

GHIDE

PENTRU CREȘTEREA GRADULUI
DE CONȘTIENȚIZARE ȘI
DEZVOLTAREA COMPETENȚELOR
PROFESIONIȘTILOR CARE
LUCREAZĂ CU TINERI





Cuprins

1. Introducerea.....	4
1.1 Despre proiectul SYNC.....	4
1.2 Despre ghid.....	5
1.2.1 Grupul țintă al acestui ghid.....	5
1.2.2 Structura acestui ghid.....	5
1.2.3 Obiective de învățare.....	6
1.3 Cum se utilizează acest ghid.....	6
1.3.1 Sfaturi practice pentru lucrătorii de tineret.....	6
1.4 Activități.....	7
1.4.1 Activitatea 1.....	7
1.4.2 Activitatea 2.....	8
2. Cei 4 "W" și "H" ai economiei circulare.....	8
2.1 Ce: definiția economiei circulare.....	9
2.1.1 Definiție.....	9
2.2 Gândirea care are în centru ciclul de viață al unui produs (lct).....	10
2.3 De ce: beneficiile și impactul economiei circulare.....	11
2.4 Cine: tineri antreprenori - antreprenoriat durabil.....	12
2.5 Cum: afacerile în economia circulară.....	13
2.6 Când: viitorul este circular.....	14
2.6.1 Activitatea 1.....	15
2.6.2 Activitatea 2.....	16
3. Implicarea tinerilor și abilități de facilitare.....	17
3.1 Introducere.....	17
3.2 Competențe relevante pentru dezvoltarea tinerilor.....	17
3.3 Competențe de facilitare pentru lucrătorii de tineret.....	18
3.4 Activități.....	20

3.4.1 Activitatea 1.....	20
3.4.2 Activitatea 2.....	21
4. Design thinking.....	22
4.1 Introducere.....	22
4.2 Conceptul.....	22
4.3 Ce este design thinking și cum funcționează?.....	23
4.4 Înțelegerea problemei.....	23
4.5 Empatizare.....	24
4.6 Sintetizarea și definirea	25
4.7 Concepeți soluții.....	25
4.8 Construirea unui prototip.....	27
4.9 Testare și evaluare.....	28
5. Următorii pași și finanțarea unei afaceri de economie circulară.....	30
5.1 Necesitatea de a avea o abordare mai practică în ceea ce privește economia.....	30
5.2 Asigurarea accesului la informații și la infrastructurile de cercetare.....	31
5.3 Crearea unei liste de părți interesate.....	32
5.4 Identificarea oportunităților de finanțare și a sprijinului comunitar la nivel european.....	32
5.5 Identificarea oportunităților de dezvoltare a carierei.....	33
5.6 Activități.....	33
5.6.1 Activitatea 1.....	34
5.6.2 Activitatea 2.....	35
6. References.....	36

1. Introducerea

În acest capitol veți face cunoștință cu proiectul SYNC și cu obiectivele sale, precum și cu prezentul ghid și cu modul de utilizare a acestuia.

1.1 DESPRE PROIECTUL SYNC

Conform unui Eurobarometru recent, 67% dintre tinerii respondenți au considerat că protecția mediului și schimbările climatice reprezintă cea mai mare prioritate pentru UE. Participarea tinerilor la diverse mișcări sociale pentru protejarea mediului și a climei, precum și obiceiurile de consum în favoarea alimentelor și a îmbrăcăminteii sustenabile demonstrează și mai mult orientarea tinerilor către sustenabilitate și modele alternative de dezvoltare economică. COVID-19 a subliniat, de asemenea, în mod deosebit, necesitatea de a ne orienta spre modele de producție și consum durabile și spre modele economice alternative în viitor.

Bazându-se pe această situație, SYNC își propune să dezvolte un cadru educațional non-formal pentru a prezenta tinerilor și lucrătorilor de tineret conceptele și valorile economiei circulare și pentru a mobiliza potențialul inovator și antreprenorial al tinerilor în acest domeniu.

Pentru a realiza acest lucru, obiectivele specifice ale proiectului SYNC sunt:

- Informarea și sensibilizarea tinerilor cu privire la antreprenoriatul în domeniul economiei circulare;
- Consolidarea capacității organizațiilor de tineret pentru a putea informa și ghida tinerii în ceea ce privește conceptele și valorile economiei circulare și pentru a explora potențialul antreprenorial și de inovare al tinerilor;
- Consolidarea competențelor antreprenoriale ale tinerilor pentru a juca un rol activ în economia circulară;
- Oferirea unui mediu digital pentru inovare și sprijinirea conceperii de idei de afaceri;
- Consolidarea transferului de cunoștințe transnaționale și intersectoriale pentru a crea un impuls în vederea creșterii disponibilității resurselor educaționale pentru a încuraja antreprenoriatul tinerilor în economia circulară.

SYNC este o cooperare transnațională de 24 de luni între șase (6) organizații din cinci (5) țări europene diferite: Grecia, Portugalia, România, Germania și Belgia. Pentru a afla mai multe informații despre proiect și pentru a accesa rezultatele acestuia, vă rugăm să vizitați: <https://www.sync-project.eu/>.

1.2 DESPRE GHID

1.2.1 Grupul țintă al acestui ghid

Ghidul SYNC este un instrument pentru formatorii/lucrătorii de tineret care vor oferi învățare și formare tinerilor în contextul consilierii/formării în domeniul ocupării forței de muncă, al învățării pe tot parcursul vieții și/sau al activităților pentru tineret. Ghidul va facilita activitatea lucrătorilor în domeniul tineretului în pregătirea, dezvoltarea și punerea în aplicare a unei formări cuprinzătoare pentru tineri pe tema economiei circulare și a legăturii acesteia cu practicile antreprenoriale și de ocupare a forței de muncă inovatoare. Publicul țintă pentru formarea SYNC este reprezentat de tinerii care sunt în căutarea unor oportunități antreprenoriale/de angajare, precum și de tinerii care sunt interesați să exploreze și să inițieze modele de afaceri care respectă mediul înconjurător.



1.2.2 Structura acestui ghid

Prezentul ghid își propune să ofere formatorilor/lucrătorilor tineri toate informațiile și exercițiile necesare pentru a concepe o formare cuprinzătoare pentru tineri în domeniul economiei circulare și al antreprenoriatului. În acest scop, acesta conține următoarele capitole:

1. Introducere în proiect și în ghid
2. Cei 4 "W" și "H" ai economiei circulare
3. Implicarea tinerilor și abilități de facilitare
4. Design thinking
5. Următorii pași și finanțarea unei afaceri de economie circulară

Toate capitolele includ informații teoretice și exerciții practice interactive care pot fi realizate în cadrul sesiunilor de formare cu tinerii, fie față în față, fie online. Ghidul este disponibil în 5 limbi (engleză, greacă, portugheză, română și germană).



1.2.3 Obiective de învățare

Ghidul SYNC își propune să ofere un instrument de lucru pentru ca lucrătorii de tineret să dezvolte cunoștințe și competențe specifice în rândul tinerilor cu privire la conceptul de economie circulară și legătura acestuia cu practicile antreprenoriale și de ocupare a forței de muncă inovatoare. În urma implementării prezentului ghid, tinerii vor obține următoarele rezultate cheie ale învățării, pe baza taxonomiei lui Bloom (Forehand, 2005):

- Recunoașterea și explicarea aspectelor de bază ale economiei circulare și a modului în care aceasta poate fi transformată în modele de afaceri inovatoare;
- Descrieți și analizați provocările și riscurile cauzate de modelul economiei liniare, precum și beneficiile și oportunitățile pe care le oferă abordarea economiei circulare pentru mediu și tineri;
- Identificarea și determinarea aptitudinilor și competențelor necesare pentru a se implica în economia circulară;
- Familiarizarea cu procesul de gândire bazată pe design thinking și identificarea aspectelor sale inovatoare;
- Determinați și aplicați procesul de gândire bazată pe design thinking la ideile de afaceri;
- Examinarea inițiativelor antreprenoriale prin prisma economiei circulare;
- Să selecteze și să utilizeze informații și instrumente relevante pentru a pune în practică ideile antreprenoriale.

Ghidul SYNC oferă lucrătorilor din domeniul tineretului,

1.3 CUM SE UTILIZEAZĂ ACEST GHID

care doresc să organizeze cursuri de formare în domeniul economiei circulare pentru tineri, o serie de instrumente de formare și opțiuni pentru a le selecta pe cele mai potrivite pentru nevoile grupului de cursanți.

Ghidul este complementar cu "Setul de instrumente pentru antreprenoriatul în domeniul tineretului și al economiei circulare", dezvoltat în cadrul proiectului SYNC, care se adresează direct tinerilor și oferă informații generale despre economia circulară, precum și informații specifice fiecărei țări și bune practici. Setul de instrumente este disponibil pe site-ul web al proiectului în 5 limbi (engleză,

greacă, portugheză, română și germană) și poate fi distribuit participanților în timpul formării SYNC. În plus, instruirea poate fi îmbunătățită prin utilizarea testimonialelor video ale tinerilor antreprenori din domeniul economiei circulare din fiecare țară participantă, care sunt dezvoltate în contextul proiectului și sunt disponibile pe [canalul de Youtube SYNC](#). Nu în ultimul rând, ghidul este însoțit de cursul online SYNC, precum și de lecțiile învățate și recomandările pentru tineri, care sunt disponibile pe site-ul SYNC în 5 limbi.

1.3.1 Sfaturi practice pentru lucrătorii de

În această secțiune, lucrătorii de tineret pot găsi câteva sfaturi practice despre cum să obțină cele mai bune rezultate din materialele prezentate în acest ghid:

- Acești ar trebui să fie familiarizați și să aibă o bună cunoaștere a materialului inclus în ghid sau formare;
- Să fie pregătiți în mod corespunzător pentru a prezenta informațiile și a răspunde la eventualele întrebări și obstacole;
- Să fie familiarizați cu locul de desfășurare și/sau cu locul în care se va desfășura formarea (de exemplu, platforma online, mobilierul sau spațiul disponibil, materialele pentru exerciții etc.)
- Dacă este posibil, implicați mai mult de un facilitator în formare. Atunci când sunt prezenți mai mulți facilitatori, angajamentul și interesul participanților sunt sporite. Acest lucru se datorează faptului că diferitele stiluri personale și profesionale disponibile facilitează, în general, procedura de învățare și crearea de relații. În același timp, cursanților li se oferă mai multă atenție, idei și instrucțiuni și, astfel, crește probabilitatea de a satisface nevoile participanților. În plus, eventualele situații provocatoare și/sau conflictuale ar putea fi abolite mai eficient; în timp ce volumul de muncă este împărțit. Distribuirea responsabilităților se dovedește a fi semnificativ convenabilă și utilă, în special atunci când este necesară păstrarea de notițe, răspunsul la întrebări și rezolvarea nevoilor administrative.

Rețineți că principalele roluri ale lucrătorilor de tineret sunt::

- o de a permite coeziunea între participanți
- o de a menține structura grupului
- o de a facilita crearea unui spațiu sigur în care toți participanții să se simtă capabili să se exprime liber, încurajându-i în același timp să facă acest lucru.



1.4 ACTIVITĂȚI

În scopul de a facilita coeziunea în cadrul grupului de cursanți, lucrătorii de tineret sunt încurajați să introducă câteva exerciții de energizare și de încălzire, mai ales dacă participanții nu s-au mai întâlnit înainte. De asemenea, vă rugăm să luați în considerare faptul că este posibil ca mulți dintre ei să nu fie familiarizați cu învățarea experiențială și, prin urmare, faza inițială a procesului de formare este foarte importantă.

Următoarele exerciții introductive scurte oferă exemple de modalități de a pregăti atmosfera de formare și de a-i ajuta pe cursanți să se cunoască între ei și să se acomodeze cu sesiunile de formare. Vă rugăm să rețineți că timpii indicați sunt aproximativi și vor depinde de numărul de persoane și de gradul de implicare al grupului.

1.4.1 Activitatea 1

Denumirea activității:	Spărgător de gheață - Jobul de vis
Descriere (structură și durată)	Distribuiți participanților post-it-uri și markere și rugați-i să-și scrie locul de muncă de vis. Oferiți-le 3-5 minute pentru a-și scrie răspunsul și rugați-i să lipească post-it-ul pe flipchart/la tablă din clasă. După ce toată lumea a terminat, cursanții sunt invitați să arunce o privire de ansamblu asupra tabloului cu toate post-it-urile. Cursanții sunt invitați, pe rând, să se ridice în picioare și să se prezinte în fața grupului și să-și prezinte locul de muncă de vis. Formatorul le cere participanților să se gândească și să discute despre modul în care jobul lor de vis s-ar putea încadra într-un context mai durabil/prietenos cu mediul înconjurător.
Durată	30-40', în funcție de mărimea grupului.
Locație:	Sala de clasă sau online
Resurse necesare:	Flipchart/ tablă, post-it-uri, markere
Opțiuni de gamificare:	În cazul în care formarea se desfășoară online, utilizați un instrument online (de exemplu, mentimeter sau mural) și partajați link-ul cu participanții, astfel încât aceștia să poată răspunde instantaneu la întrebarea "Care este jobul tău de vis?". Oferiți participanților 3-5 minute pentru a-și scrie răspunsurile. După ce toată lumea a terminat, partajați ecranul cu grupul, astfel încât toate răspunsurile să fie vizibile. Participanții sunt invitați, unul câte unul, să se prezinte în fața grupului și să-și prezinte jobul visat. Formatorul le cere participanților să se gândească și să discute despre modul în care jobul lor de vis s-ar putea încadra într-un context mai sustenabil/prietenos cu mediul înconjurător.

