle aspettative, dell'ambiente e degli interessi del gruppo</p> <p>Vantaggi e svantaggi dei diversi metodi di comunicazione</p> <p>Comprensione delle competenze tecniche, legali, fiscali e digitali</p> <p>Conoscenza di metodi e strumenti di rete di base</p> <p>Conoscenza del diritto del lavoro e della struttura normativa</p> <p>Comprendere le esigenze e le aspettative dei datori di lavoro, le tendenze del mercato del lavoro, della produzione e dell'occupazione nelle industrie culturali e</p>	<p>Pensiero creativo</p> <p>Capacità di motivare gli studenti verso determinati obiettivi e di lavorare entro le tempistiche</p> <p>Istruzione o esperienza in un campo creativo</p> <p>Valutare il costo di trasformare un'idea in un'attività di creazione di valore</p> <p>Pianificare, mettere in atto e valutare le decisioni finanziarie</p> <p>Gestire il finanziamento</p> <p>Ottenere il supporto necessario dai datori di lavoro creativi</p> <p>Comunicazione efficace, persuasione,</p>	<p>Identificare e cogliere le opportunità</p> <p>Immaginare il futuro</p> <p>Ispirare ed entusiasmare le parti interessate</p> <p>Saper sfruttare al meglio le risorse limitate</p> <p>Saper prendere decisioni quando il risultato di tali decisioni è incerto</p> <p>Gestire le situazioni in rapido mutamento in modo rapido e flessibile</p> <p>Costruire ponti</p> <p>Essere curiosi</p> <p>Incoraggiare la collaborazione e la partnership</p> <p>Apertura all'innovazione</p>

<p>reclutamento e formazione, tirocini, esperienze lavorative e altre opportunità per i giovani per incontrare i datori di lavoro e acquisire esperienza sul posto di lavoro</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utilizzare il feedback del datore di lavoro per migliorare i servizi e affrontare le pari opportunità e le questioni relative alla diversità • Comunicare e collaborare in modo efficace • Mantenere una forte relazione e conoscenza del settore • Mantenere un elenco aggiornato dei contatti di coloro che operano nel settore • Distribuire informazioni e conoscenze sul settore agli studenti 	<p>creative</p> <p>Comprensione delle caratteristiche generali, dei sottosectori del settore, dei processi di lavoro e dei ruoli in specifici settori delle Industrie Culturali e Creative</p> <p>Comprendere il quadro educativo e formativo per le ICC</p> <p>Comprensione su come gestire un'attività creativa</p> <p>Salute e Sicurezza</p> <p>Conoscenza dei contatti dei datori di lavoro, delle reti industriali e delle organizzazioni intermedie</p> <p>Comprensione della pratica creativa e della produzione</p> <p>Comprensione delle caratteristiche e dei principi chiave del marketing e</p>	<p>negoiazione e leadership</p> <p>Pianificazione e gestione</p> <p>Lavorare insieme e cooperare con gli altri per sviluppare idee e trasformarle in azioni</p> <p>Pianificare gli eventi</p> <p>Pensiero creativo e problem solving</p> <p>Capacità di monitoraggio e supervisione</p> <p>Gestione di dati e informazioni</p> <p>Capacità di creare reti (network) di contatti</p> <p>Utilizzare le soluzioni di condivisione disponibili online, i cloud e gli strumenti di collaborazione</p> <p>Generare, produrre e raccogliere il materiale necessario per un contenuto didattico</p> <p>Mobilitare</p>	<p>Persistenza di fronte a difficoltà inaspettate</p> <p>Soluzioni focalizzate - soluzioni progettuali con i datori di lavoro</p> <p>Essere in grado di riflettere sul proprio successo</p> <p>Essere aperto e flessibile verso le nuove idee creative</p> <p>Avere fiducia in se stessi, saper agire e prendere iniziativa</p> <p>Essere pro-attivo nella condivisione di informazioni e risorse</p> <p>Comprensione e auto-espressione</p>
--	---	---	--

	della finanza ICC	efficacemente le risorse	
--	----------------------	-----------------------------	--

