



MANUALE DEL FACILITATORE

Per il Design Thinking regionale

Workshop di collaborazione



CONTENUTO

- 01** **Introduzione**
- 02** **Design Thinking**
- 03** **Facilitare un workshop DT**
- 04** **La fase dell'empatia**
- 05** **La fase di definizione**
- 06** **La fase dell'ideazione**
- 07** **La fase di prototipazione**
- 08** **La fase di test**
- 09** **Utilizzo delle risorse Waste 2 Worth**
- 10** **Conclusione**



Co-funded by
the European Union


This project has been funded with support from the European Commission. The author is solely responsible for this publication (communication) and the Commission accepts no responsibility for any use may be made of the information contained therein. In compliance of the new GDPR framework, please note that the Partnership will only process your personal data in the sole interest and purpose of the project and without any prejudice to your rights.



Questa licenza consente ai riutilizzatori di distribuire, remixare, adattare e sviluppare il materiale in qualsiasi mezzo o formato, purché venga attribuita la paternità all'autore. La licenza consente l'uso commerciale. CC BY include i seguenti elementi: BY: deve essere attribuita la paternità all'autore.

01

INTRODUZIONE



Co-creazione di soluzioni circolari con gli stakeholder regionali

Il progetto Waste 2 Worth mira a responsabilizzare le comunità affinché ripensino i rifiuti come una risorsa preziosa attraverso l'istruzione, l'innovazione e la collaborazione locale.

In risposta alle crescenti sfide ambientali, economiche e sociali, crediamo che le comunità stesse, in particolare gli stakeholder locali del settore alimentare, detengano la chiave per soluzioni circolari radicate nel territorio, nella pratica e nella partecipazione.

Questo **manuale per workshop sul design thinking** è uno strumento pratico sviluppato per supportare educatori, facilitatori, leader di comunità e innovatori **nell'organizzazione di workshop regionali pratici che insegnano i principi del design thinking affrontando al contempo le sfide locali legate allo spreco alimentare**. Funge sia da esperienza di apprendimento che da processo di innovazione collaborativa, riunendo voci diverse attorno all'obiettivo comune di creare valore dagli scarti alimentari.



OBIETTIVI DEL WORKSHOP

1. Insegnare il Design Thinking attraverso sfide del mondo reale

Questa guida introduce i partecipanti, molti dei quali potrebbero non avere alcuna esperienza o formazione precedente in materia di progettazione o innovazione, **al processo di design thinking**. Utilizzando come casi di studio i flussi di rifiuti alimentari locali (come mele in eccedenza, scarti vegetali o avanzi di prodotti da forno), gli studenti sono invitati a comprendere a fondo i problemi, esplorare soluzioni creative e sviluppare prototipi a basso rischio di interventi di economia circolare.

L'innovazione è la capacità di vedere il cambiamento come un'opportunità, non come una minaccia.

- Steve Jobs

2. Catalizzare la collaborazione regionale per un'azione circolare

Oltre alla formazione individuale, i workshop fungono da **centri di collaborazione**, dove agricoltori, produttori alimentari, educatori, imprenditori, studenti, responsabili politici e attori della società civile possono connettersi e co-creare soluzioni che rispondono alle sfide locali condivise in materia di rifiuti. Concentrandosi sui flussi regionali di rifiuti alimentari e coinvolgendo gli stakeholder locali, i workshop fungono da trampolino di lancio verso partnership a lungo termine, progetti guidati dalla comunità e idee imprenditoriali sostenibili.



PERCHÉ CONCENTRARSI SULLA COLLABORAZIONE REGIONALE?

Il concetto di economia circolare non può essere applicato in modo astratto. I flussi di rifiuti sono regionali, mentre i sistemi alimentari sono localizzati.

Ciò che in una comunità può essere considerato un rifiuto, in un'altra potrebbe essere una materia prima per l'innovazione. Mappando i flussi di rifiuti nelle regioni partecipanti ed esplorandone il potenziale attraverso workshop collaborativi, Waste 2 Worth incoraggia le comunità a:

- **Riconoscere le risorse nascoste all'interno dei propri ecosistemi locali**
- **Costruire ponti tra i settori per risolvere i problemi sistemici**
- **Sviluppare soluzioni circolari sensibili al contesto, scalabili e sostenibili**

Questo manuale è quindi concepito come una **metodologia per insegnare l'innovazione** e come un **quadro di riferimento per costruire partnership basate sul territorio** e sostenere una rete di attori locali responsabilizzati e pronti a trasformare i rifiuti in valore.

02

DESIGN THINKING



COS'È IL DESIGN THINKING?

Di fronte alle complesse sfide della sostenibilità, dallo spreco alimentare al cambiamento climatico, abbiamo bisogno di qualcosa di più delle soluzioni tecniche. Abbiamo bisogno di approcci **creativi, inclusivi e incentrati sull'uomo** che riuniscano le conoscenze, i valori e le idee dei diversi soggetti interessati, ovvero coloro che ne sono influenzati. I metodi **tradizionali di risoluzione dei problemi**, pur essendo efficaci in contesti strutturati o tecnici, spesso seguono un percorso lineare e analitico che può trascurare la complessità dei bisogni umani o il potenziale di innovazione.

Nato nei campi del design e dell'innovazione, il **Design Thinking** è diventato un metodo ampiamente utilizzato per affrontare le sfide del mondo reale nei settori dell'istruzione, degli affari, della sanità e dello sviluppo comunitario. È particolarmente prezioso quando i problemi sono poco chiari, complessi o influenzati da prospettive diverse, come quelli che si riscontrano nei sistemi locali di gestione degli sprechi alimentari.

A differenza della tradizionale risoluzione lineare dei problemi, il Design Thinking è un processo iterativo e incentrato sull'uomo che dà priorità all'empatia, alla creatività e alla collaborazione. Invece di partire da ipotesi sulla soluzione "giusta", invita i facilitatori e i partecipanti a comprendere a fondo le parti interessate, a esplorare diversi punti di vista e a prototipare le idee prima dell'implementazione, rendendolo particolarmente adatto ad affrontare le sfide complesse e sistemiche della sostenibilità.

Che cos'è il Design Thinking?

Il Design Thinking è un **processo di risoluzione dei problemi** che aiuta le persone a comprendere a fondo le sfide, a generare idee nuove e a creare soluzioni pratiche e di facile utilizzo. Si basa su alcuni principi chiave:

- **Centrato sull'uomo:** pone le persone, le loro esigenze, esperienze, comportamenti ed emozioni al centro dell'innovazione.
- **Collaborativo:** riunisce team eterogenei per co-creare idee.
- **Iterativo:** incoraggia la prototipazione, la sperimentazione e il miglioramento delle idee nel tempo.
- **Orientato all'azione:** si concentra sul fare, non solo sul discutere, passando dalle idee ai prototipi all'azione nel mondo reale.



STRATEGIE DI DESIGN THINKING AGGIORNATE

Il Modern Design Thinking (DT) si sta evolvendo per affrontare le complesse sfide odierne in modo più inclusivo, sostenibile e integrato con la tecnologia. Di seguito sono riportate **sei pratiche chiave** che stanno ridefinendo il modo in cui lavoriamo con le comunità, gli ecosistemi e l'innovazione nei sistemi alimentari e oltre:

1. Pensiero **sistemico**
2. Intelligenza **collettiva**
3. **Equità e** inclusione
4. **Uso della** tecnologia
5. Giustizia **progettuale**
6. Progettazione **circolare e rigenerativa**

Tutti questi aspetti ci aiutano a:

- pensare oltre i problemi isolati
- includere più voci e necessità
- utilizzare la tecnologia con uno scopo preciso
- creare soluzioni che restituiscano qualcosa alle persone, alle comunità e al pianeta.

Sono particolarmente rilevanti nel contesto dei sistemi alimentari circolari, dello spreco alimentare e della resilienza climatica e possono essere adattati sia agli studenti dell'IFP, alle PMI alimentari che ai progetti comunitari.

PRATICHE CHIAVE

Mentre il DT tradizionale si concentra generalmente sulla risoluzione **di un problema alla volta**, le sfide del mondo reale, come lo spreco alimentare o il cambiamento climatico, **sono collegate tra loro**.

1. **PENSARE IN TERMINI DI SISTEMI**

Ci aiuta a guardare al quadro completo, compreso il modo in cui le persone, le politiche, gli ambienti e le economie interagiscono attraverso:

- **Mappe di sistema** che rappresentano tutti gli attori e i flussi (ad esempio, catene di approvvigionamento alimentare, produzione di rifiuti).
- **Circuiti causali** che mostrano le relazioni di causa-effetto (ad esempio, "Più compost locale → Meno uso di discariche → Terreno migliore").
- **Strumenti di modellazione basati sull'intelligenza artificiale** (ad esempio SYMBIOSIS) che traducono dati di sistemi complessi in linguaggio e immagini di uso quotidiano.

Applicazione pratica:

In un workshop sullo spreco alimentare, potrebbero essere poste domande come questa:

"Cosa succede a un pomodoro dal momento del raccolto al piatto e oltre?"

Lascia che i partecipanti tracciano collegamenti tra agricoltori, mercati, cucine e contenitori per il compost per esplorare i punti di cambiamento.

STRATEGIE DI DESIGN THINKING

AGGIORNATE - Pratiche chiave

2. Lavorare insieme con l'INTELLIGENZA COLLETTIVA

Nessun esperto possiede tutte le risposte. L'intelligenza collettiva utilizza la saggezza della comunità per co-creare soluzioni, in particolare nei contesti locali e rurali, attraverso:

- Coinvolgendo una varietà di parti interessate (ad esempio, giovani, PMI, responsabili politici, lavoratori informali).
- Utilizzando strumenti digitali come **Miro**, **Padlet** o mappe interattive per raccogliere idee in modo visivo.
- Attingendo all'esperienza vissuta e al know-how pratico, non solo alla teoria accademica.

Applicazione pratica:

Organizza un brainstorming "Cosa succederebbe se..." con voci diverse. Ad esempio: "Cosa succederebbe se il pane in eccedenza diventasse pasti scolastici?" Raccogli idee dai lavoratori dei panifici, dai cuochi scolastici e dai genitori.

3. Progettare per l'EQUITÀ e l'INCLUSIONE

Progettare per l'equità significa garantire che tutti, indipendentemente dal sesso, dalle capacità, dal reddito o dal background, possano accedere e beneficiare della soluzione tramite:

- **Strutture di equità fin dalla progettazione**, che includono obiettivi di equità sin dall'inizio.
- **Barrier-First Thinking**, chiedendosi "Cosa potrebbe impedire a qualcuno di partecipare?" prima di avviare una soluzione.
- **Neuro-Inclusive Design** che supporta le persone con esigenze cognitive diverse (ad esempio, immagini, spazi silenziosi, varietà di ruoli).