1.4.2 Activitatea 2

Denumirea activității:	Ce înseamnă acest lucru? - Mediu și schimbări climatice
Descriere (structură și durată)	Activitatea are ca scop îmbunătățirea capacității de reflecție asupra subiectelor care vor fi abordate în cadrul formării. Invitați participanții să facă un brainstorming cu privire la cei mai comuni termeni pe care i-au auzit referitori la mediu și la schimbările climatice. Alegeți 2-3 concepte, de exemplu: Mediu Schimbări climatice Mijloace de trai durabile Reziliență Biodiversitate Achiziționarea resurselor Etc. Distribuiți markere și foi de hârtie albă și rugați participanții să scrie ce știu despre acest termen/ce înseamnă pentru ei. În acest moment, asigurați participanții că nu există răspunsuri corecte sau greșite la această întrebare. Rugați participanții să își noteze răspunsurile pe o foaie de hârtie și să o agațe pe perete. Implicați participanții într-o scurtă discuție despre termeni și conotațiile lor. Pentru a conduce discuția, faceți referire la terminologia existentă privind aspectele ecologice și de mediu, cum ar fi Glosarul Băncii Mondiale cu termeni referitori la mediu sau Glosarul Agenției Europene de Mediu.
Durată	20-30 de minute, în funcție de mărimea grupului.
Locație:	Sala de clasă sau online
Resurse necesare:	Flipchart/ tablă, foi albe, markere, bandă adezivă
Opțiuni de gamificare:	Dacă formarea se desfășoară online, utilizați un instrument online (de exemplu, mentimeter sau mural) și partajați link-ul cu participanții, astfel încât aceștia să poată răspunde instantaneu la întrebarea "Cum definiți [inserați termenul care urmează să fie discutat]?". Oferiți participanților 3-5 minute pentru a-și scrie răspunsurile pentru fiecare termen. După ce toată lumea a terminat, partajați ecranul cu grupul, astfel încât toate răspunsurile să fie vizibile. Implicați participanții într-o scurtă discuție despre termeni și conotațiile acestora.

2. Cei 4 "W" și "H" ai economiei circulare

În acest capitol, veți afla ce, de ce, pentru cine, când și cum poate fi benefică economia circulară în viața profesională și personală a oamenilor și, mai ales, cum poate fi aplicat modelul circular în afaceri de către tinerii antreprenori.

2.1 CE: DEFINIȚIA ECONOMIEI CIRCULARE

În ultimii ani, conceptul de economie circulară a devenit celebru, apărând ca o alternativă la modelul economic liniar predominant. Economia liniară funcționează pe baza presupunerii că resursele sunt abundente și ieftine, însă nu este sustenabilă, deoarece depășește limitele planetare (2015 cit. Agenția Europeană de Mediu, 2016). Aceasta acordă prioritate producerii a cât mai multor materiale la un cost redus, fără a se preocupa de amprenta ecologică din spatele producției și consumului.

Cu o mentalitate opusă, modelul economiei circulare prioritizează mediul înconjurător și apără valorile durabile, printr-o utilizare mai conștientă a resurselor naturale (Velenturf și Purnell, 2017), pentru a elimina deșeurile și poluarea, pentru a face să circule produsele și materialele și pentru a regenera valoarea (Ellen Macarthur Foundation, s.n.).

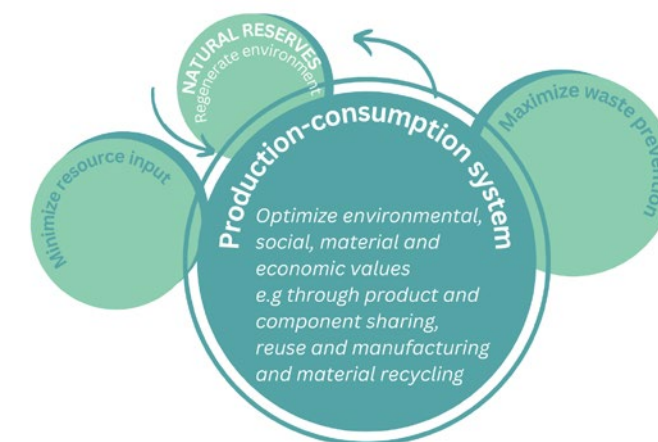
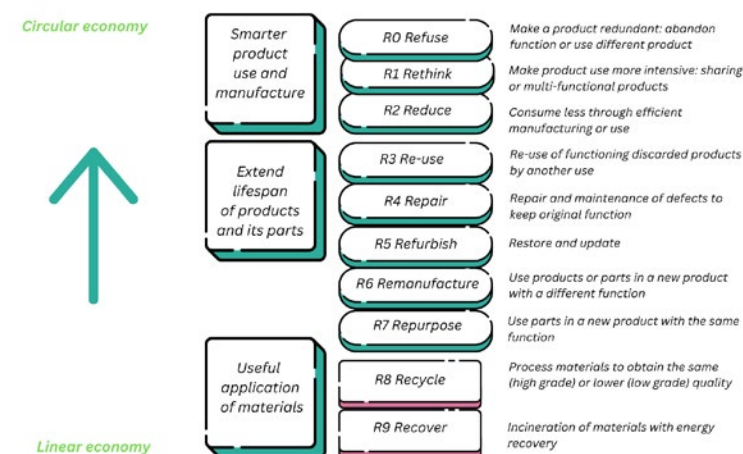


Figure 1: "In a circular economy resource use is improved by minimizing the extraction of natural resources maximizing waste prevention and optimising the environmental, social material and economic values throughout the lifecycles of materials, components and products". Source: Velenturf & Purnell, n.d.

2.1.1 Definiție

Urmând această perspectivă, Parlamentul European definește economia circulară ca fiind "a un model de producție și consum, care presupune împărtășirea, închirierea, reutilizarea, repararea, recondiționarea și reciclarea materialelor și produselor existente cât mai mult timp posibil. În acest fel, ciclul de viață al produselor este extins" (Parlamentul European, 2015).

În consecință, au fost dezvoltate diferite abordări și metode, cunoscute sub numele de strategii R. Inițiativele respective pot varia, dar, de obicei, ele rămân la abordări similare, de la circularitate ridicată la circularitate scăzută (Potting et al., 2017), după cum puteți vedea în imaginea de mai jos:



Strategia economiei circulare privind imaginea "permite formularea unor strategii de circularitate în care funcția primară a unui produs este menținută" (Potting et al., 2017, p. 15).

Figure 2: circular economy: measuring innovation in the product chain.

2.2 GÂNDIREA CARE ARE ÎN CENTRU CICLUL DE VIAȚĂ AL UNUI PRODUS (LCT)

Potrivit Inițiativei privind ciclul de viață, găzduită de programul de mediu al Organizației Națiunilor Unite (ONU), LCT "înseamnă să depășim accentul tradițional pus pe un loc de producție și pe procesele de fabricație pentru a include impactul de mediu, social și economic al unui produs pe parcursul întregului său ciclu de viață" (Lifecycle initiative, 2012). Urmărind această perspectivă, putem vedea LCT și ca pe un mod de gândire, care ne va ghida comportamentele în calitate de producători și consumatori și care poate fi aplicat la deciziile noastre de zi cu zi, inclusiv la mediul de acasă și la locul de muncă (UNEP, 2004, p. 6).



Looking at the stages
a common t-shirt
goes through helps
us understand what a
"life cycle" is.

Figure3: The process of Life cycle transmitted into the production and usability of a T-shirt

Pentru a acționa în favoarea mediului este nevoie de o gândire critică și de o perspectivă profundă asupra impactului pe care îl are asupra mediului ceea ce consumăm și producem, ceea ce se înscrie, de asemenea, în perspectiva LCT. Această perspectivă urmărește să găsească posibile "îmbunătățiri ale bunurilor și serviciilor sub forma unui impact mai redus asupra mediului și a unei utilizări reduse a resurselor în toate etapele ciclului de viață". (Direcția Generală pentru Mediu a Comisiei Europene și Centrul Comun de Cercetare al Comisiei Europene, 2010, p. 6). Având în vedere abordarea LCT, cum pot oamenii să o aplice în afacerile lor? Potrivit UNEP (2004), a gândi în termeni de ciclu de viață, în special în afaceri, înseamnă "(...) să recunoaștem că fiecare alegere pregătește terenul nu numai pentru modul în care produsul va arăta și va funcționa, ci și pentru modul în care acesta va avea un impact asupra mediului și a comunității pe măsură ce este fabricat, utilizat, eliminat sau reutilizat și reciclat. De exemplu, mașinile de spălat rufe, frigiderele și alte aparate electrocasnice pot fi fabricate din materiale reciclate, pot fi lipsite de substanțe nocive, pot utiliza un minim de apă și energie și pot fi proiectate pentru a avea o durată de viață lungă. Fiecare caracteristică a produsului este determinată în momentul în care acesta este proiectat și va avea un impact diferit asupra mediului" (UNEP, 2004, p. 14).

2.3 DE CE: BENEFICIILE ȘI IMPACTUL ECONOMIEI CIRCULARE

În acest moment, știm ce este economia circulară și cum funcționează, dar de ce este ea atât de importantă? Care este impactul real al acestui model la nivel economic și de mediu? Având în vedere acest lucru, prezentăm câteva dintre beneficiile legate de impactul economic și de mediu al modelului economiei circulare:



CREȘTERE ECONOMICĂ

"Economia ecologică vede economia ca pe un subsistem al unui ecosistem mai mare al Pământului. Ea pune sub semnul întrebării economia convențională și ipotezele sale, de exemplu, că economia de piață duce la cea mai bună soluție, sau creșterea economică sporește bunăstarea." (Lassi, 2020). Cercetătorii au demonstrat că modelul economiei circulare poate genera peste 4,5 trilioane de rezultate la nivel economic până în 2023, prin crearea de locuri de muncă și inovare. Singurul mod în care acest lucru se poate întâmpla este ca oamenii să fie deschiși și atenți la oportunitățile și cooperările durabile care au loc în întreaga lume (Future Planet, s.n.).



CREAREA DE JOBURI

În ceea ce privește avantajele legate de locurile de muncă, economia circulară poate fi benefică în diferite aspecte, cum ar fi respectarea unor drepturi adecvate pentru lucrători. Potrivit raportului DSI "Efectele economiei circulare asupra locurilor de muncă", lansat în 2020, "(...) multe locuri de muncă din Europa legate de gestionarea și reciclarea deșeurilor sunt adesea slab remunerate și ridică probleme de siguranță a lucrătorilor din cauza expunerii la substanțe nocive (Sindicatul European al Serviciilor Publice, 2017)." Urmând această tendință, sectorul construcțiilor este în creștere și se concentrează pe angajarea de lucrători "fără nivelurile necesare de sindicalizare sau de reglementare care însoțesc principiile muncii decente" (Circle Economy, 2020). Astfel, Organizația Internațională a Muncii preconizează, odată cu economia circulară, o creștere netă de 6 milioane de locuri de muncă până în 2030 și vor apărea, de asemenea, noi locuri de muncă în diferite domenii (reciclare, reparații, închiriere și refabricare.) (Future Planet, s.n.).



REDUCEREA DEȘEURILOR

Deșeurile reprezintă una dintre cele mai mari probleme sociale, economice și de mediu la nivel mondial. Potrivit Raportului furnizat de Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (OCDE) în 2022, volumul producției și al deșeurilor de plastic a crescut drastic, de la 234 de milioane de tone în 2000 la 460 de milioane de tone în 2019. Prin urmare, deșeurile de plastic s-au dublat, trecând de la 156 de milioane de tone în 2000 la 353 de milioane de tone în 2019 (Lusa, 2022). Aceste deșeuri afectează profund ecosistemul nostru și sănătatea umană. Adoptând modelul economic circular, este posibil să se reducă aceste cifre prin crearea de industrii și afaceri cu valori și politici durabile.



REDUCEREA CONSUMULUI DE RESURSE

Reducerea consumului de resurse este un impact natural al economiei circulare, deoarece scopul principal este de a evita sfârșitul complet al ciclului de viață al produsului, prin implementarea unei producții responsabile care utilizează resurse reciclate, ceea ce va reduce, în mod natural, investițiile în materii prime. "Într-un sistem cu circuit închis, materialele nu sunt eliminate și continuă să aibă valoare, fără a suporta costuri pentru gestionarea lor." (IISD, 2020, p. 2). Dintr-o perspectivă mai largă, modelul circular poate minimiza potențial utilizarea acestor resurse cu până la 70 %, concentrându-se pe reciclare și refabricare (Future Planet, s.n.).