Area di attività 2: Lavorare con giovani creativi e startup creative			
Area principale di attività e responsabilità	COMPETENZE		
	Conoscenze	Capacità	Attitudini
<ul style="list-style-type: none"> • Costruire relazioni con le parti interessate (agenzie interne ed esterne), sostenitori peer-to-peer • Impegnarsi e comunicare in modo efficace, consultare e coinvolgere i giovani • Valutare i livelli di coinvolgimento e reclutamento • Gestire e archiviare informazioni e dati • Commercializzare e promuovere il servizio sia per le imprese creative che per i giovani talenti, anche attraverso i social media • Pianificare e organizzare eventi di coinvolgimento, workshop e attività creative • Fornire supporto per garantire la fidelizzazione, affrontare i conflitti, risolvere i problemi 	<p>Comprensione delle competenze tecniche, legali, fiscali e digitali</p> <p>Conoscere vantaggi e svantaggi dei diversi metodi di comunicazione</p> <p>Avere accesso a reti di organizzazioni che lavorano con giovani e startup creative</p> <p>Conoscenza degli strumenti diagnostici appropriati per identificare e valutare i bisogni e le aspettative degli studenti</p> <p>Conoscere metodi per raggiungere e comunicare con i giovani</p> <p>Saper creare</p>	<p>Istruzione o esperienza in un campo creativo</p> <p>Capacità di riconoscere il potenziale del gruppo e le sue idee</p> <p>Applicazione di un approccio non formale anziché di un approccio rigoroso e pre-programmato</p> <p>Capacità di mobilitare e gestire le risorse</p> <p>Saper lavorare insieme e cooperare con gli altri per sviluppare idee e trasformarle in azioni</p> <p>Capacità di creare reti di contatti</p> <p>Capacità di coinvolgere i giovani in attività creative</p>	<p>Comprendere diversi tipi di personalità e approcciarsi in modo diverso a ciascuno di essi (approccio diverso per personalità introversive ed estroversive)</p> <p>Essere aperti a diversi approcci di trasferimento della conoscenza</p> <p>Essere flessibili</p> <p>Identificare e affrontare le sfide</p> <p>Affrontare positivamente la competizione quando necessario</p> <p>Crede nel valore dell'espressione creativa</p> <p>Dimostrare</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Partecipare a eventi di reclutamento e di prova • Preparare e sviluppare un piano d'insegnamento e apprendimento relativo a un programma specifico o ad una strategia • Stabilire aspettative e valori, fiducia, rispetto e riservatezza • Valutare e selezionare gli strumenti diagnostici appropriati per valutare le attuali abilità, conoscenze, obiettivi e ambizioni dell'allievo • Supportare gli allievi per creare trasparenza e concentrarsi su obiettivi e ambizioni a breve e lungo termine • Supportare gli allievi nello sviluppare una gamma di competenze emotive, tra cui resilienza, perseveranza, positività, auto-convinzione, auto-motivazione 	<p>elenchi di opzioni per sviluppare startup creative</p> <p>Conoscere il processo di creazione di una startup e dei requisiti necessari per sviluppare un piano di apprendimento efficace</p> <p>Conoscenza dei principi e delle metodologie per adattare materiali didattici agli imprenditori</p> <p>Salvaguardare i giovani</p> <p>Conoscenza di diverse tecniche e stili di mentoring</p> <p>Conoscenza del comportamento e dei valori, dei bisogni, delle aspettative, dell'ambiente e degli interessi del gruppo</p>	<p>Saper costruire reti con altre organizzazioni, costruire ponti</p> <p>Capacità di comunicare con un pubblico diversificato utilizzando un linguaggio, un tono e uno stile appropriato</p> <p>Abilità comunicative</p> <p>Risoluzione dei conflitti</p> <p>Capacità di formulare politiche e programmi e/o arrivare congiuntamente a decisioni, conclusioni o soluzioni</p> <p>Capacità di pianificare e gestire le attività, saper gestire sia situazioni semplici sia complesse (collaborazione, lavoro di squadra, co-creazione)</p> <p>Saper utilizzare software di base per computer, per le comunicazioni online e Internet</p> <p>Capacità interculturali e capacità di lavorare e comunicare in modo inclusivo con gruppi diversi</p>	<p>affidabilità, puntualità, coerenza</p> <p>Essere entusiasta, saper ispirare e motivare</p> <p>Separare le questioni personali da quelle professionali</p> <p>Avere fiducia in se stessi</p> <p>Essere professionale ma allo stesso tempo informale</p> <p>Riflettere sul successo</p> <p>Aggiornare le proprie competenze, le modalità di apprendimento, le tecnologie e gli strumenti esistenti</p> <p>Assicurarsi che l'apprendimento sia correlato a condizioni reali nelle industrie ICC</p>
--	---	---	---