Applicazione pratica:

*Utilizzare un **sondaggio pre-workshop** per chiedere ai partecipanti quali sono le loro esigenze (ad esempio, traduzione, pause, sensibilità ai colori). Includere opzioni di partecipazione non verbale come disegni o storyboard.*

4. UTILIZZO DELLA TECNOLOGIA per un migliore accesso e test

L'intelligenza artificiale e gli strumenti digitali possono aiutare a testare e perfezionare rapidamente le idee, rendendole più inclusive con:

- Strumenti che **verificano automaticamente l'accessibilità** (ad esempio, dimensione dei caratteri, contrasto).
- Test assistiti dall'intelligenza artificiale di diversi prototipi basati su dati reali.
- Piattaforme di collaborazione online come **Canva**, **Miro** e **Trello**.
-

Applicazione pratica:

*Creare 2 versioni di un volantino o di un cartello. Utilizzare un **plugin di intelligenza artificiale** o un verificatore di accessibilità per testarne la visibilità, la leggibilità e il tono. Chiedere: "Quale funziona meglio per una persona ipovedente?"*

STRATEGIE DI DESIGN THINKING

AGGIORNATE - Pratiche chiave

5. **Lasciare che siano le comunità a guidare (DESIGN JUSTICE)**

Invece di chiedere alle comunità un feedback dopo aver progettato una soluzione, **Design Justice** mette loro al comando. Trasferisce il potere alle persone più colpite dalla sfida, in quanto:

- I membri della comunità guidano le sessioni di ideazione e prototipazione.
- I designer diventano **facilitatori**, non decisori.
- La responsabilità e il **vantaggio reciproco** sono fondamentali per il processo.

Applicazione pratica:

*Invita i lavoratori del settore alimentare o gli agricoltori a **co-condurre** uno sprint di progettazione. Lascia che siano loro a definire la sfida, mappare gli ostacoli e proporre soluzioni, con il supporto dei facilitatori, e non il contrario.*

6. **Progettare tenendo conto della natura (DESIGN CIRCOLARE E RIGENERATIVO)**

Il design circolare mantiene i materiali in uso. Il **design rigenerativo** va oltre: ripristina i sistemi naturali e costruisce una resilienza a lungo termine attraverso:

- **Strumenti circolari** che tracciano i rifiuti, il riutilizzo e i cicli di vita dei prodotti.
- Tecnologie come la **blockchain** o i **sensori IoT** che aiutano a monitorare l'impatto nel tempo.

Applicazione pratica:

*Utilizza una **griglia di brainstorming "Da rifiuto a risorsa"**. Prendi i "rifiuti" locali come il pane raffermo o i noccioli di oliva e immagina nuovi utilizzi (ad esempio, kit per crostini, biochar). Esplora i cicli naturali che ispirano soluzioni circolari.*



Le 5 fasi del Design Thinking

Sebbene non sia sempre un processo lineare, il design thinking si articola tipicamente in cinque fasi interconnesse:

1. **Empatia:** acquisire una comprensione profonda delle persone al centro della sfida. Queste potrebbero includere produttori locali, ristoratori, raccoglitori di rifiuti o consumatori. Quali sono le loro esigenze, frustrazioni, abitudini e opportunità?
2. **Definire:** chiarire la sfida chiave da affrontare, inquadrandola come un problema specifico e risolvibile. Ad esempio: come possiamo aiutare le piccole aziende alimentari a riutilizzare i loro scarti di frutta?
3. **Ideare:** fare brainstorming su una vasta gamma di idee, spingendosi oltre le soluzioni ovvie. È qui che fiorisce la creatività, spesso stimolata dalla collaborazione intersettoriale e senza giudizi.
4. **Prototipo:** sviluppare modelli iniziali a basso costo della soluzione proposta, come una nuova voce di menu che utilizza i prodotti in eccedenza.
5. **Testare:** condividere il prototipo con utenti reali (ad esempio, clienti di bar, studenti di istituti professionali, personale di cucina) e raccogliere feedback. Modificare e migliorare l'idea in base a ciò che funziona e ciò che non funziona.



CHI PUÒ UTILIZZARE IL DESIGN THINKING?

Il Design Thinking è accessibile e adattabile a una vasta gamma di soggetti interessati, tra cui:

- **Educatori e formatori**

- Utilizzatelo per insegnare la sostenibilità, l'imprenditorialità e l'azione comunitaria attraverso l'apprendimento esperienziale.
- Consentono a studenti o discenti adulti di guidare iniziative o campagne locali basate su sfide identificate in materia di rifiuti.

- **Aziende alimentari e produttori**

- Applicatelo per esplorare nuovi prodotti derivati da sottoprodotti o eccedenze (ad esempio succhi da mele ammaccate, salse da scarti vegetali).
- Migliorate le pratiche operative per ridurre i rifiuti nelle cucine, nelle linee di lavorazione o nelle catene di approvvigionamento.

- **Fornitori di servizi di ristorazione (caffè, ristoranti, catering, mense)**

- Utilizzarlo per coinvolgere il personale nell'identificazione di miglioramenti dell'efficienza, pratiche di riduzione dei rifiuti o strumenti di coinvolgimento dei clienti.
- Co-crea modifiche al menu, sistemi di controllo delle porzioni o approcci di monitoraggio degli sprechi.

- **Leader della comunità e autorità locali**

- Facilitare processi partecipativi di pianificazione e ricerca di soluzioni che coinvolgano le voci locali.
- Collegare le questioni relative ai rifiuti con l'innovazione sociale, l'occupazione e gli obiettivi ambientali.

Utilizzando il Design Thinking come processo condiviso, tutti questi gruppi possono **collaborare oltre i confini tradizionali**, sbloccando soluzioni regionali di economia circolare (creando comunità circolari) che sono sia concrete che innovative.

Perché il Design Thinking è importante in Waste 2 Worth

Al centro di *Waste 2 Worth* c'è la convinzione che i rifiuti non siano solo una questione tecnica, ma un **problema sistemico**, influenzato da abitudini, politiche, cultura, economia e valori. Il Design Thinking aiuta a:

- Mettere al centro l'esperienza e le conoscenze locali nella creazione di soluzioni
- Incoraggiare la **collaborazione intersettoriale** che abbatte i silos
- Stimolare **idee creative** con un impatto reale
- Costruire fiducia nella **co-creazione e nella sperimentazione**



Che tu sia un formatore che guida un gruppo di studenti, un imprenditore del settore alimentare che cerca di innovare in modo sostenibile o un organizzatore locale che riunisce la tua comunità, questo quadro ti supporta nel **passaggio dalla consapevolezza all'azione**.

03

FACILITARE UN WORKSHOP DT



FACILITARE UN WORKSHOP

Chi dovrebbe condurre un workshop di Design Thinking?

Il facilitatore è la persona responsabile dell'organizzazione e della conduzione di un workshop di Design Thinking. Questo ruolo può essere ricoperto da un facilitatore interno all'azienda o da un facilitatore esterno o freelance che guida i membri del team verso un obiettivo comune attraverso il processo di Design Thinking.

Le competenze chiave di facilitazione includono:

- Capacità organizzative
- Empatia e comprensione
- Assertività
- Capacità di comunicazione precise e coinvolgenti

Fondamentalmente, il facilitatore dovrebbe essere in grado di spiegare chiaramente al gruppo l'importanza di seguire il processo, fornire un quadro chiaro di ciò che i membri del team possono aspettarsi durante il workshop ed essere in grado di delineare i risultati che il workshop produrrà.

Un workshop che promuove la **collaborazione incrociata tra team** e che coinvolge individui con una vasta gamma di specializzazioni porterà i risultati più innovativi ed efficaci a un workshop di Design Thinking. Questo perché apre una sfida a una gamma più diversificata di esperienze, competenze e conoscenze.

Ti consigliamo di guardare questo video per alcuni approfondimenti e suggerimenti!



[Come diventare un ottimo facilitatore - Le 8 competenze di facilitazione necessarie \(con consigli per migliorarle\)](#)

PREPARAZIONE DEL WORKSHOP

1. Reclutamento dei partecipanti al workshop

Il reclutamento dei partecipanti al workshop è un passo fondamentale per garantire che nel processo di Design Thinking siano rappresentate voci e prospettive diverse. Le linee guida per identificare, coinvolgere e preparare i partecipanti idonei sono fornite in un documento separato, la guida alla [metodologia di reclutamento](#).

2. Definire la sfida

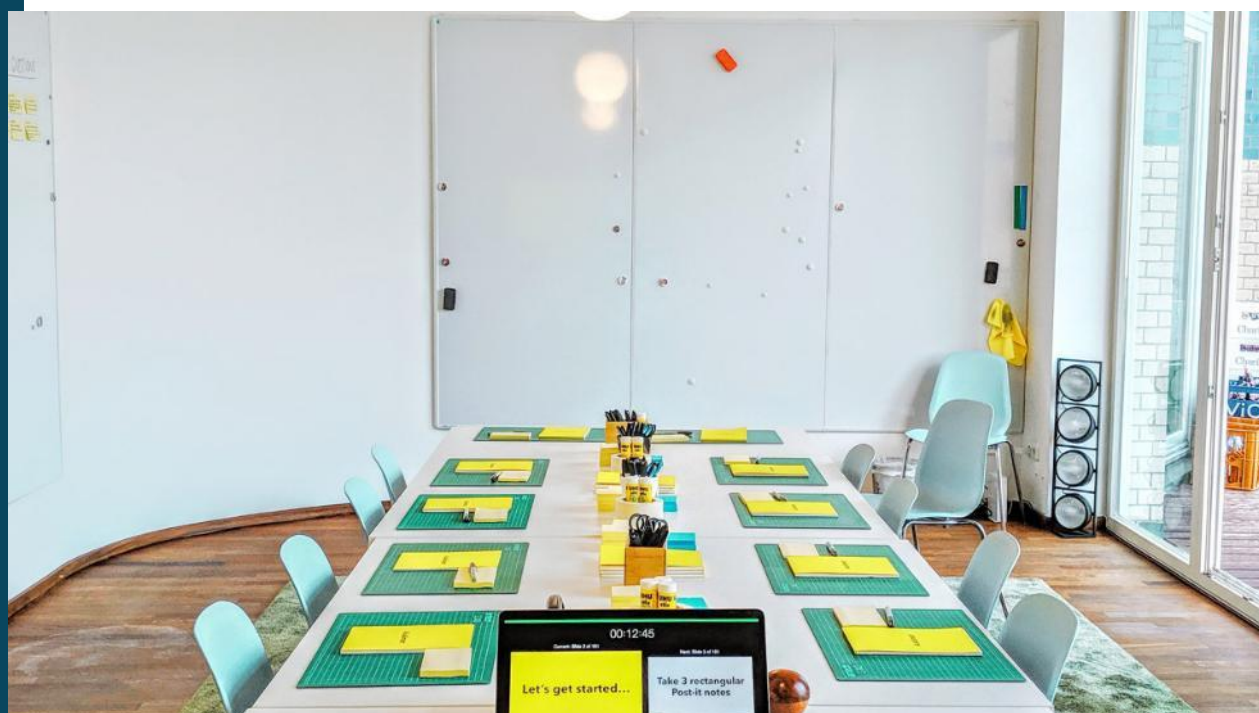
Qual è l'obiettivo del vostro workshop? Si tratta di scoprire nuove opportunità per il riutilizzo degli scarti alimentari, affrontare una questione specifica come gli scarti alimentari dei bar o migliorare un prodotto o un processo all'interno delle attività di una PMI? Qualunque sia l'obiettivo, definire in anticipo la sfida aiuta a garantire che tutti partano dallo stesso punto. Formulare la sfida sotto forma di domanda o affermazione chiara e concisa rende più facile fare riferimento ad essa durante tutto il processo.