2.4 CINE: TINERI ANTREPRENORI - ANTREPRENORIAL DURABIL

Există o mulțime de așteptări privind comportamentul și acțiunile tinerei generații în multe domenii ale societății, iar mediul înconjurător este unul dintre ele. Este de așteptat ca valori precum incluziunea, diversitatea, durabilitatea, măsurile ecologice și egalitatea să fie promovate în orice afacere.

În consecință, un antreprenor sustenabil este "orientat spre oportunități și urmărește să genereze noi produse, servicii, procese de producție, tehnici și moduri de organizare care reduc substanțial impactul social și de mediu și care cresc calitatea vieții" (Schaltegger, 2013). Urmărind această perspectivă, ceea ce se așteaptă de la tinerele generații de antreprenori este conștientizarea și conștiința de sine în gestionarea afacerilor lor și conștientizarea limitelor existente ale modelului economic liniar. Tinerii antreprenori trebuie să își adapteze obiceiurile de consum în domeniile profesionale, înțelegând economia circulară ca un beneficiu pentru producător, consumator și planetă.

Lucrul și contactul direct cu tinerii poate fi o sarcină dificilă, deoarece aceștia reprezintă un grup țință creativ. Cu toate acestea, de cele mai multe ori, tinerii nu știu cum să își pună ideile în practică, nu știu care sunt mijloacele potrivite pentru a face acest lucru și nici de unde să înceapă. Prin urmare, a le prezenta câteva sfaturi poate fi o idee bună:

• **Faceți cercetări!** Materialele reciclate durabile nu sunt întotdeauna mai ieftine. Cum puteți găsi o soluție? Există vreo organizație/inițiativă unde puteți avea acces la resurse reciclate? Care sunt materialele necesare pentru produsul vostru? Puteți stabili un parteneriat cu o afacere locală care dispune de aceste materiale? Este important de reținut că tranziția de la modelul liniar la cel circular beneficiază de sprijin politic din partea UE și a guvernelor naționale, ceea ce face ca procesul să fie mai puțin dificil. În plus, există deja o anumită presiune socială pentru ca societățile și afacerile să devină neutre din punct de vedere climatic (Forumul Economic Mondial, 2022).

• **Fiți creativi!** Dacă investiți în practici eco-friendly, cum veți atrage țința? De exemplu, unele cafenele oferă o reducere pentru clienții care își aduc ceștile reutilizabile. Le puteți oferi clienților un beneficiu dacă își aduc pungile? Gândiți la scară mare! (Goodfellow, 2020)

• **Respectați promisiunile pe care le faceți!** Gândiți-vă la promisiunile pe care le veți face clienților, angajaților, colegilor, partenerilor, furnizorilor și investitorilor dumneavoastră în ceea ce privește mediul înconjurător. Și, bineînțeles, țineți-vă promisiunea pe parcurs (Elliot, 2021).

• **Definiți-vă grupul țință!** După cum s-a discutat, numărul de clienți interesați să investească în afaceri durabile este în creștere. Este important să încercați să vă definiți în mod clar clientul/clientii și cine are problema la care afacerea

dumneavoastră aduce o soluție. După ce ați stabilit acest lucru, este important să îi cunoașteți în profunzime, știindu-le opiniile, interesele etc. Acest lucru va avea un impact bun asupra afacerii dumneavoastră (Elliot, 2021).

• **Inspirați-vă!** Cunoașterea altor tineri antreprenori cu afaceri de succes este o practică excelentă care poate stimula tinerii să își dezvolte inițiative durabile. Puteți găsi exemple bune pe [canalul de Youtube al proiectului SYNC](#), cu mărturiile unor tineri antreprenori din diferite țări (Portugalia, Belgia, Grecia, Germania și România), sperăm să fie o sursă de inspirație pentru toți cei interesați!

2.5 CUM: AFACERILE ÎN ECONOMIA CIRCULARĂ

Dar cum rămâne cu afacerea ta? Acum este momentul să demonstrăm cum poate un antreprenor să aplice modelul economiei circulare sau să integreze conceptul în baza ideilor sale de proiect, asigurându-se că acțiunile sale ajută și respectă mediul înconjurător. Există 5 tipuri diferite de modele de afaceri circulare (Board of Innovation, n.red.):

- Coordonarea lanțurilor valorice circulare prin intermediul datelor: Identificarea produselor și materialelor de la reciclare la reutilizare (Board of Innovation, fără dată).
- Proiectarea produselor circulare: "conceperea produselor, de la reciclare la reutilizare" (Board of Innovation, fără dată).
- Utilizare, reutilizare, împărtășire și reparare: "Crearea de bunuri de folosință îndelungată din piese reciclate și reutilizate poate fi un element de bază pentru modelele de afaceri circulare din avangardă" (Board of Innovation, fără dată).
- Colectare și logistică inversă: "Închiderea ciclului de viață al materialelor prin crearea de produse care pot fi reciclate, refolosite și revândute" (Board of Innovation, fără dată).
- Sortare și preprocesare: "Găsirea unei valori alternative în părțile care alcătuiesc un întreg produs" (Board of Innovation, fără dată).

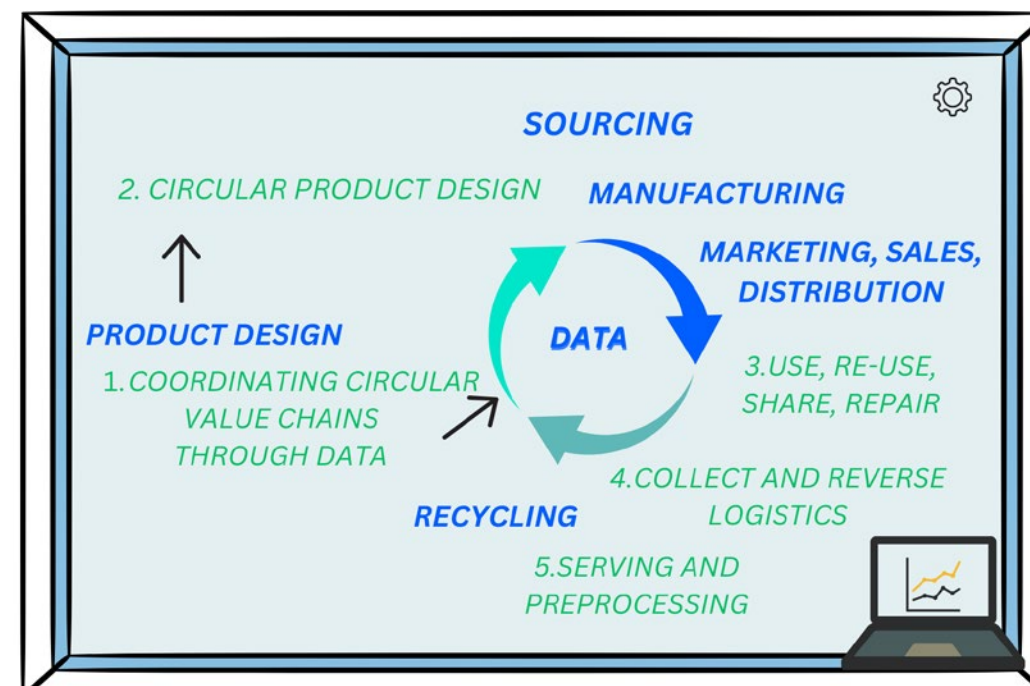


Figure 4: 5 types of circular business models. Source: Board of Innovation, n.d



2.6.1 Activitatea 1

Denumirea activității:	Autopsie circulară
Descriere:	Scopul acestei activități este de a-i învăța pe tineri despre conceptele economiei circulare, analizând și analizând produsele lor preferate și vorbind despre beneficiile acestora. Această activitate poate dura între 45 și 90 de minute. Activitatea se poate desfășura în grupuri, puteți împărți tinerii în grupuri de 4-5 persoane. Cereți fiecărui grup să aleagă unul dintre produsele preferate, cum ar fi un smartphone, un articol de îmbrăcăminte sau un aparat electrocasnic. Pentru a afla mai multe despre construcția produsului, rugați grupurile să cerceteze componentele și materialele utilizate în producția acestuia. Oferiți participanților 20 de minute pentru a se informa despre produs în grupurile lor. Prezentați clasei rezultatele cercetărilor fiecărui grup, subliniind materialele și componentele utilizate și orice posibilitate de reutilizare, re folosire sau modernizare a acestora. Aceștia ar trebui să caute șanse de a încorpora principiile economiei circulare în crearea și proiectarea produsului. Discută avantajele și dezavantajele aplicării principiilor economiei circulare la proiectarea și fabricarea produselor după toate prezentările. Pentru partea de discuție a exercițiului, ați putea folosi următoarele întrebări orientative: - Ce materiale și componente sunt folosite în construcția produsului selectat?Cum pot fi reutilizate, re folosite sau modernizate aceste materiale și componente? - În ce mod pot fi încorporate principiile economiei circulare în proiectarea și fabricarea acestui produs? - Care sunt avantajele și dezavantajele aplicării principiilor economiei circulare la proiectarea și fabricarea produsului? - Cum putem noi, în calitate de consumatori și societate, să încurajăm adoptarea principiilor economiei circulare în proiectarea și fabricarea produselor?
Locație:	Sala de clasă
Resurse necesare:	Proiector pentru prezentări, acces la internet

Potrivit Forumului Economic Mondial (2022), orice afacere interesată să urmeze o cale durabilă trebuie să ia în considerare aportul circular. Acest exemplu vă poate ajuta să înțelegeți și să vă ghidați în luarea deciziei de afaceri: "[este] mai bine să [reciclăm anvelopele uzate în dale de cauciuc, cerneală, covoare sau piese auto](#), decât [să le exportăm în India, ceea ce sporește una dintre cele mai grave crize de poluare din lume](#)." (Forumul Economic Mondial, 2022). Astfel, este posibil să se interpreteze că un produs sau un serviciu născut în sistem circular nu are un sfârșit de viață, ci un sfârșit al unei bucle de utilizare. Utilizarea materialelor în exces și a materialelor reciclate poate minimiza poluarea pe care o produc unele dintre produsele existente prin faptul că sunt aruncate.

Nu este simplu să implementezi o tehnică circulară într-o afacere; este nevoie de devotament și de o cercetare aprofundată. Tinerii proprietari de afaceri trebuie să fie conștienți de domeniile asupra cărora activitățile lor au un impact și să depună eforturi pentru a reduce sau inversa aceste efecte, ceea ce poate necesita o schimbare totală a strategiei de afaceri, mai degrabă, decât doar anumite aspecte ale acesteia. Pentru a gestiona aceste schimbări este nevoie de o conducere eficientă, cu o înțelegere clară a conceptului de economie circulară, a execuției și a beneficiilor sale pentru afaceri și pentru mediu. Acest lucru indică faptul că o comunicare eficientă este, de asemenea, esențială pentru punerea în practică a unui model circular. (CESCY, p. 11 în 2022).

Este esențial să ne amintim că pentru a atrage clienți este nevoie de mai mult decât de o idee viabilă. (CESCY, p. 15 în 2022). Clienții, care fac din ce în ce mai multe achiziții ponderate, având în vedere sustenabilitatea și mediul înconjurător, pot fi atrași prin împărtășirea poveștii și a principiilor și obiectivelor sustenabile distinctive care stau la baza ideii de proiect și a produselor (Deloitte United Kingdom, 2022). În plus, consumatorii iau tot mai multe inițiative pentru a trăi într-un mod mai sustenabil, așadar proprietarii de afaceri trebuie să fie pregătiți să răspundă la întrebări dificile cu privire la activitățile, inițiativele și strategiile lor. Orice antreprenor cu idei sustenabile trebuie să utilizeze gândire critică pentru a evalua problemele pe baza unor date concrete pentru a dezvolta o imagine completă a ceea ce se întâmplă. După cum spune Marr: "să analizeze problemele pe baza unor dovezi concrete (spre deosebire de opiniile personale, prejudecățile etc.) pentru a construi o înțelegere completă a ceea ce se întâmplă cu adevărat". (Marr, 2022).

2.6 CÂND: VIITORUL ESTE CIRCULAR

Acest capitol are ca scop nu numai prezentarea conceptului de economie circulară, ci și prezentarea avantajelor sale în ceea ce privește aspectele economice, sociale și de mediu. Cu toate acestea, informațiile sunt inutile dacă nu sunt aplicate la diferite afaceri și la rutinele oamenilor. Economia circulară s-a dovedit a fi mai mult decât un model sustenabil; aceasta funcționează prin împărtășirea unui set de valori care asigură supraviețuirea planetei pentru generațiile viitoare. Și de aceea, viitorul este circular, pentru că așa este necesar. Deși tranziția de la o economie liniară la o economie circulară nu este ușoară, este extrem de importantă. Reducerea consumului de resurse, a emisiilor de carbon și a poluării este un lucru pentru care toți oamenii ar trebui să lupte.

Adoptarea modelului economiei circulare și a sustenabilității ca bază a oricărei idei nu numai că va fi benefică pentru mediu, dar va promova inovarea și va crește competitivitatea. Viitorul este circular, iar acesta se află, de asemenea, în mâinile tinerei generații. Acum este momentul să realizăm activități practice pentru a testa cunoștințele tinerilor și pentru a le instiga creativitatea și dorința de a sprijini măsurile ecologice în afaceri și în viața de zi cu zi.