	<p>Uso di sensibilizzazione peer-to-peer</p> <p>Uso degli strumenti di comunicazione TIC utilizzati dai giovani</p> <p>Saper costruire fiducia e rispetto</p> <p>Riconoscere e quindi spiegare a terzi i fattori rilevanti che stanno alla base del successo</p> <p>Capacità di riconoscere i risultati - i traguardi sono un ottimo modo per definire e celebrare i risultati della relazione</p> <p>Capacità di bilanciare compromessi e responsabilità</p> <p>Essere in grado di utilizzare almeno 2 metodi diversi e 2 piattaforme diverse per la formazione</p> <p>Capacità di sviluppare una strategia di progetto/programma</p> <p>Capacità di lavorare in gruppo</p> <p>Abilità sociali</p>	
--	---	--

**Area di attività 3:
Fornire mentoring**

Area principale di attività e responsabilità	COMPETENZE		
	Conoscenze	Capacità	Attitudini
<ul style="list-style-type: none"> • Condurre analisi dei bisogni • Fornire consulenza di mentoring per supportare lo sviluppo personale, professionale e creativo • Consultare i giovani e utilizzare i facilitatori peer-to-peer • Supporto e consulenza di giovani creativi e pre-startup per lo sviluppo di piani e competenze aziendali • Supportare le startup creative e le aziende creative per sviluppare e far crescere la propria carriera e il proprio business • Sviluppare consapevolezza sociale e di sé, instaurare fiducia, motivazione e capacità comunicative • Discutere le barriere e facilitare lo sviluppo di strategie per ridurle • Valutare e giudicare impatto e risultati 	<p>Conoscenza delle tecniche e abilità di coaching / mentoring</p> <p>Conoscenza della gestione progettuale</p> <p>Identificazione dei bisogni, dei limiti, degli obiettivi e delle sfide</p> <p>Conoscenza delle tecniche e delle risorse umane</p> <p>Vantaggi e svantaggi dei diversi metodi di comunicazione</p> <p>Psicologia di base e tecniche di consulenza</p> <p>Altre fonti di supporto per soddisfare le esigenze dei clienti</p> <p>Saper intraprendere</p>	<p>Capacità di responsabilizzare l'allievo</p> <p>Istruzione o esperienza in un campo creativo</p> <p>Buone capacità di comunicazione</p> <p>Capacità di dare e ricevere feedback</p> <p>Capacità di riconoscere il potenziale e l'idea</p> <p>Saper ottenere il supporto necessario per ottenere risultati di valore</p> <p>Essere in grado di descrivere, analizzare e valutare efficacemente situazioni difficili e/o impegnative</p> <p>Capacità di valutazione</p> <p>Essere in grado di comunicare efficacemente con persone che posseggono o esprimono valori e opinioni differenti</p>	<p>Onestà Pazienza Saper credere nelle capacità, nelle abilità e negli attributi del giovane</p> <p>Intelligenza emotiva</p> <p>Empatia</p> <p>Flessibilità</p> <p>Non giudicare, incoraggiare punti di forza, valori e obiettivi personali e professionali</p> <p>Fornire supporto</p> <p>Rispettare e includere la diversità</p> <p>Essere responsabili</p> <p>Supportare i giovani a farsi da guida l'un l'altro</p> <p>Promuove una cultura dell'apprendimento</p> <p>Incoraggiare</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Raccogliere feedback costruttivi per migliorare i servizi e supportare l'effettivo sviluppo • Identificare esigenze speciali e indicazioni per i servizi di supporto • Gestire i registri e i dati dei clienti • Completare il Contratto di Apprendimento Individuale e il piano di tutoraggio personale con l'allievo per definire le aspettative per il tutoraggio • Indirizzare verso un'ulteriore formazione e istruzione creativa • Identificare, selezionare e applicare una serie di strumenti digitali per supportare e/o migliorare tempi, progetti e gestione delle attività • Rispondere alle esigenze aziendali e applicare e seguire le metodologie Lean • Supportare gli studenti per creare trasparenza e concentrarsi su obiettivi e ambizioni a breve e lungo termine • Stilare un accordo di apprendimento 	<p>una valutazione iniziale dei bisogni</p> <p>Tecniche di consapevolezza</p> <p>Comprendere le metodologie Lean</p> <p>Comprensione degli approcci e dei framework di mentoring tra pari</p> <p>Conoscenze su come completare un accordo di apprendimento individuale con l'allievo</p> <p>Conoscenze su come completare un piano di tutoraggio personale con l'allievo</p> <p>Capacità di ricerca legate alla costruzione di conoscenze e risorse</p> <p>Comprendere gli approcci incentrati sui giovani</p> <p>Familiarizzare con le tendenze</p>	<p>Essere in grado di sviluppare fiducia in se stessi e motivazione</p> <p>Elevata capacità di introspezione e disponibilità a sviluppare e rivedere la propria efficienza</p> <p>Capacità di negoziazione</p> <p>Saper utilizzare software di base per computer, per la gestione dei dati, le comunicazioni online e Internet</p> <p>Utilizzare e rivedere il piano di sviluppo personale per misurare i progressi compiuti dal giovane</p> <p>Capacità di identificare ciò che è stato appreso e cosa è cambiato nel periodo della relazione di mentoring</p> <p>Essere in grado di rivedere gli obiettivi e valutare i risultati</p> <p>Uso dei sistemi di gestione del tempo e del calendario</p> <p>Essere in grado di adattare l'apprendimento ai bisogni dei giovani</p> <p>Capacità di ascolto attivo</p>	<p>l'auto riflessione e la crescita personale</p> <p>Mantenere le esigenze dell'allievo al centro del processo</p> <p>Sviluppare affidabilità, puntualità, coerenza</p> <p>Separare le questioni personali da quelle professionali</p> <p>Crederne nel valore dell'espressione creativa</p> <p>Avere fiducia in se stessi</p>
--	--	---	---