Ad esempio: *"Come possiamo creare una comunità alimentare più circolare?"*

3. Prepare la location

Per i workshop in presenza, la location che sceglierete avrà un ruolo significativo nel loro successo. Per far sì che i partecipanti siano rilassati, a loro agio e liberi di essere creativi, tenete presente la seguente checklist mentre selezionate e preparate la location del vostro workshop:

- Sedute comode
- Buona illuminazione (preferibilmente naturale)
- Spazio per muoversi liberamente
- Spazio per presentazioni e archiviazione
- Snack e bevande disponibili
- Spazio disponibile sulle pareti e lavagne bianche



PREPARAZIONE DEL WORKSHOP

4. Scrivi il programma del workshop

L'importanza di scrivere un buon programma del workshop non deve mai essere sottovalutata. Mentre lo redigi, concentrati sui risultati da ottenere piuttosto che concentrarti eccessivamente sulla creazione di una prescrizione per ogni momento della giornata. Assicurati di includere molte attività, sii realistico nella pianificazione del tempo e concedi ampio spazio alle pause, alla spontaneità, alla discussione libera e alla creatività.

Probabilmente vorrete dedicare circa un'ora a ciascuna sezione del workshop, con uno spazio generoso dedicato alla riflessione e al debriefing al termine delle attività. Consultate il calendario suggerito di seguito.

5. Raccogli i tuoi strumenti

Per garantire la massima creatività, tornerai alle basi per il tuo workshop di Design Thinking. Ti consigliamo di fare scorta di:

- Carta bianca per fotocopie,
- Carta colorata e foglietti adesivi (post-it),
- Matite e pennarelli,
- Nastro adesivo,
- Lavagne bianche o grandi lavagne a fogli mobili.
- Materiale per la costruzione di prototipi (Lego, Play-Doh, cartoncino, graffette, forbici, ecc.)

È utile anche avere un computer portatile e un proiettore per gli strumenti della lavagna digitale. Questi consentono aggiornamenti in tempo reale durante il brainstorming.



MIGLIORI PRATICHE PER I WORKSHOP DI DT

Utilizzate questi principi guida durante tutto il workshop per garantire che i partecipanti rimangano concentrati, inclusivi e allineati con gli obiettivi dell'innovazione circolare e della collaborazione comunitaria.

1. Mantenete la comunità (gli utenti) al centro

Nei workshop W2W, "l'utente" non è solo un concetto teorico, ma un vero agricoltore, un'azienda alimentare, uno studente o una famiglia che ogni giorno deve affrontare le sfide legate ai rifiuti.

Incoraggiate i team a rivedere continuamente le loro mappe di empatia, i profili e le storie degli utenti durante tutto il processo.

Stimola i team con domande come:

- Questa soluzione funzionerebbe per Aoife, il personaggio del gestore del bar?
- Cosa ne penserebbe lo chef della scuola di questa idea?

Utilizza:

- Mappe del flusso dei rifiuti
- Appunti delle interviste empatiche
- Casi di studio reali a livello regionale tratti dalle risorse W2W

Per ancorare le idee alla realtà locale, non alle supposizioni.

2. La collaborazione intersettoriale è imprescindibile

W2W mira a costruire soluzioni circolari attraverso la collaborazione. È essenziale che i gruppi di lavoro mescolino prospettive diverse: educatori, produttori alimentari, giovani, PMI, ecc.

L'innovazione nasce quando partner insoliti condividono le loro intuizioni.

Incoraggiare:

- La rotazione dei team tra le fasi
- Assegnazione di ruoli collaborativi (ad esempio "esperto di sistemi locali", "sfidante creativo", "verificatore di fattibilità")
- Ascolto rispettoso e sviluppo di idee

Ricordare ai partecipanti: "Le migliori idee circolari sono quelle che nessun gruppo potrebbe creare da solo".

3. Pensare oltre il workshop: progettare per un cambiamento culturale

Sebbene il workshop DT sia un ottimo punto di partenza, il vero impatto si ottiene quando il pensiero circolare diventa parte integrante della pratica quotidiana nelle comunità locali e nei sistemi alimentari.

Posizionate il workshop come:

- Un punto di partenza per l'azione
- Un modo per gettare le basi di un cambiamento sistemico
- Uno spazio per testare idee che potrebbero trasformarsi in progetti pilota, partnership o progetti finanziati

Incoraggiate lo slancio post-workshop con:

- Fogli di pianificazione delle azioni
- Vetrina dei prototipi
- Sessioni di follow-up o feedback loop della comunità

Condividi questa mentalità: ***"Il Design Thinking non è solo un metodo, è una mentalità per il cambiamento circolare"***.

FACILITAZIONE DEL WORKSHOP

Facilitare un workshop di Design Thinking, sia esso in presenza, a distanza o ibrido, comporta opportunità e sfide specifiche. Tuttavia, con la giusta preparazione, ogni formato può avere lo stesso impatto. Per supportarti, abbiamo raccolto consigli pratici, strumenti consigliati e strategie di facilitazione che ti aiuteranno a mantenere i partecipanti connessi, creativi e pienamente coinvolti durante tutto il workshop W2W.

➤ **Workshop di persona**

Le sessioni di persona creano opportunità naturali di collaborazione, energia e creatività. Utilizza strumenti fisici (post-it, lavagne, oggetti di scena) per stimolare il coinvolgimento e favorire un dialogo aperto attraverso attività di gruppo e movimento nello spazio.

➤ **Workshop a distanza**

Le sessioni a distanza richiedono un'attenta pianificazione per mantenere il coinvolgimento dei partecipanti. Scegli strumenti digitali intuitivi, suddividi i contenuti in segmenti più brevi e utilizza funzioni interattive come sondaggi o breakout room per mantenere l'energia e la partecipazione.

➤ **Workshop ibridi**

Le sessioni ibride combinano il meglio dei due mondi, ma richiedono un coordinamento supplementare. Bilancia l'esperienza in modo che i partecipanti a distanza si sentano ugualmente coinvolti, utilizza piattaforme digitali condivise per la collaborazione e assicurati che i facilitatori colmino attivamente il divario tra i partecipanti online e quelli in sala.

Migliori pratiche per workshop ibridi o a distanza sul Design Thinking

Per garantire che il vostro workshop di Design Thinking sulla collaborazione regionale a distanza si svolga nel modo più fluido possibile, è importante tenere a mente le seguenti best practice.

- 1. Preparatevi:** create un programma solido e fate una prova prima del giorno del workshop per verificare che i tempi siano perfetti. Concedetevi sempre un po' di tempo in più per i workshop a distanza; vi garantiamo che ne avrete bisogno! Consultate questa [guida per creare il programma perfetto per il vostro workshop](#).
- 2. Acquisite familiarità con gli strumenti:** assicuratevi di avere dimestichezza con gli strumenti di facilitazione digitale prima del workshop stesso. È anche una buona idea inviare un elenco degli strumenti che utilizzerete ai partecipanti prima della sessione, in modo che possano creare gli account di accesso (se necessario) e abituarsi al loro funzionamento.
- 3. Evita workshop di un'intera giornata:** mentre un workshop di un giorno in presenza può essere intervallato da interazioni, pause snack e risate, può essere molto più difficile mantenere alto il livello di energia di un gruppo per un'intera giornata se alcune persone sono online. Cerca invece di mantenere il tuo workshop digitale più breve rispetto alla versione in presenza e valuta la possibilità di organizzarlo in due giorni se c'è troppo da fare in poche ore.





STRUMENTI PER IL WORKSHOP

Gli strumenti digitali che utilizzerete faranno la differenza per il successo del vostro workshop di Design Thinking digitale. Ecco un elenco di alcuni strumenti. Per l'elenco completo degli strumenti digitali che facilitano i workshop, consultate questa [guida agli strumenti di facilitazione digitale per workshop e riunioni online](#).

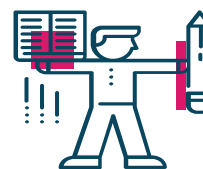


Videoconferenze gratuite (per workshop ibridi o online)

- Zoom
- [MS Teams](#)
- [Google Meet](#)

App per prendere appunti (utili in tutte le fasi)

- [Evernote](#)
- [OneNote](#)
- Notion

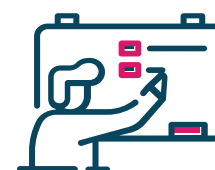


Strumenti di pianificazione (utili in tutte le fasi)

- [SessionLab](#)
- [Google Sheets](#)

Lavagne online (utili nelle prime 3 fasi)

- Mural
- [Miro](#)
- [Figjam](#)



Strumenti di prototipazione (utili nella fase 4th)

- [Marvel](#)
- [Canva](#)

ORARIO

Programma suggerito per il workshop di un'intera giornata (flessibile)

Totale: 6-7 ore comprese le pause

Fase	Attività	Tempo consigliato
Benvenuto e inquadramento	Introduzione, obiettivi, attività rompighiaccio	30 min
Empatia	Mappatura degli stakeholder, interviste, mappe di empatia	60-75 min
Definire	Raggruppamento delle intuizioni, POV, dichiarazioni HMW	45-60 min
Pausa	Pranzo / Caffè / Riflessione	15-30 min
Ideazione	Brainstorming, tecniche creative, selezione	60 min
Prototipo	Schizzi, storyboard, modelli a bassa fedeltà	60-75 min
Test	Presentazioni, feedback, riflessione	45-60 min
Conclusione	Pianificazione delle azioni, passi successivi, riflessione di gruppo	30 min

Varianti opzionali:

- **Versione di mezza giornata:** eseguire solo fino alla prototipazione, con test come follow-up
- **Versione di più giorni:** distribuire le fasi su 2-3 sessioni per un coinvolgimento più profondo
- **Versione online:** suddividere in blocchi di 90 minuti su 2-3 giorni, utilizzando strumenti digitali

04

LA FASE DELL'EMPATIA



FACILITARE LA FASE DI EMPATIA

La fase dell'empatia è alla base dell'intero processo di design thinking. In questa fase, i partecipanti cercano di comprendere a fondo le esperienze, le sfide, le esigenze e le motivazioni delle persone o delle aziende che sono direttamente interessate o che vivono in prima persona il problema dello spreco alimentare.

Per Waste 2 Worth, ciò significa imparare da:

- Agricoltori e produttori che generano sottoprodotti alimentari
- Fornitori di servizi di ristorazione che gestiscono gli scarti di cucina o di tavola
- Consumatori e famiglie che gettano via cibo commestibile
- Raccoglitori di rifiuti, compostatori o iniziative comunitarie di riutilizzo
- Studenti, insegnanti o ONG che già si occupano dello spreco alimentare

Mettendosi nei loro panni, i partecipanti instaurano un **legame umano con il problema**, che porta a soluzioni più pertinenti, compassionevoli e innovative nel corso del workshop.