2.6.2 Activitatea 2

Denumirea activității:	Antreprenori critici
Descriere:	Acest exercițiu poate fi adaptat pentru a se potrivi diferitor durate de timp. Această activitate urmărește să îmbunătățească munca în echipă, comunicarea, gândirea critică și abilitățile de rezolvare a problemelor în rândul participanților, prezentându-le în același timp principiile economiei circulare și modul în care acestea pot fi aplicate la operațiunile de afaceri. Împărțiți grupul în grupe de 3-4 participanți. Oferiți fiecărui grup 20 de minute pentru a elabora un plan de afaceri care să utilizeze ideile economiei circulare. Conceptul ar trebui să fie pentru un bun sau un serviciu care este făcut pentru a fi reutilizat sau reciclat pentru a preveni producerea de deșeuri. După 20 de minute, fiecare grup ar trebui să prezinte în clasă conceptul companiei sale. Aceștia ar trebui să descrie bunul sau serviciul, modul în care sunt utilizate conceptele economiei circulare și orice dificultăți sau obstacole care ar putea apărea. După prezentările fiecărui grup, organizați o discuție în clasă despre beneficiile și dezavantajele utilizării ideilor de economie circulară într-o companie și despre modul în care antreprenorii ar putea aborda întrebările dificile privind circularitatea economică a activității lor. Oferiți participanților 10 minute pentru a se gândi la o întrebare critică pe care ar dori să o adreseze unui antreprenor care dorește să aplice ideile economiei circulare în afacerea sa. Invitați un reprezentant al fiecărui grup să adreseze întrebarea lor clasei și să discute răspunsurile. Dacă elevii au dificultăți în a găsi întrebări, puteți sugera următoarele: - Cum se va asigura afacerea dumneavoastră că materialele utilizate în producția produsului dumneavoastră pot fi ușor refolosite sau reciclate la sfârșitul duratei de viață a acestuia? - Cum va măsura și va urmări afacerea dumneavoastră succesul inițiativelor sale de economie circulară? - Care este planul afacerii dumneavoastră de a colabora cu furnizorii și cu alte părți interesate pentru a închide circuitul deșeurilor? - Cum se va asigura afacerea dumneavoastră că practicile de economie circulară sunt incluzive și echitabile pentru toate părțile implicate? - Cum va garanta afacerea dumneavoastră că practicile de economie circulară sunt ecologice și durabile?
Locație:	Sala de clasă
Resurse necesare:	Proiector pentru prezentări, dacă este necesar

3. Implicarea tinerilor și abilități de facilitare

Capitolul "Implicarea tinerilor și competențele de facilitare" are ca scop furnizarea de informații cu privire la competențele pe care tinerii trebuie să le îmbunătățească și la instrumentele de instruire a lucrătorilor de tineret cu competențe de facilitare, legate de economia circulară..

3.1 INTRODUCERE

Acest capitol subliniază importanța implicării tinerilor în economia circulară și competențele necesare pentru o implicare eficientă. Acesta explică faptul că viitorul muncii se schimbă rapid, iar competențele necesare pentru a avea succes evoluează și ele. Economia circulară este esențială pentru un viitor durabil, iar implicarea tinerilor este crucială pentru succesul acesteia. Capitolul evidențiază competențele specifice relevante pentru economia circulară care pot fi îmbunătățite la tineri prin intermediul instrumentelor și resurselor adecvate. Dezvoltarea acestor competențe poate contribui la construirea unui viitor durabil și poate fi benefică pentru dezvoltarea personală și profesională. Prin implicarea tinerilor în economia circulară, îi putem împuternici să ia decizii în cunoștință de cauză și să aducă idei noi, ceea ce va avea ca rezultat schimbări pozitive în comunitățile lor.

3.2 COMPETENȚE RELEVANTE PENTRU DEZVOLTAREA TINERILOR

Acest subcapitol se concentrează pe competențele specifice pe care este important să le dezvolte tinerii pentru a participa la economia circulară. Obiectivul este de a ajuta lucrătorii din domeniul tineretului să implice cu succes tinerii în economia circulară, oferindu-le competențele necesare.

Ascultarea activă: Atunci când cineva ascultă cu atenție și atenție, rezultatul este acela de a înțelege mai bine ceea ce solicită cealaltă persoană sau nevoile pe care le are. Acest

lucru se poate reuși cu limitarea distragerilor și concentrarea pe înțelegere. Elementele cheie ale ascultării active includ:

- **A fi atent:** A fi atent înseamnă să acorzi toată atenția vorbitorului și să eviți distragerile, cum ar fi dispozitivele electronice sau alți stimuli.
- **A pune întrebări deschise:** Punerea de întrebări deschise încurajează participanții să ofere răspunsuri mai detaliate și mai informative, ceea ce duce la o înțelegere mai profundă a perspectivei lor.
- **A arăta empatie:** Manifestarea empatiei presupune recunoașterea și luarea în considerare a emoțiilor celorlalți și un răspuns care să arate înțelegere și sprijin.
- **A fi conștient de sine:** Să fii conștient de tine însuși înseamnă să-ți recunoști propriile prejudecăți și limitări și să te străduiești în mod activ să le depășești pentru a fi pe deplin prezent și implicat în conversație..
- **A fi conștient de limbajul corpului tău:** Este important să fii conștient de limbajul corpului, deoarece acesta poate transmite multe informații nonverbale participanților, cum ar fi nivelul dumneavoastră de interes și de implicare în conversație.

Prin utilizarea abilităților de ascultare activă, facilitatorii pot crea un mediu favorabil unei comunicări deschise și oneste, care poate duce la o mai bună înțelegere, colaborare și rezolvare a problemelor în contextul economiei circulare.

Creativitatea: Încurajarea creativității este esențială pentru implicarea tinerilor în economia circulară. Facilitatorii ar trebui să le ofere participanților oportunități de a gândi în afara cutiei sau de a veni cu soluții inovatoare. A gândi în afara cutiei înseamnă a aborda problemele sau situațiile în moduri noi și inovatoare. Câteva exemple de oportunități de a gândi creativ ar putea include:

- **Sesiuni de brainstorming:** Încurajați gândirea deschisă și creativă, invitând oamenii să își împărtășească ideile fără critici sau judecăți.
- **Gândirea inversă:** Priviți o problemă din



perspectiva opusă și încercați să găsiți o soluție.

- **Jocul de rol:** Adoptați perspective diferite și jucați scenarii pentru a vedea lucrurile dintr-un unghi diferit.
- **Harta mentală:** Folosiți diagrame și mijloace vizuale pentru a face brainstorming de idei și conexiuni.
- **Random word association:** Luați un cuvânt la întâmplare și încercați să îl conectați la problema sau ideea în cauză.

Flexibilitatea: Se referă la tehnica de a se adapta și de a se autoregla la circumstanțe și situații în schimbare. În contextul implicării tinerilor în economia circulară, a fi flexibil înseamnă a fi capabil să îți ajustezi abordarea și metodele pentru a răspunde nevoilor și preferințelor unice ale tinerilor. Există mai multe modalități de îmbunătățire a flexibilității, printre care:

- Practicarea atenției și a auto-reflecției pentru a deveni mai conștienți de propriile modele de gândire și comportamente.
- A fi deschis la idei și perspective noi și la a căuta în mod activ opinii și feedback-uri diverse..
- Încercarea de noi experiențe și ieșirea din zona de confort.
- Acceptarea schimbării și a incertitudinii și considerarea provocărilor ca fiind oportunități de creștere și învățare.
- Dezvoltarea unor aptitudini puternice de comunicare și interpersonale pentru a crea încredere și relații cu ceilalți.

3.3 COMPETENȚE DE FACILITARE PENTRU LUCRĂTORII DE TINERET

În contextul economiei circulare, rolul lucrătorilor din domeniul tineretului și al educatorilor în sprijinirea dezvoltării de competențe esențiale în rândul tinerilor este crucial. Pentru a fi eficient, acest personal trebuie să posede abilitățile de facilitare necesare pentru a crea și oferi experiențe de învățare interesante și puternice.

Leadership: Leadershipul este necesar pentru a facilita și coordona activitățile grupului și pentru a obține rezultatele dorite. În calitate de lider, un lucrător de tineret ar trebui:

- Să creeze un mediu de învățare pozitiv și incluziv care să încurajeze colaborarea și participarea activă.
- Să comunice eficient, să inspire și să motiveze participanții și să conducă prin exemplu.
- Să își ghideze echipa prin procesul de identificare și abordare a problemelor complexe legate de sustenabilitate și eficiența resurselor.
- Să aibă o viziune și o misiune clare.
- Să ofere feedback constructiv.
- Să promoveze un mediu favorabil incluziunii și colaborării.
- Să își asume responsabilitatea pentru acțiunile lor pentru a crea încredere și respect în rândul membrilor echipei.
- Să crească numărul de ateliere de lucru pentru membrii echipei.

Principii ale abilităților de facilitare

Menținerea imparțialității: Acesta este unul dintre principiile fundamentale ale facilitării, care implică rămânerea imparțială și nepărtinitoare pe tot parcursul procesului de facilitare. Menținerea imparțialității înseamnă:

- A evita să ia partea cuiva sau să pledeze pentru un anumit punct de vedere.
- Crearea unui spațiu sigur și lipsit de prejudecăți în care toți participanții se simt ascultați și respectați.

Rezultate:

- Construirea încrederii și a relațiilor cu participanții, aceștia simțindu-se confortabil în a-și împărtăși perspectivele fără teama de a fi judecați sau pedepsiți.
- Creșterea participării și a implicării, deoarece participanții au mai multe șanse de a contribui activ la discuție.
- O gamă mai diversificată de opinii și idei care să fie împărtășite.
- Crearea unei soluții mai solide și mai cuprinzătoare pentru problema sau provocarea în cauză.
- Reducerea conflictului și a tensiunii în cadrul grupului.



Tolerarea diferenței sau a conflictului: Este abilitatea de a promova noi perspective în cadrul unei echipe, chiar dacă acest lucru necesită contestarea punctelor de vedere și a perspectivelor existente. Această abilitate implică:

- Gestionarea conflictelor.
- Încurajarea perspectivelor diverse fără prejudecăți.
- Găsirea unor modalități de a aduce neînțelegerile în conversație.

Pentru a utiliza această abilitate în mod eficient, un facilitator trebuie să fie capabil să

- Să rămână prezent în mijlocul conflictului.
- Evite să ia partea cuiva.
- Îndrume echipa spre o rezolvare productivă.

Rezultate:

- Creativitate sporită. Cu puncte de vedere și perspective diferite, fără prejudecăți și idei inovatoare.
- Îmbunătățirea abilității de rezolvare a problemelor. Ajută la abordarea problemelor legate de munca în echipă.
- Îmbunătățirea comunicării. Atunci când neînțelegerile sunt aduse în discuție și gestionate în mod eficient, acestea pot duce la o mai bună comunicare și înțelegere între membrii echipei.
- O mai mare încredere. Atunci când un lucrător de tineret poate gestiona conflictul și poate rămâne în conflict fără să se abată de la el, poate crea încredere între membrii echipei, deoarece aceștia se simt ascultați și apreciați..

Respectați înțelepciunea grupului: Este un principiu de facilitare care subliniază importanța respectării și valorificării cunoștințelor, experiențelor și perspectivelor tuturor membrilor unui grup. Aceasta înseamnă:

- Recunoașterea faptului că fiecare individ aduce grupului un set unic de abilități, cunoștințe și idei și că aceste perspective diverse pot duce la soluții mai creative și mai eficiente.
- Încurajarea unei comunicări deschise și respectuoase.
- Ascultare activă.
- Promovarea unui mediu de încredere și colaborare.

- Evitarea dominării conversației sau a impunerii propriilor idei asupra grupului.
- Recunoașterea și aprecierea contribuțiilor tuturor membrilor, chiar și a celor care nu au o experiență sau o expertiză atât de mare într-un anumit domeniu.

Rezultate:

- Consolidarea încrederii între persoanele din grup.
- Încurajarea participării tuturor membrilor, ceea ce conduce la un rezultat mai cuprinzător și mai reușit.

Menținerea structurii grupului: Acesta este un principiu de facilitare care presupune ca facilitatorul să se asigure că grupul rămâne concentrat asupra scopurilor și obiectivelor sale. Unele aspecte cheie ale acestui principiu includ:

- Clarificarea scopului grupului. Facilitatorul trebuie să colaboreze cu grupul pentru a identifica scopul și obiectivele acestuia sau să se asigure că toți înțeleg ce se așteaptă de la ei.
- Crearea unei agende: Facilitatorul ar trebui să elaboreze o agendă care să sublinieze subiectele cheie care urmează să fie discutate și care să ajute grupul să se concentreze și să se mențină pe drumul cel bun.
- Gestionarea timpului: Facilitatorul ar trebui să fie atent la constrângerile de timp și să încerce să sprijine grupul să avanseze în timpul alocat.
- Încurajarea participării: Facilitatorul ar trebui să încurajeze toți membrii grupului să participe la discuție și să se asigure că perspectiva fiecăruia este auzită.
- Gestionarea conflictelor: Facilitatorul ar trebui să fie pregătit să gestioneze conflictele și să se asigure că divergențele nu deraiază progresul grupului spre atingerea obiectivelor sale.