<p>individuale con l'allievo, che definisca un contesto e le aspettative per l'apprendimento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creare un piano di tutoraggio personale con obiettivi SMART • Sviluppare e utilizzare tecniche, incluse le esercitazioni pratiche, per supportare l'offerta di tutoraggio • Sviluppare un piano aziendale creativo, con obiettivi e traguardi 	<p>e le preferenze della comunicazione tra giovani, usando la tecnologia e i social media</p> <p>Comprendere il codice etico, i principi e la politica che governano il modo in cui la propria organizzazione offre mentoring</p> <p>Salute e Sicurezza</p> <p>Salvaguardare i giovani</p>	<p>Capacità di riflettere criticamente sul processo di mentoring</p> <p>Capacità di riconoscere i limiti del ruolo di mentore e saper indicare un'altra figura di supporto, se necessario</p> <p>Essere in grado di costruire reti con altre organizzazioni, costruire ponti</p> <p>Risoluzione dei conflitti</p> <p>Sensibilizzazione alla collaborazione tra pari (peer-to-peer)</p>	
--	--	--	--

<p style="text-align: center;">Area di attività 4: Promuovere le capacità imprenditoriali e sostenere l'impresa</p>			
<p>Area principale di attività e responsabilità</p>	<p>COMPETENZE</p>		
	<p>Conoscenze</p>	<p>Capacità</p>	<p>Attitudini</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Sviluppare attitudini imprenditoriali, fornire consigli sull'avvio di un'impresa e perseguire una carriera di libero professionista o una "carriera portfolio" • Consulenza sullo sviluppo del proprio portfolio, della propria promozione e del networking, sapersi candidare per un'assunzione, sapersi presentare per un lavoro, capacità di presentazione, saper rispondere adeguatamente agli incarichi, ai concorsi e ai talent call • Consulenza su prezzi, vendite, distribuzione di prodotti e marketing, compresi i mercati internazionali • Consulenza sulle fonti di finanziamento, investimento e generazione di reddito • Valutare e giudicare impatto e risultati • Raccogliere feedback da parte dei giovani e delle imprese creative per migliorare e adattare il servizio • Mantenere i dati e il registro dei clienti aggiornati e precisi 	<p>Comprensione del linguaggio commerciale e di come funzionano le aziende creative</p> <p>Conoscenze di consulenza e supporto imprenditoriale</p> <p>Conoscenza di base delle competenze tecniche, legali, fiscali e digitali</p> <p>Conoscenza dei vantaggi e degli svantaggi dei diversi metodi di comunicazione</p> <p>Nozioni di base di pianificazione finanziaria</p> <p>Contesto aziendale delle industrie creative</p> <p>Codice etico, principi e politica che regolano l'erogazione del supporto aziendale dell'organizzazione</p> <p>Conoscenza del copyright/proprietà intellettuale</p> <p>Sapere in che modo il tutoraggio è simile/si differenzia da altri ruoli di consulenza aziendale</p> <p>Quadro normativo</p>	<p>Nell'ambito del processo di creazione del valore, saper includere modalità strutturate utili a testare idee e prototipi sin dalle prime fasi, per ridurre i rischi di fallimento</p> <p>Capacità