Obiettivi della fase di empatia

I partecipanti dovrebbero:

- Comprendere la realtà quotidiana dello spreco alimentare nello scenario scelto o per il **personaggio** assegnato
- Identificare i punti critici emotivi, pratici e sistemici
- Mettere in discussione i preconetti e scoprire i bisogni nascosti
- Individuare opportunità di intervento o miglioramento



Una **persona** è una rappresentazione fittizia ma realistica di un utente o di uno stakeholder basata su informazioni reali raccolte durante la fase di empatia. Cattura il loro background, i loro obiettivi, le loro esigenze, i loro comportamenti e le loro frustrazioni, aiutando i team a progettare soluzioni dal punto di vista dell'utente.

Esempio:

Aoife è la responsabile della cucina di un bar. Si preoccupa di servire cibo sano, ma ha difficoltà a gestire gli ordini eccessivi e i vincoli di tempo, il che porta a uno spreco settimanale di verdure.

METODI E ATTIVITÀ DELLA FASE DI EMPATIA

Ecco alcuni strumenti ed esercizi suggeriti per guidare i partecipanti attraverso questa fase:

1. Interviste sulle storie di sprechi (30-40 min)

Invita i partecipanti a **intervistarsi a vicenda o a intervistare un vero stakeholder** in merito al loro problema o alla loro esperienza con lo spreco alimentare.

Istruzioni:

- Chiedete ai partecipanti di lavorare in coppia. Una persona sarà l'*intervistatore*, l'altra il *narratore*.
- Utilizzate un foglio con domande preparate (ad esempio: "Raccontami dell'ultima volta che hai dovuto affrontare il problema dello spreco alimentare" / "Cosa ti frustra di più dello spreco nella tua attività?" / "Con quale frequenza si verifica?").
- Concentratevi sull'**ascolto, non sulla risoluzione dei problemi**.

Suggerimenti:

- Annotate le intuizioni chiave su mappe empatiche o post-it.
- Se il tempo lo consente, fai ruotare le coppie.

2. Creazione della mappa dell'empatia (20-30 min)

Utilizza un **modello di mappa dell'empatia** per catturare ciò che un utente o uno stakeholder dice, pensa, fa e prova. [Esempi di modelli MIRO](#) o [modello Waste 2 Worth](#)

Chi potrebbero mappare?

- Il proprietario di una piccola attività di ristorazione (caffetteria/ristorante)
- Una piccola azienda di produzione alimentare (panificio/produttore di salse, ecc.)
- Un frutticoltore durante la stagione del raccolto

Istruzioni

- Piccoli gruppi scelgono o vengono assegnati a un personaggio utente.
- Sulla base delle storie raccolte durante le interviste, delle osservazioni o dei contributi degli stakeholder, compilare la mappa dell'empatia.
- Concentratevi su **esempi realistici e locali**, non su idee astratte.

3. Waste Walk (facoltativo) (15-20 min)

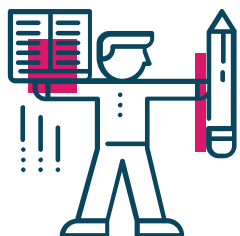
Se il tempo e il luogo lo consentono, accompagnate i partecipanti in una breve passeggiata intorno all'azienda in questione o al sito alimentare locale.

Obiettivo: osservare e documentare dove sono visibili i rifiuti (bidoni, cucine, avanzi di cibo, segnaletica, ecc.).

Attività:

- Utilizzate telefoni o blocchi note per documentare ciò che vedete.
- Consentite domande e risposte per approfondire l'empatia. Cosa viene sprecato? Perché? Chi è coinvolto?
- Chiedete ai partecipanti di riflettere su: *Cosa mi ha sorpreso? Cosa capisco meglio ora?*

FASE DI EMPATIA



Materiali necessari

- Modelli di mappa dell'empatia (cartacei o digitali)
- Fogli con domande per le interviste
- Penne, pennarelli, post-it
- Registratori audio o fogli per appunti (se i partecipanti desiderano documentare le interviste)
- Opzionale: personaggi stampati, profili degli stakeholder locali o casi di studio della comunità

Suggerimenti per il facilitatore

- Incoraggiare i partecipanti a **porre domande aperte**: "Perché?" "Puoi dirmi di più?"
- Ricordate loro di **sospendere il giudizio**: ascoltate per capire, non per risolvere.
- Lasciate spazio alle **emozioni**: frustrazione, orgoglio, senso di colpa o confusione sono tutte reazioni valide allo spreco.
- **Riflettete insieme** prima di andare avanti: "Quali modelli o esigenze abbiamo notato?"

Risultato atteso

Al termine della fase di empatia, i partecipanti dovrebbero avere:

- Un **quadro chiaro di uno o più stakeholder reali alla ricerca di soluzioni**
- Una comprensione condivisa dei **bisogni e dei comportamenti umani** legati allo spreco alimentare
- Una serie di **temi, citazioni o osservazioni** che guideranno la fase successiva: **Definire**



05

LA FASE DI DEFINIZIONE



FACILITARE LA FASE DI DEFINIZIONE

Dopo aver ascoltato attentamente nella **fase di empatia**, i partecipanti entrano ora nella **fase di definizione**, in cui iniziano a **dare un senso a ciò che hanno appreso**. Questa fase consiste nel **sintetizzare le intuizioni** e trasformarle in una dichiarazione chiara e attuabile.

Per *Waste 2 Worth*, questo significa:

Aiutiamo i partecipanti al workshop che arrivano con problemi generici e familiari, come "lo spreco alimentare nei ristoranti" o "gli agricoltori che buttano via i prodotti in eccedenza". Sebbene si tratti di preoccupazioni valide, sono troppo generiche per stimolare soluzioni mirate e attuabili. Ecco perché la fase di definizione si concentra sulla **riformulazione** di questi argomenti generici in **dichiarazioni di sfida** specifiche e incentrate sull'uomo che guidano il resto del processo di design thinking.

Prendiamo l'esempio: Problema generico: *"Spreco alimentare nei ristoranti"*

Questa affermazione ha una portata troppo ampia. Non chiarisce:

- Chi è specificamente interessato?
- Qual è il tipo di spreco più rilevante?
- Perché si verifica lo spreco?
- Dove sono i vincoli o le opportunità?

Consideriamo ora una **versione riformulata**:

"Come possiamo aiutare i piccoli bar a ridurre gli scarti di preparazione senza compromettere la qualità del cibo?"

Perché è importante

Un **problema ben definito** è il ponte tra la comprensione della questione (fase di empatia) e l'immaginazione delle soluzioni (fase di ideazione). Se inquadrato con attenzione, esso:

- Mantiene l'**attenzione sulle reali esigenze degli utenti**, non sulle supposizioni
- Aiuta i partecipanti al workshop **a evitare di saltare a soluzioni generiche o poco pratiche**
- Incoraggia il **brainstorming collaborativo** fornendo a tutti una domanda condivisa
- Rende più facile **prototipare e testare** le idee in un secondo momento, poiché la soluzione è legata a una sfida specifica basata sugli utenti

Nei workshop regionali *Waste 2 Worth*, l'utilizzo di questo approccio dovrebbe garantire che il problema ben definito sia **radicato nella realtà locale**, si concentri sui **bisogni umani** e apra le porte al **pensiero creativo** nella fase successiva.



Una dichiarazione di sfida, nota anche come domanda "Come potremmo...", è una domanda concisa e aperta che definisce chiaramente il problema che si sta cercando di risolvere. Si basa sulle esigenze degli utenti ed è progettata per stimolare idee creative nella fase successiva.

Esempio:

Come potremmo aiutare il personale della cucina del bar a ridurre lo spreco di alimenti freschi senza aumentare il loro carico di lavoro?



Obiettivi della fase di definizione

I partecipanti dovrebbero:

- Analizzare ciò che hanno appreso dalle interviste, dalle mappe di empatia o dalle osservazioni
- Identificare **modelli** fondamentali, **frustrazioni** e **opportunità**
- Elaborare **una descrizione del problema mirata e incentrata sull'utente** (nella forma "Come potremmo...")
- Allineare il gruppo attorno a una **sfida di progettazione comune**

DEFINIRE I METODI E LE ATTIVITÀ DELLA FASE

Di seguito sono riportati alcuni strumenti ed esercizi suggeriti per guidare i partecipanti attraverso questa fase:

1. Raggruppamento delle intuizioni (20-30 min)

I partecipanti raggruppano i loro appunti o citazioni della fase Empatia in temi.

Istruzioni:

- Su una parete, un tavolo o una lavagna bianca, posizionare tutti i post-it o le citazioni chiave
- Raggruppare le osservazioni simili (ad esempio "Il personale butta via il cibo a causa della confusione sulle porzioni")
- Etichettare i temi emergenti: "Comunicazione", "Lacune nelle politiche", "Mancanza di strumenti", ecc.

Suggerimenti

- Incoraggiare la collaborazione: tutti dovrebbero contribuire a raggruppare e denominare i modelli
- Scattare foto delle lavagne raggruppate per riferimento futuro.

2. Sei cappelli pensanti (15-20 min)

Questa attività aiuta a esplorare la sfida da più prospettive

Assegnate ai partecipanti un "cappello" (fatti, emozioni, cautela, ottimismo, creatività e processo) e chiedete loro di alternarsi nell'uso di queste lenti durante la discussione dell'argomento.

Attività:

- Stabilite l'obiettivo: condividete la bozza della sfida.
- Assegnate i cappelli: bianco = fatti, rosso = sentimenti, nero = rischi, giallo = benefici, verde = idee, blu = processo.
- Tempi: 2-3 minuti per cappello; il cappello blu mantiene il flusso e registra i risultati.
- Ruotare le lenti: l'intero gruppo utilizza un cappello alla volta per evitare discussioni.
- Sintetizzare: il cappello blu raggruppa i punti chiave e fa emergere tensioni/opportunità.
- Risultato: redigere una bozza di dichiarazione chiara che rifletta fatti, esigenze, rischi e opportunità.

3. Dichiarazioni "Come potremmo..." (HMW) (15-30 min)

Tradurre i punti di vista in **sfide di progettazione** aperte utilizzando il formato "Come potremmo...".

Perché utilizzare HMW?

Riformula il problema in modo da stimolare la creatività, evitare soluzioni premature ed essere sufficientemente specifico da guidare l'ideazione. Modello

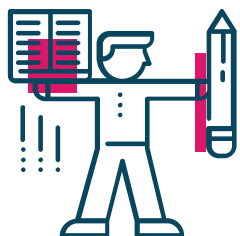
Esempi

- a) "Come potremmo aiutare i bar a trasformare gli scarti dei piatti in snack da asporto?"
- b) "Come potremmo aiutare le scuole a coinvolgere gli studenti nel monitoraggio degli sprechi alimentari?"

Istruzioni

- Ogni gruppo elabora 2-3 domande HMW
- Condividere e perfezionare con il facilitatore o il feedback dei colleghi
- Scegliere **una domanda chiave HMW** da portare avanti nella fase successiva

FASE DI DEFINIZIONE



Materiali necessari

- Post-it, pennarelli, penne
- Spazio su una parete o una lavagna per raggruppare le idee
- Modello per le affermazioni HMW (stampato o digitale) [Modelli di esempio](#)
- Opzionale: grandi mappe di empatia da esporre come riferimento

Suggerimenti per il facilitatore

- Fai attenzione al pregiudizio della soluzione: mantieni i partecipanti concentrati sul problema prima di passare alle soluzioni
- Incoraggiate la chiarezza e la concentrazione: le affermazioni HMW devono essere **specifiche, incentrate sull'utente e stimolanti**
- Aiutate i partecipanti a verificare le loro affermazioni chiedendo:
 - Questa domanda è abbastanza ampia da consentire idee creative?
 - È basata sulle esigenze reali che abbiamo ascoltato?

