

The slide features a blue header with a stylized 'P' logo on the left and the 'jade Italia' logo on the right. A faint map of Italy is visible in the background. Below the header, the title 'L'imprenditorialità nelle Junior Enterprise' is centered. Underneath the title, the event details 'JADE Italia Meeting' and 'Parma, 7-9 Ottobre 2005' are listed. At the bottom, a row of logos includes Fidenza Village, ESCOM, ALTRAN, innEXT, and Copy & Press.

P jade Italia

L'imprenditorialità nelle Junior Enterprise

JADE Italia Meeting
Parma, 7-9 Ottobre 2005

fIDENZA VILLAGE
OUTLET SHOPPING

escom
Associazione Italiane Commercianti Esterni
CONF-COMMERCE

ALTRAN
ITALIA

innEXT
ASSOCIAZIONE ITALIANA IMPRENDITORI

Copy & Press
DIGITAL SERVICE

The slide features a blue header with the 'P' and 'jade Italia' logos. The main content area contains the text 'The Junior Enterprise concept:' followed by a quote in italics. At the bottom, the same row of logos as the first slide is present.

P jade Italia

The Junior Enterprise concept:

"Junior Enterprises are non profit associations entirely managed by students, integrating knowledge from universities with practical business experience by running projects for companies in various sectors"

fIDENZA VILLAGE
OUTLET SHOPPING

escom
Associazione Italiane Commercianti Esterni
CONF-COMMERCE

ALTRAN
ITALIA

innEXT
ASSOCIAZIONE ITALIANA IMPRENDITORI

Copy & Press
DIGITAL SERVICE

JADE ha partecipato allo European Commission Expert Group su
"Mini-Companies in Secondary Education"

- Le JE sono riconosciute come *"student companies"*
- Le JE sono uno fra i metodi *"migliori e più efficaci"* per promuovere lo spirito imprenditoriale
- Le JE contribuiscono a formare persone migliori nella società
- La Commissione Europea consiglia azioni legislative al fine di agevolare la fondazione e la gestione delle JE
- I governi, le istituzioni e le imprese europei sono coinvolti e stimolati dalle considerazioni della Commissione Europea



- Assenza di un'indagine statistica di valore scientifico sul movimento delle JE
- Entrepreneurial Spirit 2005: Renaud Redien-Collot, Moija Jesenovec
- Obiettivo: osservare e analizzare lo sviluppo dello spirito imprenditoriale tra i membri delle JE e i suoi effetti attuali e nel lungo termine sugli studenti e gli Alumni



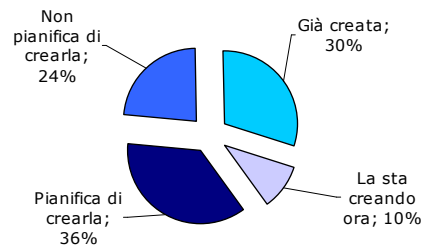
- Metodo: ricerca pilota qualitativa e questionario on-line quantitativo
- Luglio – Settembre 2005
- Popolazione: tre gruppi target
 - Membri attuali
 - Alumni
 - Clienti



Creazione di imprese:

- L'89% dei membri delle JE ha già creato una sua impresa o sta pianificando di crearne una
- In merito agli Alumni:

Vuoi fondare una tua impresa?



Creazione di imprese (continua):

- Sia i membri delle JE che gli Alumni si dimostrano convinti che l'esperienza in JE li abbia spinti a diventare imprenditori
- Più del 90% del campione in oggetto ha potuto incontrare nella sua JE "il socio perfetto" per fondare un'impresa



Team leading e qualità imprenditoriali:

- La quasi totalità del campione considera di aver sviluppato qualità imprenditoriali come
 - problem solving
 - facilità di apprendimento e insegnamento
 - senso di responsabilità
 - sensibilità etica
 - team building
- Le donne all'interno del campione in oggetto, sebbene affermino di percepire maggiori difficoltà nella creazione di un'impresa, si considerano "entrepreneurial leader" in percentuale maggiore degli uomini e vorrebbero costituire una loro impresa da sole



Valutazione dei clienti:

- I clienti dimostrano di credere nelle abilità dei membri delle JE e nella qualità del loro lavoro
- Il 71% dei clienti nel campione afferma di poter essere intenzionato ad investire in imprese create da membri delle JE



I riconoscimenti e le affermazioni ufficiali della Commissione Europea, accanto ai risultati dell'Entrepreneurial Spirit 2005 sono un patrimonio di grande valore nelle mani delle JE italiane



- La Confederazione italiana può utilizzarla nelle sue azioni verso il Governo italiano per ottenere risultati simili alla Confederazione francese (CNJE)
- Le JE sono in possesso di uno strumento di marketing fondamentale per comunicare verso le istituzioni locali e le imprese, oltre che per motivare le risorse umane al loro interno