di stimare il costo della trasformazione di un'idea in un'attività di creazione di valore</p> <p>Capacità di valutare i prodotti creativi e il loro rapporto con i mercati ed il pubblico potenziale</p> <p>Seguire e documentare il ciclo di innovazione di una determinata idea nel tempo</p> <p>Abilità amministrative</p> <p>Capacità di progettazione</p> <p>Abilità di presentazione</p> <p>Capacità di riconoscere il potenziale, le attitudini e le idee dei giovani</p> <p>Saper ottenere il</p>	<p>Combinare conoscenze e risorse per ottenere risultati di valore</p> <p>Coinvolgimento attivo in attività culturali e creative</p> <p>Apprezzamento della creatività e della produzione culturale</p> <p>Saper evitare pregiudizi, preconetti e giudizi</p> <p>Saper accogliere il cambiamento e apprezzare la diversità</p> <p>Essere flessibili e aperti</p> <p>Ispirare fiducia, perseveranza e realismo</p> <p>Avere un approccio positivo verso la ricerca di soluzioni ai problemi</p> <p>Mantenere la calma in situazioni difficili o incerte</p> <p>Essere disponibile ad imparare e</p>
---	--	---	--

<ul style="list-style-type: none"> • Fornire supporto all'avvio della pianificazione aziendale e saper indirizzare la propria consulenza su questioni legali, finanziarie e di proprietà intellettuale • Supportare i giovani a sviluppare e mettere in mostra le proprie capacità creative, produttive e tecniche del caso • Trasmettere informazioni e abilità (attraverso esercitazioni pratiche) sull'impresa all'allievo • Favorire il senso di iniziativa e l'atteggiamento imprenditoriale • Supportare l'allievo nel pianificare e mettere in pratica idee e progetti 	<p>e strumenti di pianificazione per le imprese startup e il lavoro autonomo nelle industrie culturali e creative</p> <p>Conoscenza delle regolamentazioni riguardo la privacy e la protezione dei dati</p> <p>Saper capire quali sono le ragioni dell'allievo e perché vuole intraprendere un'attività creativa</p> <p>Elencare i potenziali metodi per supportare le imprese</p> <p>Sapere che cosa sia l'e-commerce</p> <p>Salute e Sicurezza</p> <p>Conoscenza del framework EC EntreComp</p>	<p>supporto necessario per ottenere risultati apprezzabili</p> <p>Capacità di valutazione</p> <p>Abilità interculturali, per comunicare efficacemente con le persone che posseggono o esprimono valori e opinioni differenti</p> <p>Essere in grado di sviluppare l'entusiasmo, l'impegno e la fiducia degli studenti, la fiducia in se stessi e la motivazione</p> <p>Capacità di risoluzione dei conflitti</p> <p>Essere in grado di favorire la crescita creativa</p> <p>Capacità di ascolto attivo e saper comprendere il tono di voce degli altri, le emozioni, il linguaggio del corpo e le loro parole</p> <p>Essere in grado di gestire tempo e risorse</p> <p>Capacità di negoziazione</p> <p>Essere in grado di</p>	<p>migliorare</p> <p>Essere in grado di riflettere sul proprio successo</p> <p>Disponibilità a fornire contatti</p> <p>Essere organizzato e intraprendente</p> <p>Capacità di riconoscere il talento creativo</p> <p>Apertura all'innovazione</p>
--	---	---	---