Risultato atteso

Al termine della fase di definizione, i partecipanti dovrebbero avere:

- Un problema chiaramente articolato che sia:
 - Centrato sull'utente
 - Radicato a livello locale
 - Inquadrato come un'opportunità
- Una domanda condivisa del tipo "Come potremmo..." che guidi il loro brainstorming nella fase di ideazione



06

LA FASE DI IDEAZIONE



FACILITARE LA FASE DI IDEAZIONE

Dopo aver compreso le reali esigenze degli utenti (Empatia) e aver definito una sfida chiara e mirata (Definizione), i partecipanti sono pronti a generare idee audaci e pratiche. **La fase di ideazione** invita a un pensiero creativo e libero per esplorare ciò che potrebbe essere possibile, senza giudizi, paura di fallire o limiti pratici.

Per *Waste 2 Worth*, questa fase è quella in cui la possibilità incontra la praticità:

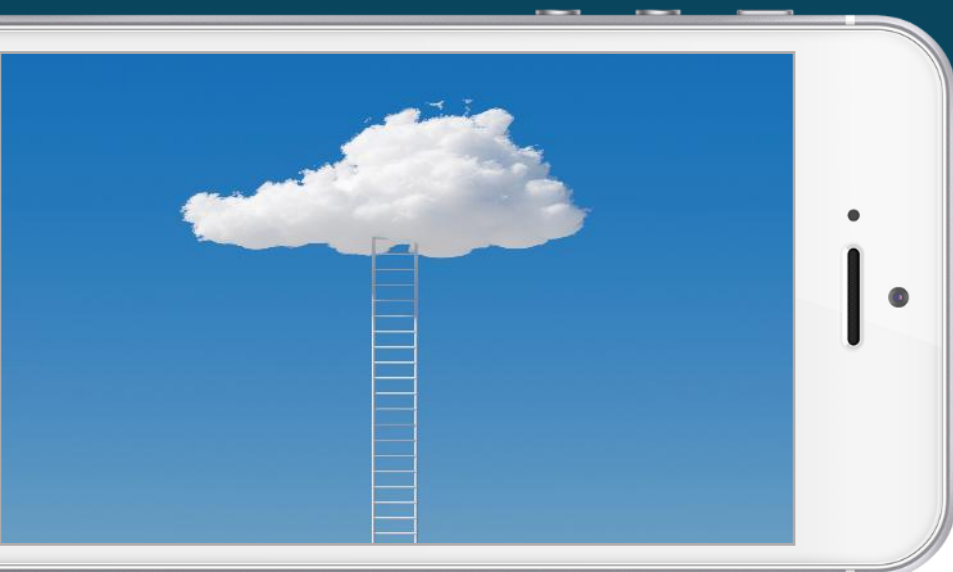
Questa fase aiuta a **colmare il divario tra consapevolezza e azione**, consentendo alle parti interessate di diventare risolutori di problemi piuttosto che osservatori passivi. È anche la fase in cui la collaborazione intersettoriale inizia a dare i suoi frutti, poiché educatori, produttori, aziende alimentari, studenti e responsabili politici si basano sulle reciproche esperienze per generare idee.

Attraverso l'ideazione, i workshop hanno il potenziale per sbloccare **soluzioni guidate dalla comunità** che siano rilevanti, fattibili e potenzialmente scalabili. L'energia creata durante questa fase potrebbe dare slancio a progetti pilota, partnership o richieste di sovvenzioni che continuano anche dopo la fine del workshop.

Obiettivi della fase di ideazione

I partecipanti dovrebbero:

- Generare un'ampia gamma di idee possibili, da quelle pratiche a quelle fantasiose
- Mettere in discussione **i preconconcetti** e pensare oltre l'ovvio
- Sviluppare le idee degli altri attraverso la collaborazione
- Identificare soluzioni promettenti da prototipare nella fase successiva



I preconconcetti sono convinzioni o idee che accettiamo come vere senza prove, spesso inconsciamente. Questi presupposti possono influenzare il modo in cui definiamo un problema, generiamo idee e valutiamo soluzioni, a volte in modo limitante.

Identificando e mettendo in discussione i nostri preconconcetti, apriamo la porta a:

- Nuove prospettive
- Idee inclusive e incentrate sull'utente
- Innovazioni dirompenti
- Soluzioni più adeguate

METODI E ATTIVITÀ DELLA FASE DI IDEAZIONE

Di seguito sono riportati alcuni strumenti ed esercizi suggeriti per guidare i partecipanti in questa fase:

1. Brainstorming rapido (pensiero divergente) (15-20 min)

Una sessione veloce per generare il maggior numero possibile di idee, senza giudicarle o valutarle.

Istruzioni:

- Imposta un timer (ad esempio 10 minuti)
- Ogni team scrive 1 idea per ogni post-it o scheda digitale
- Quantità piuttosto che qualità: mirare a più di 20 idee
- Incoraggiate le "idee folli": a volte quelle irrealistiche portano a scoperte rivoluzionarie.

Suggerimenti:

- Utilizza la dichiarazione HMW del gruppo come punto di riferimento
- Create un ambiente "Sì, e..." — evitate di dire "Non funzionerà"

2. Brainwriting (10-15 min)

Un esercizio individuale e tranquillo che aiuta i partecipanti più silenziosi a contribuire in modo equo. Può portare alla creazione collaborativa di idee senza pensieri di gruppo o interruzioni.

Istruzioni:

- Ogni persona scrive in silenzio 3-5 idee su un foglio o un modello
- Dopo 5 minuti, passa il foglio a un'altra persona, che aggiunge o sviluppa le idee
- Continuare per 2-3 turni.

3. Tecnica SCAMPER (15-25 min)

Utilizza questo metodo strutturato per sviluppare ulteriormente le idee esistenti o remixare sistemi noti.

SCAMPER → [Modello MIRO](#)

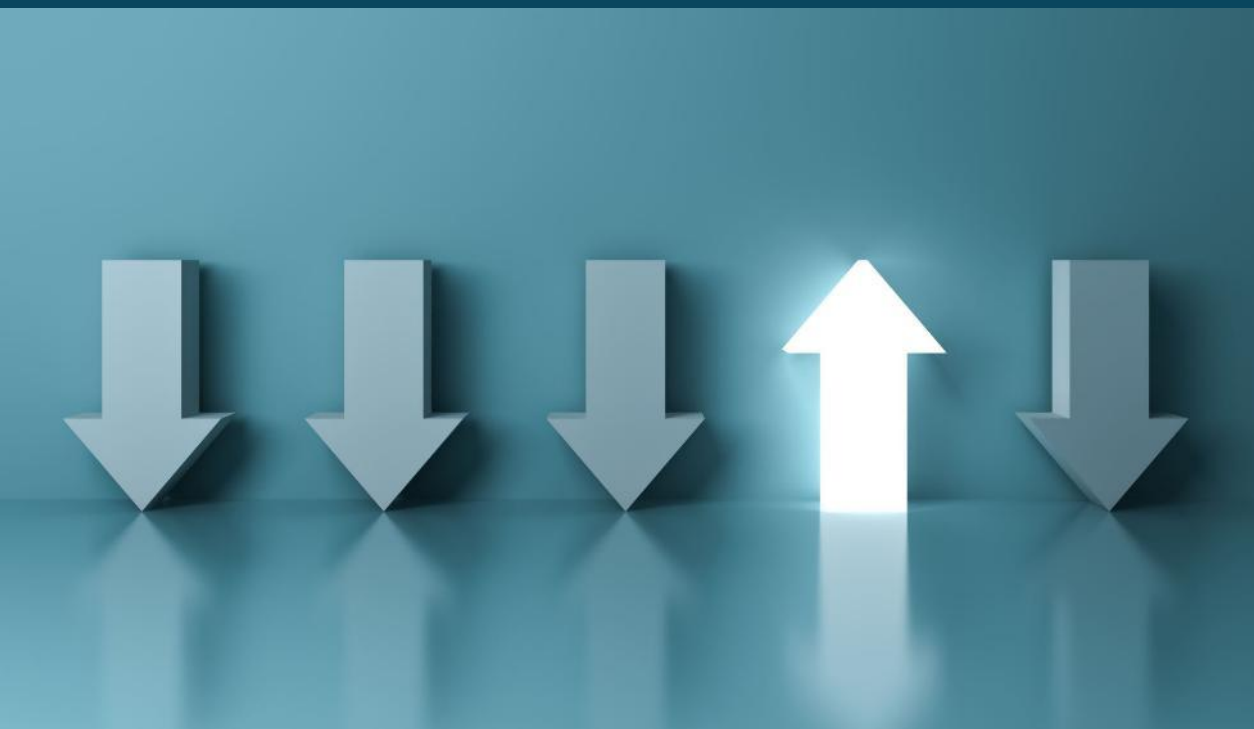
- Sostituire
- Combina
- Adattare
- Modifica
- Utilizzare per un altro scopo
- Eliminare
- Invertire

Istruzioni:

- Prendi un'idea esistente (ad esempio, trasformare le bucce di mela in tè)
- Applicare i suggerimenti SCAMPER per trasformarla o evolverla
- Ideale per perfezionare alcune idee selezionate



[Fai brainstorming insieme a S.C.A.M.P.E.R.](#)



4. Ordinamento e raggruppamento delle idee (pensiero convergente) (15-20 min)

Dopo aver generato molte idee, aiutate i partecipanti a **raggrupparle** e a stabilirne la priorità.

Istruzioni:

- Raggruppa le idee simili in categorie (ad esempio, idee di prodotto, progetti comunitari, campagne di sensibilizzazione).
- Utilizza il voto a punti o il voto con adesivi per selezionare le 2-3 idee migliori per ogni gruppo
- Scegliete un'idea principale da sviluppare ulteriormente nella fase di prototipazione

Criteri da considerare:

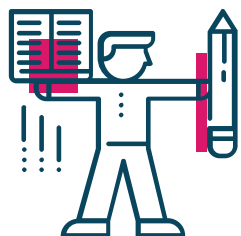
- Rilevanza rispetto alla sfida originale
- Potenziale impatto
- Fattibilità con le risorse disponibili
- Entusiasmo/coinvolgimento

SUGGERIMENTO:

Prova questo spunto per il workshop: "Quali ipotesi stiamo formulando su questo problema, utente o sistema?"

"Cosa succederebbe se fosse vero il contrario?"