Orientarea spre viitor: Această abilitate de facilitare implică încurajarea echipei să se gândească la viitor și să ia în considerare ceea ce este fezabil dincolo de problema actuală. Aceasta implică:

- Creating a plan that includes questions.
- Prompt the team to think about the bigger picture and long-term goals.

Rezultate:

- Încurajează creativitatea și capacitatea de inovare. Lucrătorii din domeniul tineretului își pot încuraja echipa să gândească în afara cutiei, să găsească noi soluții creative la problemele curente și să inoveze.



- Sprijină planificarea strategică. Prin reflectarea asupra viitorului, lucrătorii de tineret pot sprijini planificarea strategică și procesul decizional. Acest lucru poate contribui la asigurarea faptului că echipa lor lucrează în vederea atingerii unor scopuri și obiective pe termen lung, în loc să se concentreze doar pe soluții pe termen scurt.
- Promovează sustenabilitatea. Concentrarea asupra viitorului poate contribui la promovarea sustenabilității în cadrul economiei circulare. Lucrătorii de tineret își pot încuraja echipa să se gândească la impactul pe termen lung al acțiunilor și deciziilor lor și să se gândească la modul în care pot crea un viitor mai sustenabil pentru generațiile viitoare.

3.4 ACTIVITĂȚI

În acest capitol, oferim detalii despre activitățile sugerate pentru a susține acest întreg proces. Am creat activități care sunt adaptabile la întâlniri online sau în persoană, iar baza lor este creativitatea.

3.4.1 Activitatea 1

Denumirea activității:	Provocarea economiei circulare
	Scopul este de a dezvolta gândirea critică și abilitățile creative, consolidarea echipei, brainstorming-ul și gândirea inversă. În primul rând, împărțiți participanții în echipe și provocați-i să vină cu o idee de afaceri care să încorporeze principiile economiei circulare. Echipele trebuie să folosească o tablă albă și să deseneze la întâmplare materiale de deșeuri. Fiecare echipă desenează un deșeu, iar următoarea echipă scrie idei despre cum ar putea fi reutilizat acest material ca produs al economiei circulare. Apoi, fiecare echipă trebuie să elaboreze un scurt plan de afaceri care să sublinieze principalele caracteristici ale ideii lor, cum ar fi publicul țintă, produsele/serviciile și modul în care principiile economiei circulare sunt integrate în modelul lor de afaceri. De exemplu, echipa 1 desenează o sticlă de bere, iar echipa 2 trebuie să realizeze un plan al acesteia ca produs al economiei circulare. După ce își prezintă ideile, toate echipele ar trebui să aibă o conversație de brainstorming. Cea mai inovatoare idee va fi desemnată câștigătoare prin vot.
Locație:	Online sau în persoană
Resurse necesare:	Internet și dispozitiv electronic pentru utilizarea online, hârtie și marker pentru utilizarea în persoană.
Opțiunea de gamificare:	Prin MS Teams sau orice altă platformă care conține o funcție de tablă albă (whiteboard) pentru mai mulți participanți

3.4.2 Activitatea 2

Activity title:	Co- Storytelling
	Scopul acestei activități este de a dezvolta abilitățile de colaborare, de comunicare și de lucru în echipă, precum și de a dezvolta brainstormingul și gândirea inversă. Împărțiți tinerii în grupuri mici și dați fiecărui grup un subiect legat de economia circulară. Fiecare pereche ar trebui să adauge pe rând la povestea pe care urmează să o realizeze, pornind de la ideile partenerului său. Participanții pot folosi creion și hârtie sau o platformă digitală pentru a-și scrie povestea. În grup, discutați temele și mesajele cheie transmise în fiecare poveste și modul în care acestea se referă la economia circulară. Încurajați participanții să se gândească la modul în care pot aplica principiile economiei circulare în propriile vieți și împărtășiți reflecțiile lor. Exemplu: Echipa 1 "Am găsit o sticlă de vin pe plajă...", echipa 2 "și am vrut să o folosesc într-un nou mod...", echipa 1 "apoi am văzut materialul de sticlă și m-am gândit că acesta ar putea fi folosit ca..." și așa mai departe până când produsul ajunge să fie folosit într-un mod alternativ față de cel inițial.
	Durata: aproximativ 30 de minute
Locație:	Online sau în persoană
Resurse necesare:	Internet și dispozitiv electronic pentru utilizarea online, hârtie și pixuri pentru utilizarea în persoană.
Opțiunea de gamificare:	Platforma online de întâlnire pentru mulți participanți

4. Design thinking

Acest capitol prezintă etapele procesului de Design Thinking, le explică și oferă o serie de metode și instrumente care pot fi folosite pentru a facilita fiecare etapă

4.1 INTRODUCERE

Într-o economie circulară, materialele și produsele ar trebui să fie împărtășite, închiriate, reutilizate, reparate, recondiționate și reciclate cât mai mult timp posibil. Acest lucru extinde ciclul de viață al produselor. Prin urmare, economia circulară oferă mult spațiu pentru idei inovatoare în acest sens. Și aici intervine conceptul de design thinking. Design thinking este o filozofie, combinată cu un set de instrumente, care ne ajută să rezolvăm problemele în mod creativ. Design thinking ne oferă o abordare sistematică și structurală pentru a rezolva probleme complexe din mai multe domenii și pentru a găsi soluții noi. Ca atare, se potrivește bine în lucrul cu tinerii cu privire la aspectele și problemele din economia circulară și la posibilele soluții și idei pentru afaceri și servicii inovatoare.

4.2 CONCEPTUL

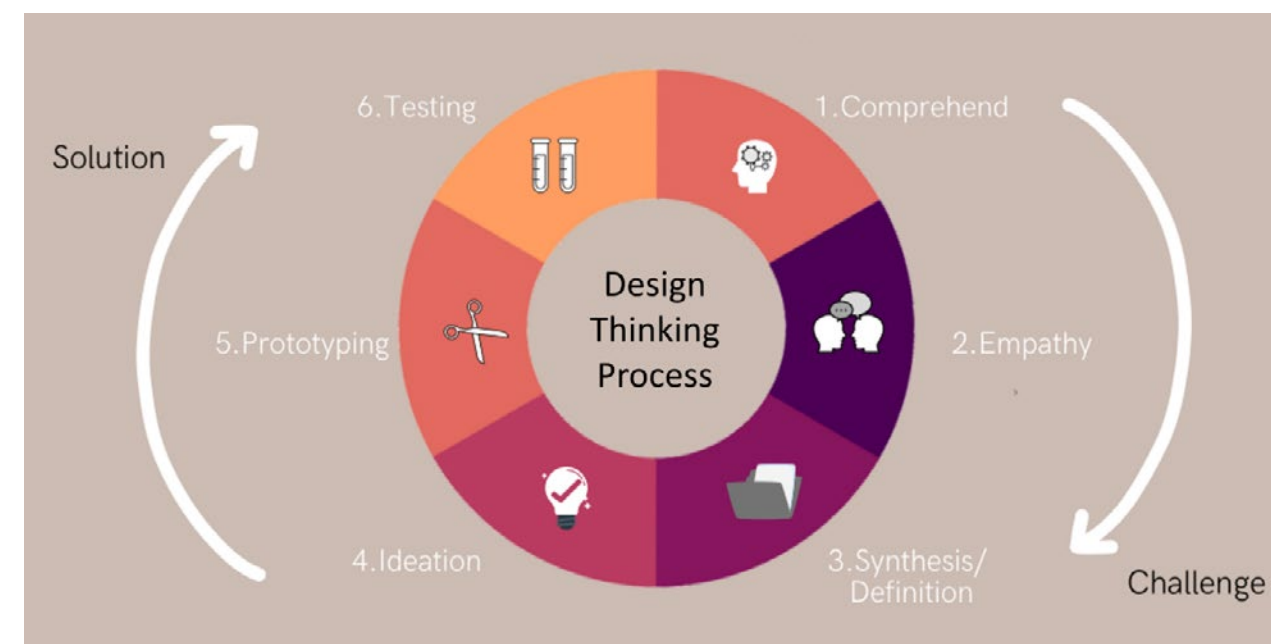
Multe schimbări din lumea noastră sunt determinate de inovație. Inovarea înseamnă a crea ceva nou; fie că este vorba de piese deja cunoscute, asamblate într-un mod nou, fie că este vorba de ceva complet nou și necunoscut până acum. Inovarea este prezentă în toate domeniile societății noastre, este combustibilul creșterii economice și al progresului și oferă noi soluții la probleme și provocări. O condiție prealabilă importantă a inovării este creativitatea, solul în care ideile noi se înrădăcinesc și înfloresc.

Design thinking ne oferă o abordare sistematică și structurală pentru a rezolva probleme complexe din mai multe domenii și pentru a găsi noi soluții care să răspundă nevoilor celor implicați. Metoda se bazează pe un proces în mai multe etape, agil și iterativ. Acest proces de design thinking ne ajută să ne restrângem și să ideii concrete. În fiecare etapă a acestui proces, aplicăm diferite tehnici creative și astfel abordăm soluții inovatoare pentru problema noastră. Utilizatorii și nevoile lor sunt întotdeauna în prim-plan.

4.3 CE ESTE DESIGN THINKING ȘI CUM FUNCȚIONEAZĂ?

Pe scurt, Design Thinking este o filozofie, combinată cu un set de instrumente, care ne ajută să rezolvăm problemele în mod creativ. (Aflați mai multe în videoclipul care oferă o prezentare excelentă a ceea ce este și a modului în care este utilizat: https://www.youtube.com/watch?time_continue=153&v=gHGN6hs2gZY)

Procesul iterativ este împărțit în 6 etape.



4.4 ÎNȚELEGEREA PROBLEMEI

Procesul de Design Thinking începe prin a ne concentra asupra problemei sau provocării pe care dorim să o rezolvăm. Identificarea problemei este primul pas în procesul de design thinking. Rezolvarea durabilă a unei provocări este posibilă numai dacă aceasta este înțeleasă în mod holistic. Din acest motiv, descoperirea și combinarea informațiilor reprezintă punctul de plecare al procesului de Design Thinking.

Hărțile mentale sunt o formă specială de prezentare a ideilor și informațiilor pentru a vizualiza relațiile dintre ele. Pe scurt, este vorba de a lega lucrurile în ansamblu și de a obține o imagine de ansamblu. O hartă mentală este creată de către echipă, fie pe hârtie, fie în format digital.

La început, subiectul hărții este plasat în centru și marcat ca un concept central sau ca un fir de gândire. Apoi, toată lumea scrie tot ceea ce îi trece prin cap în legătură cu această problemă, mai întâi individual, apoi toate problemele sunt adunate și grupate în jurul subiectului hărții. În plus față de cuvinte, se pot folosi elemente vizuale, cum ar fi pictograme sau imagini. Ca un sfat: dacă lucrați cu hârtie, folosiți post-it-uri individuale, astfel încât să le puteți grupa ulterior. În cele din urmă, aranjați și conectați termenii cu linii și arătați similitudinile cu ajutorul culorilor sau simbolurilor. Metoda celor șase întrebări ajută la obținerea unei înțelegeri de bază a oricărei situații.



Clarificarea întrebărilor Cine? De ce? Ce? Când? Unde? și Cum? sprijină echipa în generarea unei baze comune de înțelegere a contextului provocării. Această procedură este simplă, nu necesită mult timp și previne neînțelegerile ulterioare.

1. **Cine?** Identificați persoanele implicate.
2. **De ce?** Identificați cauzele care necesită acțiune și enumerați-le.
3. **Ce?** Identificați acțiunile relevante. Creați o listă a acestora.
4. **Când?** Există factori de timp decisivi? Adunați informații despre aceasta.
5. **Unde?** Scrieți toate locurile care ar putea fi relevante.
6. **Cum?** Identificați modul în care s-au desfășurat scenariile în trecut și enumerați-le

Dacă doriți, puteți utiliza un instrument online (gratuit) pentru a crea hărți mentale. Acest lucru este util mai ales dacă echipa dvs. lucrează din locuri diferite, pentru editarea și partajarea ulterioară. Iată câteva instrumente de creare a hărților mentale:

- [Coggle](#) pentru persoanele care nu au experiență cu hărți mentale.
- [Mindly](#) pentru a lucra pe hărți mentale folosind telefoanele mobile.
- [MindMeister](#) pentru a colabora cu o echipă folosind o hartă mentală.
- [Scapple](#) pentru sesiuni de construire hărți mentale în persoană.
- [Stormboard](#) pentru sesiuni de construire hărți mentale în persoană.
- [Ayoa](#) pentru o abordare modernă a creării de hărți mentale.
- [MindNode](#) pentru utilizatorii Apple.
- [SimpleMind](#) pentru că nu necesită un abonament.

4.5 EMPATIZARE

Cea de-a doua fază se concentrează pe grupurile țintă ale ideii încă nedezvoltate. Pot fi incluse și alte persoane, cum ar fi observatori, pentru a contribui cu puncte de vedere și opinii. Cu cât mai multe opinii, emoții și nevoi se reunesc, cu atât mai bune și mai variate sunt rezultatele pentru procesul ulterior.