	<p>riconoscere l'effetto delle proprie azioni e del proprio comportamento</p> <p>Capacità di ricerca</p> <p>Saper utilizzare software di base per computer, per la gestione dei dati, per le comunicazioni online e Internet</p> <p>Riconoscere e quindi spiegare a terzi i fattori rilevanti che stanno alla base del successo</p> <p>Capacità di vendita</p> <p>Capacità di riflettere sulle esigenze di insegnamento e di apprendimento e di elementi chiave pedagogici e strategici per le specifiche parti interessate</p> <p>Saper controllare la comprensione</p> <p>Essere in grado di sviluppare rapporti con i propri studenti</p> <p>Competenze commerciali digitali</p>	
--	---	--

**Area di attività 5:
Intermediazione di relazioni creative e commerciali**

Area principale di attività e responsabilità	COMPETENZE		
	Conoscenze	Capacità	Attitudini
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborare un piano d'azione chiaro per chi cerca lavoro • Comunicazione efficace verso chi cerca lavoro e verso il mercato del lavoro (datori di lavoro) in molti modi • Assicurarsi che i bisogni dei clienti siano soddisfatti e che i servizi siano forniti secondo i più alti standard • Scoprire quali sono le esigenze/requisiti delle competenze del datore di lavoro: comprendere e valutare il gruppo target del datore di lavoro e il settore ICC • Identificare clienti, concorrenti, mercati • Mediare e facilitare i rapporti commerciali, gli scambi e le residenze a livello nazionale e transnazionale 	<p>Saper presentare una società in diversi sottosectori dell'industria creativa e in diversi paesi</p> <p>Comprensione del linguaggio commerciale e del modo in cui le aziende creative operano in diversi paesi e sottosectori creativi</p> <p>Conoscenza e comprensione della consulenza mirata alla carriera personale</p> <p>Comprensione e conoscenze relative alle relazioni in termini di empatia, di instaurazione di fiducia, di motivazione degli studenti, ecc.</p> <p>Conoscenze nel campo delle risorse umane inclusi i metodi di reclutamento nelle ICC</p>	<p>Capacità di mediazione</p> <p>Saper identificare clienti, concorrenti e mercati all'interno delle ICC</p> <p>Capacità di reclutamento</p> <p>Essere in grado di ottenere il supporto necessario per ottenere risultati apprezzabili</p> <p>Efficace capacità di comunicazione, persuasione, negoziazione e leadership</p> <p>Essere in grado di definire priorità, obiettivi e piani d'azione</p> <p>Capacità di adattarsi a cambiamenti imprevisti</p> <p>Essere in grado di lavorare insieme e cooperare con gli altri per sviluppare idee e trasformarle in azioni</p> <p>Capacità di risoluzione dei conflitti</p> <p>Essere in grado di sviluppare un piano</p>	<p>Essere assertivi</p> <p>Saper ispirare e motivare le aziende o gli individui</p> <p>Saper stabilire nuove connessioni per creare opportunità e creare valore</p> <p>Saper creare valore includendo soluzioni migliori per le sfide esistenti e nuove</p> <p>Esplorare e sperimentare approcci innovativi</p> <p>Saper essere flessibili</p> <p>Affrontare positivamente la competizione quando necessario</p> <p>Prendere l'iniziativa lavorando con un ampio spettro di persone in cerca di lavoro e datori di lavoro</p> <p>Saper assumersi</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Creare contatti e reti con individui, organizzazioni e reti transnazionali nelle ICC • Utilizzare il feedback per migliorare i servizi e affrontare le pari opportunità e le questioni relative alla diversità • Supportare il processo di abbinamento degli imprenditori ICC e utilizzare gli strumenti digitali e i dati per facilitare questo processo • Tenersi aggiornato riguardo le nuove tendenze e le pratiche nelle assunzioni delle industrie culturali creative (legge, diritti, commercio, condizioni lavorative precarie) • Sfruttare incentivi di finanziamento pubblico per gli scambi nelle ICC • Registrare e valutare i risultati e gli impatti 	<p>Conoscenza delle politiche di marketing e delle tecniche di networking (in quale mercato immergersi e dove costruire reti di contatti)</p> <p>Conoscenza dell'istruzione o della formazione e dei sistemi di sostegno all'occupazione, quali incentivi, tirocini, stage e altro</p> <p>Conoscenza del mercato del lavoro</p> <p>Saper sviluppare una comprensione della relazione: dalla progettazione alla dinamica, passando per tutte le altre fasi e raggiungendo un risultato</p> <p>Conoscenze riguardo alla comunicazione scritta, verbale e TIC</p> <p>Saper comprendere le caratteristiche generali, i sottosettori del settore, i processi di lavoro e i ruoli in</p>	<p>per svolgere i compiti e prendersi carico delle responsabilità</p> <p>Capacità di valutare processo e risultati</p> <p>Essere in grado di identificare nuove opportunità di business</p> <p>Capacità di condurre un colloquio</p> <p>Essere in grado di fornire indicazioni, feedback e indicazioni per garantire prestazioni di successo</p> <p>Abilità di vendita</p> <p>Essere in grado di supportare le aspettative e le esigenze dei clienti (startup e imprenditori creativi)</p> <p>Saper utilizzare software di base per computer, per la gestione dei dati, per le comunicazioni online e Internet</p> <p>Essere in grado di valutare l'efficienza relativa al processo decisionale e di attuazione</p> <p>Essere in grado di esplorare l'adeguatezza, l'efficacia, i costi e il potenziale per la sostenibilità dei</p>	<p>la responsabilità di costruire relazioni e cooperazione a lungo termine</p> <p>Empatia</p> <p>Intelligenza emotiva</p> <p>Saper trovare le soluzioni migliori per i clienti (startup e imprese creative)</p> <p>Dimostrare un atteggiamento positivo nei rapporti creativi e di business</p> <p>Dimostrare la volontà di utilizzare i canali disponibili in relazione con la comunità, i clienti, ecc.</p> <p>Aggiornare continuamente le competenze, l'apprendimento e le tecnologie esistenti</p> <p>Costruire ponti e reti</p> <p>Possedere una visione internazionale</p> <p>Apprezzare la diversità e l'espressione culturale</p>
---	--	--	---