FASE DI IDEAZIONE



Materiali necessari

- Post-it, penne, puntini adesivi o pennarelli
- Foglio di lavoro SCAMPER (facoltativo) [Modello](#)
- Grande parete o lavagna digitale (Miro, Jamboard, lavagna a fogli mobili)
- Timer, musica (per dare energia!), fogli per registrare le idee

Consigli per il facilitatore

- Mantieni alta l'energia: questa è la parte più creativa del processo
- Ricordate ai partecipanti **di non giudicare le idee troppo presto**
- Incoraggiate i partecipanti a sviluppare le idee degli altri con frasi come: "Sì, e..."
- Catturate tutte le idee in modo visibile: su pareti, lavagne a fogli mobili o lavagne digitali
- Ribadite che **l'innovazione spesso nasce da combinazioni improbabili**

Risultato atteso

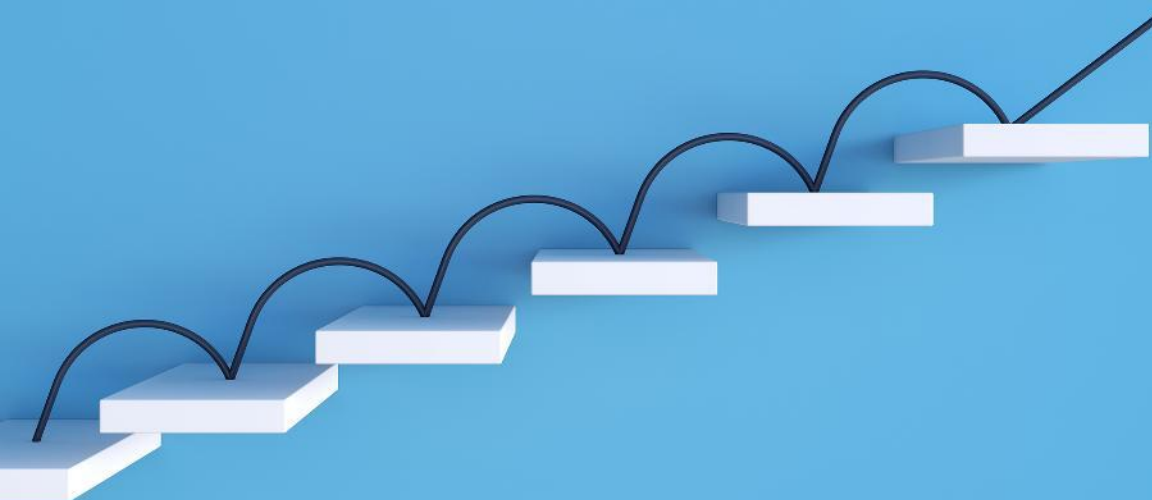
Al termine della fase di ideazione, i partecipanti dovrebbero avere:

- Una **serie diversificata di possibili soluzioni** alla loro sfida
- 1-2 idee principali che sono entusiasti di prototipare e testare
- Una chiara rappresentazione visiva del loro pensiero (pareti adesive, lavagne digitali, mappe concettuali)



07

LA FASE PROTOTIPALE



FACILITARE LA FASE DI PROTOTIPAZIONE

Una volta che i partecipanti hanno selezionato un'idea promettente durante la **fase di ideazione**, è il momento di darle vita, in modo rapido e semplice. La **fase di prototipazione consiste nel trasformare concetti astratti in modelli fisici o visivi** che possono essere testati, migliorati o anche messi in discussione.

Per Waste 2 Worth, questa fase è quella in cui costruiamo per pensare e imparare facendo:

I prototipi non devono essere perfetti. Anzi, i migliori sono quelli approssimativi, rapidi e a basso costo. Ciò che conta è che il prototipo aiuti a comunicare chiaramente l'idea, inviti a fornire feedback e consenta ai team di vedere cosa funziona e cosa no.

In Waste 2 Worth, questo potrebbe significare abbozzare una nuova app per lo spreco alimentare, costruire un modello di un servizio di compostaggio, progettare un nuovo menu con cibo riutilizzato o scrivere una breve campagna video per ridurre gli sprechi nelle mense scolastiche/sale da pranzo degli hotel.

Obiettivi della fase di prototipazione

I partecipanti dovrebbero:

- Tradurre la loro idea in qualcosa di visibile e concreto
- Riflettere sui dettagli e sull'esperienza dell'utente
- Preparare una versione che possa essere condivisa con altri per ottenere un feedback
- Iniziare a individuare difetti, lacune o potenzialità nel proprio concetto



Per Waste 2 Worth, la **fase di prototipazione** dà vita a **soluzioni circolari**, anche se solo sulla carta o in teoria. Consente agli attori regionali di:

- **Visualizzare** come potrebbe funzionare un nuovo sistema di compostaggio, un servizio di recupero alimentare o una campagna di sensibilizzazione
- Individuare tempestivamente **lacune di progettazione** o problemi pratici
- Invitare altri stakeholder a fornire il **proprio contributo**, rendendo le soluzioni più collaborative e realistiche
- Acquisire fiducia **nell'agire**, non solo nel parlare di sostenibilità

Anche se un prototipo non diventa mai un prodotto finale, spesso porta a versioni migliori dell'idea e mostra ai partecipanti che possono passare **dall'intuizione all'impatto** utilizzando la propria creatività.

METODI E ATTIVITÀ DELLA FASE PROTOTIPALE

Ecco alcuni esercizi per guidare i partecipanti attraverso questa fase:

1. Prototipi a bassa fedeltà (30-45 min)

Iniziate con versioni semplici e veloci dell'idea che possono essere realizzate con materiali di uso quotidiano o strumenti di base.

I tipi di prototipi a bassa fedeltà includono:

- Schizzi o storyboard (ad esempio, per un'app, uno strumento didattico, una mappa del flusso dei rifiuti o un processo di servizio)
- Giochi di ruolo o scenette (ad esempio, una scena in un ristorante o in una stazione di compostaggio)
- Modelli di carta (ad esempio imballaggi per prodotti in eccedenza, segnaletica per i contenitori dei rifiuti)
- Poster, volantini o post sui social media fittizi (ad esempio, campagna di sensibilizzazione)

Istruzioni:

- Fornire i materiali (carta, penne, pennarelli, cartone, nastro adesivo, oggetti riciclati, ecc.)
- Imposta un timer (30-45 minuti) e incoraggia i team a "costruire per pensare"
- Chiedere a ogni squadra di creare qualcosa con cui un potenziale utente possa interagire o a cui possa reagire.

2. Esperienza guidata o percorso dell'utente (20-30 minuti)

Questo approccio aiuta i team a riflettere su come un utente interagirebbe con la loro soluzione passo dopo passo.

Istruzioni:

- Creare un "percorso" visivo utilizzando post-it, disegni o un diagramma di flusso
- Evidenzia: punto di ingresso, punti di contatto, azioni, emozioni e risultati

Esempio (programma di compostaggio del social café):

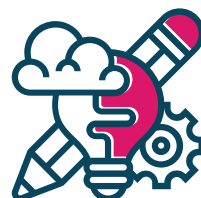
Il cliente finisce di pranzare → vede il contenitore per il compost con il cartello → mette il cibo nel contenitore → ottiene punti premio → apprende l'impatto dei rifiuti

3. Prepararsi al feedback ("Demo Ready") (15-20 min)

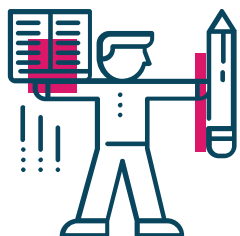
Prima del test, i partecipanti dovrebbero provare o preparare una breve presentazione del loro prototipo.

Domande per guidare la preparazione:

- Qual è l'idea centrale?
- A chi è destinato?
- Quale problema risolve?
- Su cosa vorremmo ricevere un feedback?



FASE DI PROTOTIPAZIONE



Materiali necessari

- Carta, pennarelli, colla, forbici, LEGO, Play-Doh, imballaggi riciclati, nastro adesivo, scarti alimentari
- Lavagne bianche o fogli di grandi dimensioni per lo storyboard o le mappe del percorso dell'utente
- Oggetti di scena (ad es. utensili da cucina, contenitori, immagini stampate)
- Opzionale: Canva, PowerPoint o strumenti digitali come Marvel per la prototipazione remota/online

Suggerimenti per il facilitatore

- Incoraggiate **la rapidità piuttosto che la perfezione**: non si tratta di ottenere risultati perfetti
- Celebrate la creatività: in questa fase nessuna idea è troppo strana
- Chiedetevi: "Un utente capirebbe come funziona?"
- Mantenete alta l'energia con musica, movimento e risate
- Offrite feedback di supporto e mantenete i team concentrati sulla chiarezza, non sulla complessità

Risultato atteso

Entro la fine della fase di prototipazione, i partecipanti dovrebbero avere:

- Una rappresentazione visibile della loro idea di soluzione (schizzo, mock-up, script o modello)
- Una spiegazione chiara di come funziona e a chi è utile
- Un piano per condividere il prototipo e raccogliere feedback nella fase successiva (Test)



08

LA FASE DI TESTING



FACILITARE LA FASE DI PROVA

Nella **fase di test**, i partecipanti prendono i prototipi che hanno sviluppato e li presentano agli altri per raccogliere reazioni, intuizioni e feedback costruttivi. Non si tratta di giudicare il successo o il fallimento, ma di **imparare cosa funziona**, cosa non funziona e come l'idea potrebbe essere migliorata o adattata.

Per Waste 2 Worth, questa fase è quella in cui condividiamo, impariamo e perfezioniamo:

I test aiutano i team a convalidare le ipotesi, perfezionare le loro idee e comprendere meglio come gli utenti reali potrebbero interagire con la loro soluzione. In Waste 2 Worth, questa può essere una grande opportunità per i produttori alimentari, gli educatori o le aziende di presentare innovazioni reali agli stakeholder della loro comunità.

La fase di test è un'opportunità cruciale per:

- Convalidare soluzioni circolari prima di investire tempo, denaro o energie nella loro implementazione
- Raccogliere opinioni da colleghi, parti interessate o membri della comunità
- Rafforzare una cultura della sperimentazione, non della perfezione
- Consentire ai partecipanti di portare i prototipi in prove o partnership nel mondo reale
- Garantire che le idee sviluppate siano pertinenti, utili e utilizzabili nei contesti locali

Anche se una soluzione è lungi dall'essere completa, i test aiutano i team a capire come potrebbe evolversi e creano lo slancio necessario per realizzarla.

Obiettivi della fase di test

I partecipanti dovrebbero:

- Presentare chiaramente il proprio prototipo agli altri (colleghi, ospiti, facilitatori)
- **Ascoltare attivamente** per ricevere feedback onesti da nuove prospettive
- Identificare modi per migliorare o modificare la propria soluzione
- Riflettere su ciò che hanno imparato sull'utente, sul problema e sul potenziale impatto



L'ascolto attivo è la capacità di concentrarsi completamente su ciò che qualcuno sta dicendo, comprenderlo e rispondere, con l'obiettivo di **imparare sinceramente** da lui, non solo di aspettare di rispondere.

Nella **fase di test** del processo di Design Thinking, **l'ascolto attivo è essenziale**. Questo è il momento in cui i partecipanti ricevono feedback sul loro prototipo e il modo in cui ascoltano influenzerà direttamente la loro capacità di **apprendere, migliorare e adattare** la loro idea.

METODI E ATTIVITÀ DELLA FASE DI TESTING

CONSIGLIO PER IL WORKSHOP:

Introduci il concetto di ascolto attivo prima dell'inizio delle sessioni di feedback e fai una breve attività di riscaldamento. Esercizio di ascolto in coppia: in coppia, una persona racconta una storia di un minuto mentre l'altra ascolta in silenzio, poi ripete ciò che ha sentito. Invertite i ruoli.