Cei cinci „De ce” este o tehnică simplă și rapidă de chestionare pentru o analiză a cauzelor care încearcă să ajungă la "punctul causal" (pain point) al unei provocări sau probleme. Ajută la analizarea profundă a unei situații, deoarece, de multe ori, ce este evident nu reprezintă cauza, ci doar un simptom al unui lanț de probleme.

1. Formulați o propoziție care să descrie provocarea actuală. Faceți-o vizibilă pentru întreaga echipă.
2. Încercați să găsiți împreună, ca echipă, răspunsul "de ce" la această problemă.
3. Răspunsul la întrebare ar trebui, de asemenea, să fie consemnat în scris.
4. Acum, împreună, transformați răspunsul anterior în următoarea întrebare "de ce" care trebuie clarificată.
5. Repetați acest pas de cinci ori până când ajungeți la adevăratul punct causal.

Tehnica "**Emotional Journey Map**" ilustrează călătoria utilizatorului. Harta arată călătoria emoțională a utilizatorului atunci când utilizează un produs sau un serviciu. Accentul este pus pe interacțiunea cu produsul și pe ceea ce rămâne întipărit în mintea utilizatorilor: Produsul îi mulțumește sau nu? Cu ajutorul acestei tehnici, pot fi adunate cunoștințe importante înainte de realizarea prototipurilor (poate fi utilizată în diferite faze).

1. Definiți activitatea pentru care doriți să trasați călătoria emoțională. De exemplu, ar putea fi călătoria unei persoane cu metroul în timp ce se îndreaptă spre casă.
2. Definiți seria de acțiuni a profilului de utilizator în cadrul scenariului ales.
3. Împreună, determinați punctele forte și slabe ale utilizării pe parcursul acțiunilor utilizatorului. Rezultatele cercetării vă pot ajuta și în acest punct.



4. Enumerați punctele de referință găsite în mod individual (puteți utiliza și numere pe care le atribuiți pentru aceste puncte) și conectați-le cu o linie.
5. Analizați împreună punctele slabe ale călătoriei utilizatorului și gândiți-vă cum le puteți evita.

Interviurile calitative sunt foarte potrivite pentru cunoașterea potențialilor utilizatori și pentru a le interoga nevoile. În cadrul interviurilor, ar trebui să se colecteze informații despre utilizator și despre context. Este important ca sesiunea să fie bine pregătită, inclusiv întrebările - adecvate fazei procesului de design thinking în care vă aflați (această tehnică poate fi utilizată în diferite faze).

1. Formulați întrebări în prealabil și puneți-vă în rolul utilizatorului: "Ce îl preocupă pe acesta?".
2. Încercați să formulați întrebările cât mai deschis posibil și evitați întrebările închise cu răspunsuri de tip da/nu (majoritatea informațiilor se află dincolo de ceea ce este afirmat).
3. Fiți atenți la ceea ce spun cei intervievați și, de asemenea, puneți la îndoială afirmațiile făcute.
4. Înregistrați informațiile pe care le obțineți. Folosiți un reportofon sau o cameră foto, dacă este posibil - luarea de notițe durează mai mult și vă poate distrage atenția.
5. Filtrați informațiile după interviu și notați concluziile și afirmațiile care sunt cele mai interesante pentru provocarea dumneavoastră.

4.6 SINTETIZAREA ȘI DEFINIREA

În cea de-a treia etapă, rezumăm constatările și rezultatele noastre. Ce informații putem obține? Ne împărtășim cunoștințele în cadrul echipei. Interpretăm analizele noastre anterioare, tragem noi concluzii și punem în balanță observațiile. Imaginea utilizatorilor noștri crește clar în detaliu.

Scopul acestei etape este de a împărtăși cunoștințele cu echipa noastră și de a genera rezultate concrete. Rezumăm constatările noastre într-o persona (profil de utilizator), de exemplu. Persona (profilul de utilizator) reprezintă grupul nostru de utilizatori cu nevoile sale. Această persona ne permite să simțim empatie în generarea de idei în următoarele faze ale procesului de Design Thinking. În cele din urmă, încheiem această fază cu o întrebare "Cum am putea".

Sinteză sau definiție: În această etapă se combină cele mai importante concluzii din primele două faze (înțelegere și empatizare). Sunt create aceste personas care cartografiază nevoile viitorilor utilizatori într-un mod ținut.

Personas (profilurile de utilizatori) sunt utile atunci când contextul sau utilizatorii nu sunt suficient de bine cunoscuți.

Personas sunt reprezentări ale unor persoane fictive care reprezintă profiluri potențiale de utilizatori ai ideii, produsului sau serviciului dumneavoastră. Ele sunt concepute pe baza informațiilor colectate în faza anterioară, prin cercetare sau interviuri cu grupurile țintă. Crearea de personas ajută echipa de DT (Design Thinking) să dobândească o mai mare înțelegere și empatie pentru utilizatori și să poată dezvolta în continuare proiectul în funcție de nevoile și preferințele utilizatorilor.

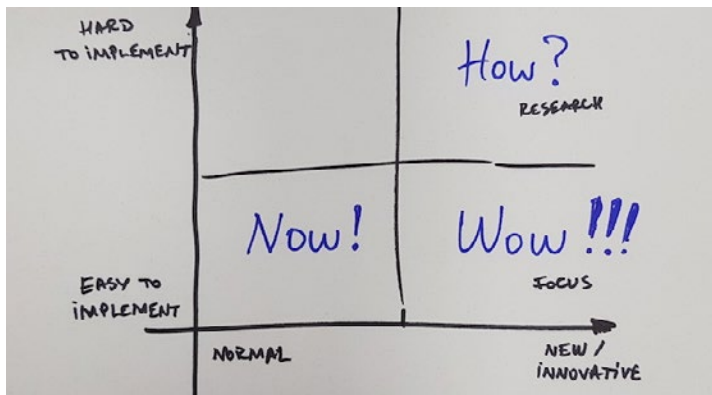
- Înțelegeți-vă publicul cheie. Acest lucru poate include date colectate și culese de dumneavoastră (de exemplu, prin interviuri) sau se poate baza pe informații din studii de piață.
- Împărțiți apoi utilizatorii fictivi în grupuri individuale și filtrați nevoile lor specifice din informațiile preliminare.
- Creați una sau mai multe personas pe baza grupurilor și încercați să evitați stereotipurile. În acest moment, este nevoie de puțină imaginație.

4.7 CONCEPEȚI SOLUȚII

În cea de-a patra fază a procesului, dezvoltăm idei și schițăm soluții. Care idee rezolvă problema? Utilizăm diverse metode creative pentru a dezvolta noi soluții cu ajutorul cunoștințelor noastre vaste. Ne concentrăm pe cantitate. Dezvoltăm cât mai multe idei pentru a veni ulterior cu soluții inovatoare.



Scopul acestei etape este de a genera cât mai multe idei și apoi de a le prioritiza. De exemplu, putem folosi metoda Wow-How-Now pentru stabilirea priorităților. Apoi este important să convenim asupra uneia sau a două idei care să fie



Faza de idee conduce la crearea unui "spațiu al soluțiilor". Aici este important să se creeze soluții și abordări specifice pentru persoanele definite anterior. Sunt utilizate diverse tehnici creative pentru a structura fluxul de idei.

Metoda **Wow-How-Now** este potrivită atunci când procesul de colectare a ideilor este în mare parte finalizat și trebuie să stabiliți prioritățile. Ideile colectate sunt evaluate în funcție de originalitatea lor sau de forța lor inovatoare, precum și pe baza fezabilității lor și sunt introduse într-o matrice. În acest fel, echipa poate decide ce idei să selecteze pentru a continua procesul.

1. Echipa de Design Thinking desenează o matrice cu două axe (2x2)
 - a. Pe axa X se face referire cu termenul de originalitate/ inovare,
 - b. Axa Y cu fezabilitatea / dificultatea de implementare.
2. Câmpul din dreapta sus este etichetat "Cum" (originalitatea este mare, dar fezabilitatea este slabă)
 - a. "Wow" urmează în dreapta jos (originalitatea este mare, la fel și fezabilitatea - cele mai bune idei vor fi găsite aici mai târziu);
 - b. "Now" este scris în dreapta jos (originalitatea este scăzută, dar fezabilitatea este fezabilă - aici pot fi colectate măsuri pe termen scurt);
 - c. În câmpul din stânga sus sunt notate ideile care nu sunt nici originale, nici fezabile - acestea nu vor fi folosite în restul procesului.
3. Asigurați-vă că discutați aceste decizii în cadrul echipei.

Bodystorming-ul amintește foarte mult de metoda brainstorming-ului. Diferența constă nu doar în a discuta o provocare sau o întrebare (fictivă), ci și în a empatiza fizic cu situația. În acest fel, este luată și înțeleasă perspectiva reală a potențialului utilizator. În acest fel, ideile pot fi dezvoltate într-un mod mai bine direcționat.

- Gândiți-vă în prealabil unde ar trebui analizată situația mai atent.
- Mergeți acolo cu echipa Design Thinking și observați comportamentul și interacțiunea utilizatorilor.
- Înregistrați tot ceea ce influențează acțiunile (de exemplu, condițiile de context). Puteți să luați notițe sau să filmați situația (înregistrările video sunt ideale pentru analiza ulterioară a situației).
- Identificați membrii echipei care, ținând cont de cunoștințele dobândite, se pun în situația de "utilizatori" și pun în joc situațiile aflate în discuție.
- Analiza observațiilor: Întrebați membrii echipei despre experiențele și sentimentele lor subiective în timpul scenetei.



Metoda brainwriting poate fi utilizată ca alternativă sau ca pregătire pentru brainstormingul clasic. Spre deosebire de brainstorming, în care se naște de la început o discuție deschisă, participanții își adună inițial ideile în liniște, doar pentru ei înșiși. Apoi, fiecare persoană poate prezenta grupului punctele pe care le-a adunat. Obiectivul ca fiecare persoană să aibă un cuvânt de spus (nu doar cei extroverțiți) poate fi ușor de atins cu această metodă.

1. La început este necesar să se formuleze o întrebare concretă, dacă aceasta nu există deja (de exemplu, "Cum putem...?").
2. Apoi, fiecare persoană din grup formulează câteva idei pe post-it-uri. Acest proces ar trebui să se desfășoare în liniște și cu un calendar. De asemenea, este logic să se stabilească un număr maxim de post-it-uri sau idei pe persoană (de exemplu, 5 de persoană) pentru a limita, de asemenea, timpul pentru prezentarea și discuția ulterioară.
3. După procesul propriu-zis de brainwriting, ideile devin vizibile pentru toți cei prezenți în grup și sunt grupate, dacă este posibil. În acest moment, metoda poate trece fără probleme la o sesiune deschisă de brainstorming.

Metoda **asocierilor spontane (bisociation)** sau, de asemenea, **tehnica folosirii unei imagini drept stimul** sau a unui **cuvânt drept stimul** descrie procesul creativ de generare a ideilor în care imagini sau termeni din domenii necunoscute sunt combinate între ele. Tehnica este ideală pentru a sparge tiparele de gândire stabilite și pentru a găsi abordări complet noi.

1. Echipa de Design Thinking se uită la imagini, cuvinte sau videoclipuri care, la prima vedere, nu au nimic în comun. Nu trebuie să fie vorba de stimuli dintr-o singură categorie - este posibil să se folosească și o combinație, cum ar fi fotografii și cuvinte. În mod ideal, grupul analizează doi stimuli, mai ales dacă tehnologia este nouă pentru ei (maximum cinci).
2. Apoi, membrii echipei notează individual ce asocieri le declanșează stimulii - bineînțeles, în legătură cu provocarea inițială.
3. În următoarea fază de brainwriting, noile idei au fost colectate și discutate în ceea ce privește potențialul și fezabilitatea.

4.8 CONSTRUIREA UNUI PROTOTIP

În cea de-a cincea fază a procesului, dăm viață ideii (ideilor) identificate în faza anterioară. Cum vizualizăm ideea? Cea de-a cincea fază a procesului este una foarte importantă, dar și una dintre cele mai distractive. În cadrul prototipării, gândurile și ideile dezvoltate anterior sunt transpuse într-un produs tangibil. Scopul este de a testa soluția cu utilizatorii noștri și de a obține feedback și informații suplimentare. Ne concentrăm pe crearea de prototipuri cât mai repede posibil și cu un efort redus. Pentru aceasta se poate folosi o mare varietate de materiale. Printre exemplele de modele analogice se numără hârtia, lutul de modelaj și blocurile de construcție. Instrumentele digitale pot fi folosite la fel de bine, de exemplu pentru a afișa o aplicație sau pentru a crea un obiect cu ajutorul unei imprimante 3D - nu există limite pentru creativitate! Scopul este de a crea un prototip care poate fi utilizat pentru a obține feedback.

De exemplu, prototipurile simple, realizate din hârtie, sunt utilizate pentru a reprezenta caracteristicile esențiale ale unui produs sau serviciu într-un mod simplificat. Nu este vorba despre prezentarea întregii game de funcții, ci despre ilustrarea proiectului pentru grupurile de utilizatori potențiali. Deoarece este vorba doar de o înțelegere de bază și de interacțiunea cu produsul, lucrăm în mod conștient cu mijloace simple.