	<p>settori specifici delle ICC e come questi differiscano nei diversi paesi</p> <p>Costruire reti e contatti con ICC transnazionali e organizzazioni intermediarie</p> <p>Salvaguardare i giovani</p> <p>Comprensione del commercio internazionale e sapere a chi rivolgersi se si avesse bisogno di consulenza</p> <p>Consapevolezza interculturale</p> <p>Conoscenza di base di almeno una lingua straniera</p>	<p>risultati</p> <p>Capacità di comunicazione interculturale</p> <p>Possedere abilità educative o in un campo creativo</p> <p>Capacità di monitoraggio e supervisione</p> <p>Capacità di pensiero creativo</p> <p>Capacità di risoluzione dei conflitti</p> <p>Capacità di gestione di dati e informazioni</p> <p>Capacità di pianificare le attività</p>	<p>Apprezzare la creatività e la produzione culturale</p> <p>Incoraggiare la collaborazione e la partnership</p> <p>Persistere di fronte a difficoltà inaspettate</p> <p>Curiosità</p> <p>Essere pro-attivi nella condivisione di informazioni e risorse</p>
--	---	---	--

Avendo spiegato il contesto, il background e i risultati ottenuti per ciascun paese partner, nonché l'introduzione dei risultati complessivi relativi allo sviluppo del ruolo di Mentore delle Industrie Creative nelle ICC, il capitolo seguente fornirà un quadro generale per un programma di studi modulare basato sul Profilo Professionale e sulle aree chiave di conoscenza, capacità e competenze che il Mentore delle Industrie Creative deve possedere per supportare i giovani creativi e le startup creative a entrare nelle ICC. Pertanto, ciascuna delle aree identificate nel Profilo Professionale contribuirà a determinare i risultati dell'apprendimento che costituiranno di conseguenza la base per la struttura del piano di studi.