Ecco alcuni esercizi per guidare i partecipanti attraverso questa fase:

1. Condivisione del prototipo / Sessione dimostrativa (30-45 min)

Ogni gruppo presenta il proprio prototipo e ne spiega lo scopo, gli utenti e il funzionamento.

Istruzioni:

- Concedete a ogni team 5-7 minuti per presentare la propria soluzione
- Incoraggiateli a recitare, mostrare o illustrare il prototipo, non solo a spiegarlo
- Facoltativamente, includere oggetti di scena o mini giochi di ruolo

2. Feedback con "Mi piace / Vorrei / E se..." (15-20 minuti per gruppo)

Questo metodo semplice e non intimidatorio aiuta i partecipanti a ricevere un feedback costruttivo e specifico.

Istruzioni:

Dopo ogni presentazione, chiedete al pubblico di rispondere utilizzando:

- **"Mi piace..."** - Cosa c'è di forte, entusiasmante o efficace nell'idea
- **"Vorrei..."** - Cosa potrebbe essere più chiaro, più forte o più realistico
- **"E se..."** - Suggerimenti, possibilità o miglioramenti da prendere in considerazione

Se il gruppo è numeroso, utilizzate post-it o schede di feedback.



3. Riflessione e pianificazione dell'iterazione (20-30 min)

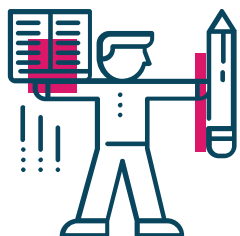
I team si riuniscono dopo il feedback per riflettere e decidere cosa cambiare.

Suggerimenti per la discussione:

- Quali feedback ci hanno sorpreso?
- Cosa è stato frainteso?
- Cosa cambieremmo o testeremmo ulteriormente?
- Cosa renderebbe questo progetto più utile o scalabile nella nostra comunità?

Incoraggiateli a documentare 2-3 passi successivi per perfezionare o reiterare la loro idea.

FASE DI TESTING



Materiali necessari

- Spazio per la presentazione o tavoli espositivi
- Moduli di feedback, post-it o bacheche digitali per il feedback (ad es. Padlet, Miro)
- Timer, microfoni (opzionali), materiali prototipali
- Schede o poster "Mi piace / Vorrei / E se..."

Consigli per i facilitatori

- Considera il feedback come uno **strumento di apprendimento**, non come una critica
- Mantenete un ambiente **sicuro e favorevole**
- Ricordate a tutti di fornire **feedback gentili, specifici e attuabili**
- Aiutate i relatori a mantenere un atteggiamento aperto: anche i feedback scomodi possono portare a miglioramenti significativi
- Celebrate l'apprendimento, non la perfezione: ciò che conta è il progresso!

Risultato atteso

Al termine della fase di test, i partecipanti dovrebbero aver:

- Condiviso pubblicamente la loro soluzione (presentazione, gioco di ruolo, walkthrough, ecc.)
- Ricevuto feedback significativi dagli altri
- Riflettuto su ciò che ha funzionato e su ciò che potrebbe essere migliorato
- Identificato chiaramente i passi successivi o le revisioni da apportare (iterazione)



09



[Home](#) [About the Project](#) [Partners](#) [Resources](#)

WASTE 2 WORTH RISORSE

Project Activities

Project Activities

GROUP ONE RESULTS: AWARENESS & EXPLORATION

RESULT 01

WASTE 2 WORTH GOOD PRACTICE COMPENDIUM

This is an awareness and inspiration-building resource that investigates and publishes Good Practice case studies where operations exist that demonstrate the correct use of food waste streams in food SMEs with a focus on zero-waste and circularity.

[Learn More →](#)



RESULT 02

WASTE 2 WORTH SME FOOD WASTE COMMUNITY EXPLORATION GUIDE

This guide and its methodology will equip VET educators with the tools to guide and encourage learners to become engaged in an applied research and learning activity. SME learners will consequently acquire new research skills and the ability to conduct a mapping research activity.

[Learn More →](#)



RESULT 03

REGIONAL COMMUNITY MAPS OF WASTE STREAMS

The mapping activity will give insight via a physical blueprint to each participating community on where and what waste products are available within the community and thus act as a starting block for creating community opportunities in terms of bio- & circular economies.

[Learn More →](#)



USI PRATICI DELLE RISORSE WASTE 2 WORTH

Sostenere la collaborazione regionale attraverso workshop di design thinking

Le risorse del progetto *Waste 2 Worth* sono state sviluppate per **sostenere una collaborazione pratica e radicata a livello regionale** in materia di rifiuti alimentari e innovazione circolare.

Nel contesto dei **workshop di Design Thinking**, questi strumenti forniscono contenuti ricchi, rilevanza locale ed esempi reali che aiutano i **partecipanti a esplorare, progettare e attivare soluzioni circolari** nelle loro comunità.

Ogni risorsa ha un **ruolo strategico** nel processo del workshop, **dall'ispirazione e dalla definizione del problema** allo **sviluppo di soluzioni** e alla **pianificazione delle azioni post-workshop**.

Il compendio delle buone pratiche Waste 2 Worth

Una raccolta curata di iniziative di successo in materia di rifiuti alimentari circolari in tutta Europa.

Nel workshop DT:

- Da utilizzare come **fonte di ispirazione durante le fasi di empatia o ideazione**
- Fornire **esempi concreti** di come altre regioni hanno affrontato problemi simili relativi agli sprechi alimentari
- Stimola la discussione: "Cosa possiamo adattare da questo caso alla nostra regione?"
- Incoraggiare i team a **confrontare le idee** con concetti comprovati

Risultato:

I partecipanti si sentono più motivati e informati quando possono **vedere esempi reali** di successo e rendersi conto che non devono partire da zero.



USI PRATICI DELLE RISORSE WASTE 2 WORTH - continua

Guida pratica per le PMI del settore alimentare

Una guida pratica per aiutare le PMI del settore alimentare a ridurre gli sprechi, aumentare la sostenibilità e impegnarsi in innovazioni significative

Nel workshop DT:

Questa guida può essere utilizzata durante le fasi di empatia e definizione del workshop per aiutare i partecipanti, in particolare quelli che rappresentano o progettano per piccole imprese alimentari, a comprendere meglio le sfide e le opportunità del mondo reale nella gestione dei rifiuti alimentari.

Risultato:

La guida aiuta i partecipanti a vedere le PMI non solo come portatrici di problemi, ma come potenziali leader del cambiamento circolare se adeguatamente supportate. Essa:

- Incoraggia il **coinvolgimento dell'intera organizzazione**, in linea con la natura incentrata sull'utente del DT
- Aiuta i team a generare idee **innovative e fattibili** nel contesto delle PMI
- Aumenta la comprensione dei **risparmi sui costi, dei vantaggi in termini di sostenibilità e del valore del marchio**, rafforzando la motivazione ad agire.

Mappe regionali dei flussi di rifiuti

Mappe visive specifiche per regione che mostrano i flussi dominanti di rifiuti alimentari locali.

Nel workshop DT:

- Da utilizzare come **attività visiva iniziale** per avviare conversazioni sulla realtà locale dei rifiuti alimentari
- Integrare nella **fase di empatia** per aiutare i partecipanti a comprendere cosa viene sprecato, dove e perché
- Sollecita i team a **creare le proprie mappe dei flussi di rifiuti** durante o dopo la sessione

Risultato:

Queste mappe localizzano il problema e fondano l'ideazione su **risorse reali e disponibili**, aumentando la rilevanza e il potenziale di innovazione in ciascuna regione.



USI PRATICI DELLE RISORSE WASTE T WORTH - continua

Suite di risorse didattiche aperte (OER)

Un kit di strumenti flessibile, sviluppato da esperti, a supporto dell'azione per il clima, della riduzione degli sprechi alimentari e dell'innovazione circolare.

Nei workshop DT:

Le OER W2W offrono ricchi contenuti didattici e strumenti didattici pratici che migliorano ogni fase del processo di Design Thinking, sostenendo il coinvolgimento a lungo termine degli studenti.

- Corso multimediale in 12 moduli che collega sprechi alimentari, cambiamenti climatici e soluzioni circolari. Utilizzalo per:

- Definire il contesto durante la fase di empatia
- Arricchire l'ideazione con esempi reali e rilevanza globale
- Estendere l'apprendimento oltre il workshop (attività pre/post)

- Guida per gli educatori

Un kit di strumenti pedagogici per un apprendimento attivo e inclusivo, online o di persona.

Utilizzalo per:

- Supportare lo svolgimento di workshop interattivi
- Applicare strategie didattiche incentrate sul clima
- Integrare il DT nell'istruzione formale, non formale o ibrida

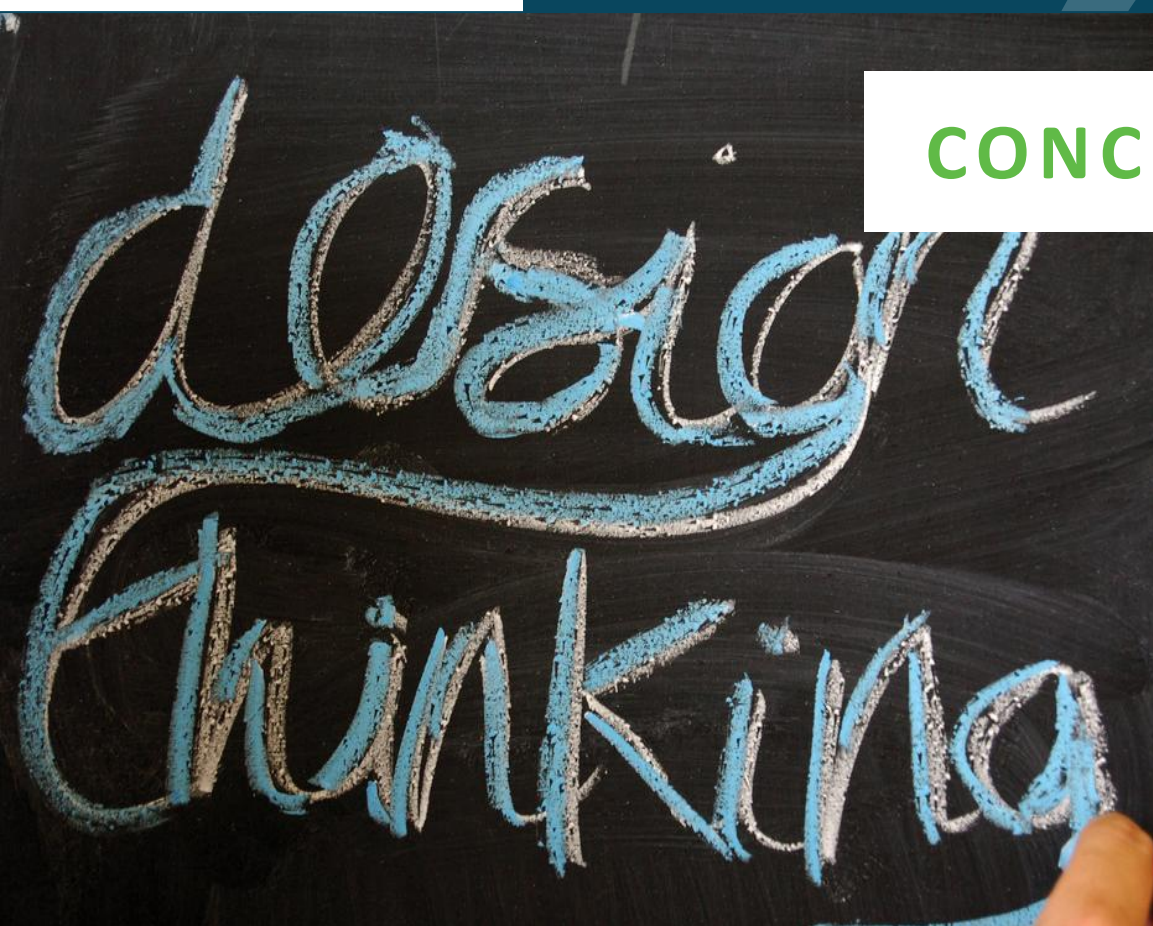
Risultato:

Le OER contribuiscono a trasformare i workshop DT in **esperienze di apprendimento significative** che combinano azione, riflessione e sviluppo di competenze, consentendo agli studenti di promuovere **un cambiamento regionale sostenibile**.