Pentru a crea un prototip de hârtie, puteți folosi următoarele materiale:

- o Hârtie și instrumente de prelucrare (de exemplu, foarfece, lipici, culori)
- o Materiale alternative, cum ar fi lut sau piese de construcție, ipsos etc.

Procedați astfel:

- Identificați și definiți criteriile și caracteristicile esențiale ale ideii de produs sau serviciu.
- Apoi, luați în considerare ce material este cel mai potrivit pentru a vă descrie ideea într-o formă abstractă și redusă
- Modelați prototipul cu ajutorul unor materiale adecvate (de exemplu, hârtie, lut, blocuri de construcție, lemn etc.)



- Leșiți în oraș cu prototipul dvs. și arătați-l diferitelor persoane pe care le întâlniți (din întâmplare). Arătați-le oamenilor caracteristicile esențiale și colectați feedback-ul (notați feedback-ul)
- Documentați rezultatele feedback-ului și eventualele discuții și folosiți aceste observații/remarci pentru dezvoltarea ulterioară a ideii.

Pentru **metoda jocului de rol**, una sau mai multe persoane (în mod ideal) neimplicate simulează o situație cu ideea dezvoltată. Prin intermediul jocului de rol, pe de o parte, persoanele neimplicate ar trebui să aibă o experiență realistă de utilizare a prototipului, iar pe de altă parte, ar trebui să ofere echipei de Design Thinking un plus de cunoștințe. Gradul de specificații și de improvizație pentru punerea în scenă poate fi stabilit individual.

1. Identificați și definiți situația care urmează să fie analizată și apoi stabiliți persoanele implicate, precum și cadrul de acțiune
2. Apoi se alocă rolurile persoanelor neimplicate sau executante
3. În timpul desfășurării jocului de rol, fiți atenți la scenariu, dar fiți deschiși la alte cursuri de acțiune spontane
4. După jocul de rol, documentați și discutați pe marginea rezultatelor și a ciclurilor de feedback colectate.

Storyboard-urile sunt o altă formă de prototip care vizualizează o idee printr-o secvență de fotografii, schițe sau colaje sau prezintă experiența utilizatorului cu prototipul. Forma de reprezentare îi ajută pe utilizatori să înțeleagă contextul și poate, de asemenea, să stimuleze discuțiile.

1. Pentru a concepe un storyboard, puteți folosi fie hârtie obișnuită, fie șabloane prestabilite (linkul furnizat mai jos).
2. Precizați laolaltă subiectul și mesajul pe care doriți să îl reprezentați prin intermediul poveștii și apoi creați roluri pentru povestea dumneavoastră.
3. Apoi, scrieți povestea pe scurt în puncte, ca într-un scenariu, și împărțiți-o în secțiuni sau scene adecvate. Limitați-vă la c. 4-12 scene.
4. Decideți împreună cum doriți să reprezentați povestea (de exemplu, desen, grafică digitală etc.).
5. În cel mai bun caz, folosiți un șablon de storyboard (digital sau tipărit)
6. Scenariul poate fi apoi folosit pentru a explica scopul proiectului dvs. sau poate servi ca bază de discuție cu utilizatorii.

Șabloane:

<https://boords.com/storyboard-template>

<https://www.canva.com/create/storyboards/>

4.9 TESTARE ȘI EVALUARE

În faza finală, testăm prototipul cu clienții/utilizatorii noștri. Ce feedback ne dau aceștia? Primim feedback calitativ. Continuăm să testăm și să ne dezvoltăm ideea până când clientul nostru - utilizatorul nostru - recunoaște ideea noastră ca fiind o soluție la o problemă. Scopul este de a ne testa ideile pentru a afla dacă soluția noastră răspunde nevoilor utilizatorilor noștri.

De exemplu, putem folosi metoda de sortare a cartonașelor pentru a ne testa caracteristicile. În mod ideal, produsul sau serviciul nostru este evaluat de persoane externe, neimplicate. Este important ca prototipul nostru să fie adaptat în permanență și să acordăm atenție feedback-ului utilizatorilor noștri. Dacă o idee nu este bine primită de aceștia, ne întoarcem la faza 4 și alegem o altă idee pentru a o testa. Feedback-ul ar trebui să contribuie în cele din urmă la o îmbunătățire a prototipului în cicluri iterative.

Etapele finale a procesului de design thinking este testarea prototipurilor care au fost dezvoltate. Aceasta este o secțiune importantă, dar provocatoare, care necesită ca membrii echipei să sară peste propriile așteptări sau preconcepții. Este esențial ca produsul sau serviciul să fie evaluat de persoane externe, neimplicate. Din acest motiv, este recomandabil să "ieșiți" pur și simplu cu prototipul și să întrebați persoane necunoscute: Cum este primită ideea și implementarea? Ce poate fi îmbunătățit? Ce își doresc potențialii utilizatori?



Din aceste întrebări reiese clar că procesul de design thinking nu este finalizat în acest punct - feedback-ul ar trebui să contribuie în cele din urmă la îmbunătățirea prototipului în cicluri iterative.

Testele cu utilizatorii (user testing) sunt utilizate pentru a testa prototipurile de către utilizatori selectați. Se poate pune la dispoziție întreaga funcționalitate sau doar o parte a acesteia. În timpul operării prototipului, devine evident potențialul de dezvoltare și îmbunătățire, dar și posibilele puncte slabe. Testarea simplă cu utilizatorii poate fi efectuată în diferite etape de dezvoltare pentru a încorpora feedback-ul.

1. Arătați-le utilizatorilor prototipul dumneavoastră, cât mai bine posibil, fără explicații suplimentare, pentru a obține o primă opinie nefiltrată. În cazul în care ideea nu se explică de la sine, explicați doar contextul, care este necesar pentru o mai bună înțelegere.
2. Lăsați utilizatorii să raporteze în timpul testării ce fac și cum experimentează aplicația.
3. Observați cu atenție procesele și nu interveniți în niciun fel.
4. În timpul testării și/sau după aceea, puneți întrebări valoroase, cum ar fi "Ați utiliza produsul/serviciul? Și dacă da, de ce, sau de ce nu?".

Grila de captură (capture grid) oferă echipei de Design Thinking posibilitatea de a nota și de a grupa toate constatările din testele utilizatorilor. Matricea 2x2 enumeră toate aspectele care au fost înțelese bine sau rău, precum și ambiguitățile și ideile noi. Clasificarea în cele patru domenii ajută enorm la structurarea.

1. Schițați grila (matricea) 2x2 pe o tablă albă (manuală sau virtuală).
 2. În stânga sus se află aspectele pozitive (+), iar în dreapta sus aspectele negative. În partea de jos, în stânga, sunt enumerate ambiguitățile (?) iar în partea de jos, în dreapta, ideile noi care au apărut în timpul testării (!)
 3. Începeți testarea și transferați constatările cât mai direct posibil în grila de feedback.
 4. Discutați și verificați grila după fiecare test efectuat de utilizatori și, dacă este necesar, adăugați aspecte suplimentare
 5. Grila poate fi completată sau modificată prin teste ulterioare
- Dacă doriți să aflați mai multe despre această metodă, consultați aceste pagini:**

<https://www.designthinking-methods.com/en/5Testen/testCaptureGrid.html>

Pregătirea unui cartonaș de testare (testing card) vă ajută să pregătiți un scenariu de testare optim pentru prototipul dumneavoastră. Pe cartonaș sunt adunate întrebări specifice care se referă la obiectul prototipului și la aplicarea acestuia în cadrul testului. În acest fel, obiectivul este păstrat în vedere atunci când interacționați cu potențialii utilizatori. În plus, testele sunt atât de bine pregătite, încât cunoștințele dobândite pot intra direct în dezvoltarea ulterioară sau în finalizarea proiectului.

1. Gândiți-vă împreună la întrebări care să reflecte elementele esențiale ale proiectului dumneavoastră (și ceea ce doriți să verificați). De exemplu, întrebați-vă de ce fel de feedback aveți nevoie pentru etapele următoare? Cine este utilizatorul dumneavoastră ideal? În ce scenariu ar trebui să se plaseze utilizatorii în timpul testării?
2. Scrieți întrebările și comentariile finale pentru utilizatori pe cartonașul de testare. De asemenea, este util dacă vă puteți descrie prototipul într-o singură propoziție. Astfel, îi puteți "prinde" pe utilizatori de la început.
3. După ce ați terminat, analizați întrebările pentru a le adapta sau aprofunda, dacă este necesar.
4. Apoi, efectuați testele folosind prototipul și cartonașul de testare și notați rezultatele pentru dezvoltarea ulterioară.

Găsiți mai multe informații accesând acest link:

<https://www.designthinking-methods.com/en/5Testen/testingCard.html>

Scopul metodei **"Prototipul Vrajitorului din Oz"** este de a economisi timp și resurse financiare în mod inutil. În schimb, necesitatea funcțiilor individuale este verificată în prealabil. În acest fel, utilizatorul testează doar o simulare a gamei de funcții planificate, ceea ce duce la un feedback valoros.

1. Gândiți-vă cu atenție la ce funcții ale prototipului dvs. ar trebui să fie testate
2. Apoi, gândiți-vă cum și cu ce instrumente puteți simula această gamă de funcții cât mai realist posibil (în acest punct este posibilă și o combinație de instrumente).
3. Efectuați testele cu calm și observați comportamentul utilizatorului fără a face comentarii.
4. După testare, puteți afla despre experiența utilizatorului în cadrul unor discuții și puteți colecta feedback suplimentar

Găsiți mai multe informații accesând acest link:

<https://www.designthinking-methods.com/en/5Testen/wizardofOzTE.html>



5. Următorii pași și finanțarea unei afaceri de economie circulară

În acest capitol veți face cunoștință cu câteva instrumente care îi vor ajuta pe tineri să își dezvolte proiectele antreprenoriale și să se implice în oportunitățile disponibile.

5.1 NECESITATEA DE A AVEA O ABORDARE MAI PRACTICĂ ÎN CEEA CE PRIVEȘTE ECONOMIA CIRCULARĂ

Acest capitol este menit să sprijine lucrătorii de tineret în facilitarea unei înțelegeri mai concrete/practice a conceptelor economiei circulare, să îi motiveze să își îmbunătățească competențele, să îndrăznească să se implice în întreprinderi sociale sau să își construiască propriile afaceri și să îi sprijine în călătoria lor antreprenorială.

Chiar dacă putem spune că tinerilor le pasă de mediu și se implică în unele activități circulare, Krajnc et al. (2022, p.16 - 18) afirmă că le lipsesc cunoștințele și experiența sau formarea în acest domeniu pentru a se vedea pe ei înșiși ca agenți ai schimbării. Deși există multiple surse de informații și materiale care vizează creșterea gradului de conștientizare și de înțelegere a conceptelor economiei circulare, există o mare nevoie de o înțelegere mai degrabă practică a ceea ce înseamnă să ai o afacere cu model circular sau ce înseamnă să integrezi circularitatea într-o activitate comercială.

Competențele sau cunoștințele de care tinerii au nevoie pentru a elimina acest decalaj sunt legate de raționament, gândire, evaluare, realizarea de conexiuni și crearea de noi soluții, care să facă legătura între modelele de afaceri și antreprenariat. (Krajnc et al, 2022, p. 16 - 18). Una dintre principalele recomandări pentru a umple aceste lacune este de a intra în contact cu antreprenorii (sociali) locali, pentru a afla mai multe despre experiența lor personală în aplicarea

unui model de afaceri circular într-un context local specific.

Educarea tinerilor este esențială pentru tranziția către o economie circulară și este important să existe programe de formare interdisciplinare pentru a ne apropia de o dezvoltare sustenabilă (Krajnc et al, 2022, p.17). Schimbarea nu este doar responsabilitatea actorilor instituționali sau politici, ci este necesar să ne asigurăm că tinerii au la dispoziție cât mai multe resurse pentru a fi motivați să urmeze o călătorie antreprenorială durabilă sau cel puțin un stil de viață circular.

Putem asigura acest lucru prin promovarea:

1. **Cunoașterea și înțelegerea conceptelor și principiilor economiei circulare, precum și a antreprenoriatului social** – asigurându-ne că tinerii adulți au acces la informații bine puse la punct și la alte surse de informații fiabile pe care le pot verifica personal. Pentru a crește gradul de conștientizare și cunoștințele tinerilor în ceea ce privește principiile economiei circulare și antreprenoriatul, rezultatul 3 al proiectului SYNC constă într-un curs online non-formal și o platformă pentru economia circulară, accesibile și disponibile online în mod gratuit.