10

CONCLUSIONE



PERCHÉ IL DESIGN THINKING

FUNZIONA PER LA

CIRCOLARE

Il progetto **Waste 2 Worth** si basa sulla convinzione che il cambiamento sostenibile inizi a **livello locale**, con le persone che conoscono meglio le loro comunità, le loro sfide e le loro risorse. Ma per sbloccare questa conoscenza locale e trasformarla in azioni significative, abbiamo bisogno di qualcosa di più delle semplici informazioni. Abbiamo bisogno di un **quadro di riferimento per la collaborazione, la creatività e la co-creazione**.

Questo è ciò che rende il **Design Thinking (DT)** un approccio così prezioso per l'innovazione circolare regionale.

Il Design Thinking è pratico, inclusivo e adattabile

Il DT offre un **processo flessibile e pratico** che funziona in qualsiasi contesto, dalle comunità agricole rurali alle imprese alimentari urbane. Non richiede ai partecipanti di essere esperti o innovatori. Chiede loro semplicemente di essere **curiosi, empatici e aperti alla sperimentazione**.

Che si tratti di un agricoltore che ripensa il modo di utilizzare i prodotti in eccedenza, di un dirigente scolastico che affronta il problema degli sprechi alimentari a scuola o di un gruppo comunitario che avvia un progetto di compostaggio, il DT offre a tutti un modo per contribuire.



PERCHÉ IL DESIGN THINKING

DT costruisce relazioni, non solo idee

Le soluzioni circolari richiedono più di un buon design: richiedono **collaborazione tra settori**, compartimenti e sistemi. Il Design Thinking riunisce persone che normalmente non lavorerebbero fianco a fianco: educatori, imprenditori del settore alimentare, studenti, responsabili politici, addetti alla raccolta dei rifiuti.

Attraverso un dialogo strutturato, attività condivise e prototipazione, il DT contribuisce a creare fiducia, un linguaggio comune e comprensione reciproca, che sono le basi per partnership regionali durature.

Il DT stimola l'azione, non solo la conversazione

Troppo spesso i workshop sulla sostenibilità si concludono con buone intenzioni e pochi risultati concreti. Il DT ribalta questo schema passando rapidamente dal **problema all'idea, al prototipo e al feedback**. Incoraggia la sperimentazione, il fallimento rapido e l'apprendimento continuo.

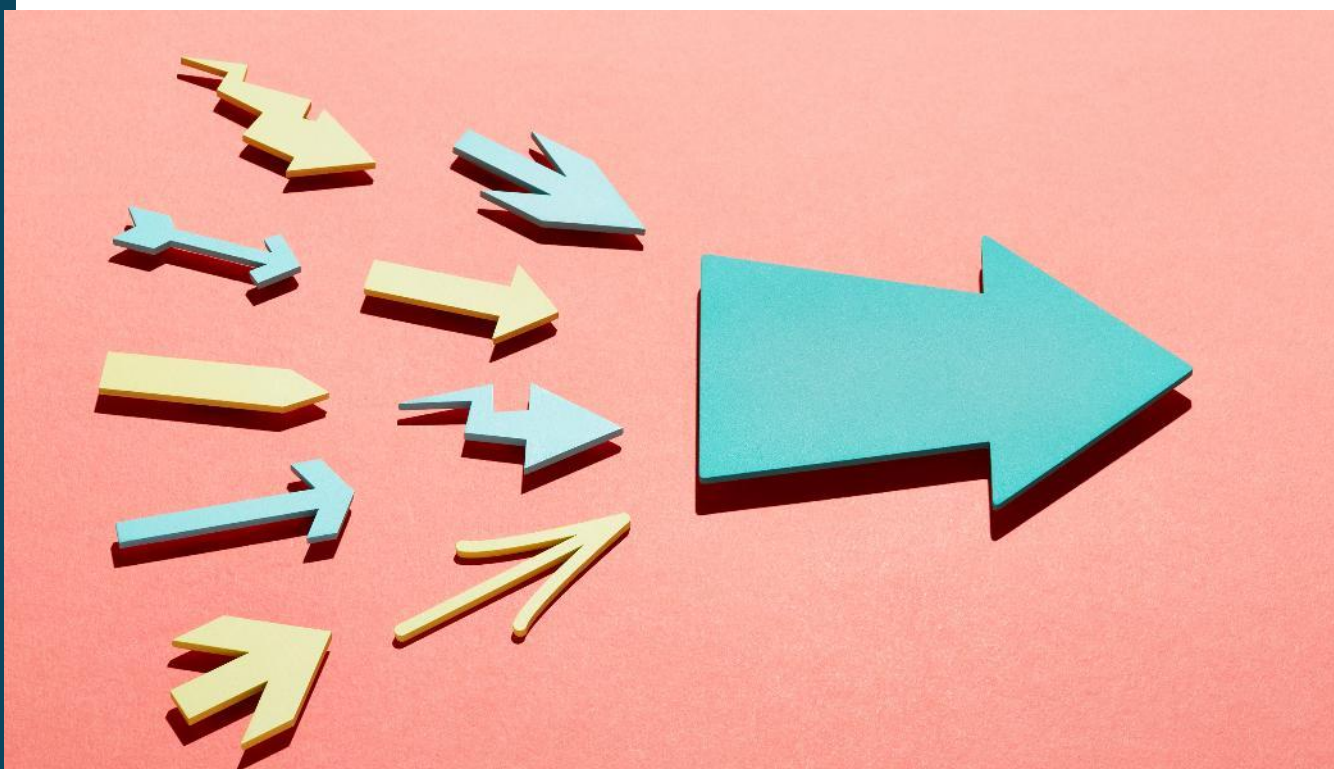
In contesti regionali in cui il tempo, il denaro e le capacità sono limitati, questa capacità di agire senza perfezione è fonte di empowerment. Aiuta le comunità a passare dalla pianificazione all'azione, per poi migliorare man mano che procedono.

Il DT si allinea perfettamente con i valori dell'economia circolare

L'economia circolare consiste nel ripensare i sistemi, valorizzare le risorse ed eliminare gli sprechi. Il Design Thinking rispecchia questi principi:

- Dare priorità alle esigenze degli utenti e al pensiero sistemico
- Abbracciando l'iterazione piuttosto che la perfezione
- Incoraggiando il riutilizzo e la reinvenzione di idee, materiali e ruoli

Il DT aiuta gli stakeholder a considerare i rifiuti non come un punto di arrivo, ma come il punto di partenza per l'innovazione.





CONSIDERAZIONE FINALE

Il Design Thinking non è la destinazione finale, ma il mezzo per raggiungerla. Se combinato con le conoscenze locali, la creatività e l'impegno già presenti nelle comunità regionali, diventa un **potente motore di trasformazione circolare**.

“**UN PICCOLO PROGRESSO OGNI GIORNO PORTA A GRANDI RISULTATI**”

Fornendo agli attori regionali questa mentalità e questo metodo, *Waste 2 Worth* **aiuta le comunità a creare soluzioni sostenibili, ma anche condivisibili, scalabili e di proprietà locale.**

RISORSE AGGIUNTIVE

CASO DI STUDIO 1:

Bi-Rex è una start up Italiana che ha ideato un processo, innovativo, sostenibile, conveniente e scalabile che trasforma i rifiuti agroalimentari in una risorsa preziosa. In Europa si creano 171 kg di rifiuti agroalimentari pro capite mentre per la produzione di carta servono il 10% di risorse idriche globali, 1024 alberi tagliati ogni minuto e 5% di risorse energetiche. Per quanto riguarda la plastica la quantità della stessa sta aumentando ogni anno. Nel 2030 avremmo una tonnellata di plastica per ogni tonnellata di pesce.

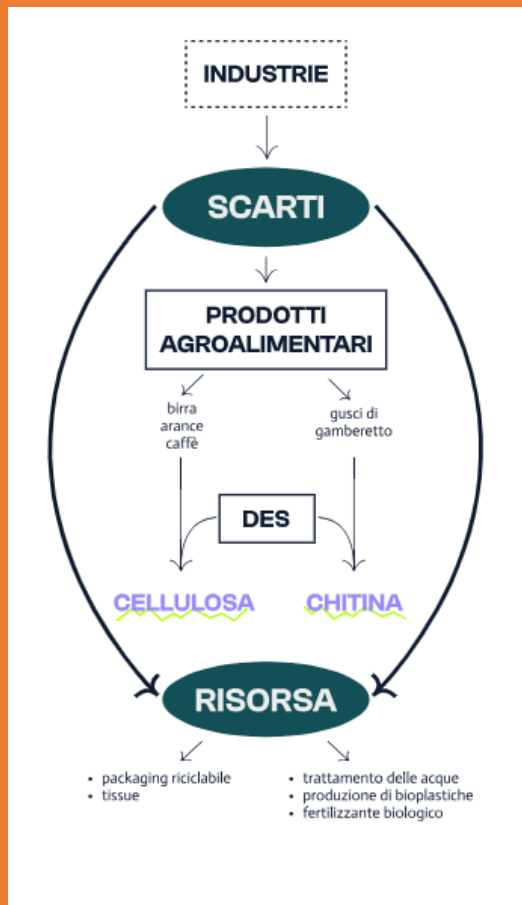
Be-Rex ha ideato un processo innovativo per estrarre cellulosa da scarti agroalimentari, come birra e caffè, e chitina da gusci di gamberi utilizzando solventi (Deep Eutectic Solvents - DES). Da queste materie prime è possibile produrre carta e bioplastica totalmente green.

Utilizzo nel workshop:

Questa case study è un esempio di come si può creare valore dall'upcycling di materiali di scarto



<https://www.bi-rex.net/>



PODCAST

"L'economia circolare ci appartiene, è una dinamica evolutiva figlia di quel tessuto ecologico che sostiene la vita sul pianeta."

Attraverso il podcast "[Circular Economy for Food](#)" potete scoprire la sua applicazione nel sistema alimentare.



Questo **video** spiega perché il cibo ha bisogno del design.



Segui il nostro viaggio



www.waste2worth.eu



Co-funded by
the European Union