2. **Responsabilizare și spirit antreprenorial** – așa cum s-a menționat anterior, tinerii nu se văd pe ei înșiși ca agenți ai schimbării, chiar dacă sunt dispuși să facă schimbări, nu știu de unde sau cum să înceapă, astfel încât este necesar ca ei să devină conștienți de impactul potențial pe care l-ar putea avea, chiar dacă este la o scară mai mică în comparație cu inițiativele la nivel național sau european. Schimbarea începe din interior, astfel încât indivizii joacă un rol important în acest proces de trecere a lumii de la un model economic liniar la unul circular, iar comportamentele individuale își aduc propria contribuție în acest sens. Este important să nu uităm acest lucru și să le insuflăm tinerilor dorința de a avea grijă de mediul înconjurător, asigurându-i că fiecare mic pas durabil pe care îl fac contează pe termen lung. De exemplu, dacă nu sunt încă pregătiți pentru a începe o afacere, pot face mici schimbări durabile



acasă sau la locul de muncă (de exemplu, să sugereze pentru echipă zile de luni fără carne, coșuri de reciclare la locul de muncă etc.).

3. Oportunități – întrucât tinerii nu au cunoștințele/resursele necesare pentru a face schimbări singuri, programele de studiu și de formare, precum Proiectul SYNC Rezultatul 1, create special pentru tineri, ar trebui să fie disponibile gratuit, să conțină informații detaliate și ușor de înțeles și să acționeze, de asemenea, ca un instrument de motivare. În următorul subcapitol am compilat o listă de astfel de oportunități ca punct de plecare pentru această călătorie.

4. Exemple de afaceri în domeniul economiei circulare – o altă modalitate de a le arăta tinerilor potențialul unei afaceri bazate pe circularitate și de a-i motiva să își urmeze ideile antreprenoriale este de a le oferi exemple. Un punct de plecare ar fi interviurile video cu proprietari de mici afaceri, cum ar fi cele care sunt încărcate pe [pagina Youtube a proiectului SYNC](#). În aceste interviuri sunt prezentați tineri care dețin un model circular de afacere și care vorbesc despre parcursul lor, despre momentele bune și mai puțin bune ale unei astfel de afaceri și despre ce înseamnă să ai o afacere socială.

5.2 ASIGURAREA ACCESULUI LA INFORMAȚII ȘI LA INFRASTRUCTURILE DE CERCETARE

Informații detaliate și resurse privind economia circulară, modelele de afaceri durabile, oportunitățile de subvenționare, crearea de rețele cu persoane care împărtășesc aceleași idei etc. pot fi găsite, de obicei, pe platformele europene sau în ONG-urile dedicate acestei cauze.

Deși pot fi găsite informații pe această temă la nivel național, resursele internaționale sunt cele mai detaliate și mai utile pentru cineva care dorește să înțeleagă economia circulară și ce presupune aceasta. Un exemplu dintre cele mai cunoscute și mai pline de resurse entități internaționale este [Ellen MacArthur Foundation](#), care se ocupă exclusiv de încercarea de a schimba mentalitățile în ceea ce privește schimbările climatice, deșeurile, poluarea prin intermediul principiilor economiei circulare și este o resursă excelentă pentru oricine este interesat de acest subiect. Este o platformă accesibilă

și ușor de utilizat, cu articole, videoclipuri, podcast-uri, studii, oportunități de angajare etc.

O altă resursă bună pentru cineva interesat de economia circulară este [European Green Deal](#) (Pactul Verde European), Strategia UE pentru a face față amenințărilor și provocărilor cu care se confruntă mediul nostru înconjurător și setul de politici adoptate de UE pentru a reduce emisiile nete de gaze cu efect de seră cu cel puțin 55% până în 2030. The Green Deal / Pactul Verde European este o resursă cuprinzătoare pentru a înțelege mai bine cu ce se confruntă mediul nostru și cum ar putea contribui tranziția către o economie circulară la atingerea obiectivelor UE. De asemenea, puteți încuraja tinerii să verifice Obiectivele de dezvoltare durabilă, Planul de Acțiune privind Economia Circulară. De la lansarea Pactului Verde European și de la angajamentul de a reduce emisiile de carbon și de a trece la un stil de viață mai durabil, guvernele au început să își adapteze legislația pentru a se adapta la tranziția către o economie bazată mai mult pe circularitate.

Iată o listă cu alte instrumente și resurse utile disponibile la nivel european:

The Circular Design Guide – <https://www.circulardesignguide.com/> – această platformă este o colaborare între Fundația Ellen MacArthur și IDEO, o companie globală de design, care colectează resurse și povești despre economia circulară.

Platforma UE de sprijin financiar pentru economia circulară – <https://www.greenfinanceplatform.org/policies-and-regulations/eu-circular-economy-finance-support-platform> – Platforma include o bază de date privind măsurile de finanțare în domeniul ecologic, care constă în măsuri de politică și de reglementare emise de autoritățile publice, cum ar fi guvernele, băncile centrale, autoritățile de reglementare financiară și instituțiile financiare publice..

European Circular Economy Stakeholder Platform – <https://circulareconomy.europa.eu/platform/en> – o inițiativă comună a Comisiei Europene și a Comitetului Economic și Social European, care reunește părțile interesate implicate în economia circulară din întreaga Europă și sprijină schimbul de bune practici. Platforma are un buletin informativ, prezintă evenimente privind economia circulară, organizează EU Circular Talks, include un hub de cunoștințe și un set de instrumente și face



trimitere la grupuri LinkedIn și forumuri de conversație.

Circulary – <http://www.circulary.eu/> - un instrument web care este actualizat în mod constant cu noi exemple de modele de afaceri în domeniul economiei circulare, de la întreprinderi mici și mijlocii (IMM-uri) inovatoare, precum și de la alte întreprinderi, inclusiv datele de contact ale acestora. Instrumentul include o listă de provocări pe care întreprinderile circulare le întâmpină de obicei, partenerii sau investitorii pe care îi au, sectoarele acoperite. Întreprinderile noi pot fi prezentate în orice moment. Următorul videoclip este o bună introducere în platformă: <https://youtu.be/x5-Eu06p60M>.

Sondajul Eurobarometru – <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2257> – este o colecție de date provenind dintr-un sondaj de opinie publică realizat în mod sistematic în mai multe țări din Europa. Rezultatele pot fi filtrate în funcție de țară. Este o bună sursă de informații, în special pentru cei care doresc să înceapă o afacere, să verifice valorile sau opiniile locale pe teme de mediu sau chiar de natură politică sau socială.

Prin urmare, un pas următor recomandat pentru oricine dorește să implementeze un model de afaceri circular ar fi să verifice politicile europene și naționale, precum și ce fel de afaceri sunt potrivite la nivel local, dacă există scutiri fiscale sau alte reglementări (ar putea exista scutiri fiscale pentru anumite sectoare de activitate).

5.3 CREAREA UNEI LISTE DE PĂRȚI INTERESATE

O parte interesată poate fi orice persoană sau instituție care poate afecta sau poate fi afectată de activitatea sau inițiativa dumneavoastră. Aceștia pot fi atât interni echipei, cât și clienți, membri ai unei comunități, creditori etc. Nu toate părțile interesate au aceeași influență asupra unei afaceri și nici nu vor fi afectate în același mod ca alții. Este o bună practică să aveți o listă cuprinzătoare a tuturor părților interesate atunci când începeți o afacere, deoarece aceasta poate fi utilizată ulterior pentru a vă ajuta să definiți activitatea de afaceri, indiferent dacă aceasta face parte din comunicare, vânzări, finanțe, etc.

De exemplu, în scopul finanțării, este important să știți ce persoane sau grupuri pot oferi sprijin, din punct de vedere

financiar, la orice nivel. Poate fi vorba de clienții afacerii (prin vânzări sau crowdfunding), de instituții europene sau naționale care oferă subvenții sau pur și simplu de instituții de creditare, care vor aștepta o rambursare mai târziu.

5.4 IDENTIFICAREA OPORTUNITĂȚILOR DE FINANȚARE ȘI A SPRIJINULUI COMUNITAR LA NIVEL EUROPEAN

Atunci când doriți să începeți o afacere, este util să cunoașteți sursele de sprijin financiar. O afacere poate avea diverse cerințe financiare, iată câteva exemple (desigur, depinde de tipul de afacere):

- Finanțarea dezvoltării (analiză de fezabilitate, prototipuri etc.)
- Costurile directe ale produsului (achiziționarea materiilor prime necesare pentru producție)
- Costuri generale de gestionare și administrare: de la marketing, juridice sau de proprietate sau drepturi intelectuale, distribuție, consumabile de birou, costuri de călătorie și cazare, asigurări, utilități, contabilitate, etc.
- Costuri de personal: directe (salarii, impozite) sau indirecte
- Echipamente și utilaje - necesare pentru producție sau pentru activitatea zilnică a afacerii.

Și lista poate continua - evaluarea resurselor financiare și a fluxului potențial este o parte esențială a unui plan de afaceri.

Cele mai multe oportunități de finanțare pentru micile întreprinderi circulare pot fi găsite în programele dezvoltate de UE, cum ar fi [Erasmus pentru Tinerii Antreprenori](#), [Fundația Europeană pentru Tineret](#), [ClimAccelerator](#). În timp ce aceste tipuri de oportunități de finanțare pot fi la început intimidante, procesul de solicitare a finanțării fiind uneori plictisitor și necesitând o mulțime de documente, aceste granturi sunt mai potrivite pentru o mică afacere circulară decât, să spunem, fondurile de capital de risc (venture capital), care de cele mai multe ori vine cu riscuri



mai mari și se așteaptă la profituri rapide și poate chiar falimenta o mică afacere durabilă.

Subvențiile reprezintă o opțiune mult mai sigură și mai bună, în special pentru aceste tipuri de întreprinderi axate pe un aspect social. Pe lângă aceasta, aceste tipuri de platforme includ și programe de mentorat, evenimente online / offline, o comunitate de oameni cu aceleași idei, unde se împărtășesc sfaturi și trucuri și unde oamenii se sprijină reciproc în călătoria lor antreprenorială.

Există multiple oportunități care oferă finanțare la nivel european, pentru a ajuta economiile naționale să adopte un model circular, cum ar fi [Horizon Europe](#), [Sprijinul politicii regionale pentru economia circulară](#), sau.

Alte modalități de finanțare a unei întreprinderi (lista nu se limitează la elementele menționate):

- Fonduri personale, prieteni și familie
- Concursuri
- Programe de accelerare
- Investitori privați
- Fonduri de capital de risc
- Crowdfunding
- Sponsorizări
- Strângere de fonduri online
- Împrumuturi bancare
- Fonduri de impact (pentru întreprinderi sociale)
- Scontul facturilor / factoring
- Leasing

Este important de subliniat faptul că eligibilitatea unei opțiuni de finanțare depinde de ciclul de viață al afacerii, de dimensiunea acesteia și de nivelul de cunoștințe și competențe al proprietarului și al echipei and competencies.

5.5 IDENTIFICAREA OPORTUNITĂȚILOR DE DEZVOLTARE A CARIEREI

Acceleratoarele sau hub-urile de afaceri reprezintă o

oportunitate excelentă pentru persoanele care doresc să își deschidă propria afacere, dar nu știu de unde să înceapă. Acestea oferă formare și resurse de la început până la sfârșit și îi învață pe oameni tot ceea ce trebuie să știe, de la cum să dezvolte o idee până la cum să creeze un plan de afaceri solid. La finalul acestor sesiuni de formare, de obicei, au loc evenimente în cadrul cărora oamenii își pot prezenta ideile de afaceri investitorilor. Ceea ce face ca aceste hub-uri să fie o alegere excelentă pentru persoanele care doresc să înceapă o afacere este faptul că sunt locale, au propriile programe de formare și de afaceri (și subvenții), dar sunt, de asemenea, conectate cu alte astfel de hub-uri la nivel internațional. Un alt beneficiu este reprezentat de componentele de networking și mentorat, intrând în contact cu alți antreprenori, învățând din poveștile lor de succes, dar și din greșelile lor.

5.6 ACTIVITĂȚI

Următoarele activități sunt menite să fie interactive, atractive și utile pentru tineri. Încercând să creeze un plan de afaceri pentru ideea lor de afacere durabilă și ascultând și discutând cu antreprenori de mici afaceri, ei pot experimenta la fața locului ce înseamnă să fii proprietar de afacere, ce înseamnă să ai o afacere durabilă.





5.6.1 Activitatea 1

Denumirea activității:	Refacerea unei idei - Studii de caz - întreprinderi circulare existente
Descriere:	Scopul acestei activități este de a-i învăța pe tineri să se gândească la principiile economiei circulare, folosind un caz concret. Această activitate îi ajută să gândească critic, în mod sustenabil, implicându-se în același timp cu colegii lor. Formatorul prezintă o listă de întreprinderi circulare (fie locale, fie internaționale - http://www.circulargy.eu/ este o sursă bună în acest sens, sau pur și simplu o căutare personală). Participanții sunt împărțiți în grupuri de 4-5 persoane. Fiecare grup alege o afacere. Fiecare grup are la dispoziție 20 de minute pentru a cerceta afacerea: cum a început, sectorul/industria din care face parte, care sunt clienții, care este obiectivul acesteia, cum aplică principiile economiei circulare, ce provocări a întâmpinat, ce a mers bine, valorile. Apoi, grupurile au la dispoziție încă 30 de minute pentru a veni cu idei de îmbunătățire a modelului de afaceri, cu potențiali pași următori sau cu evoluții care ar crește raza de acțiune a afacerii, circularitatea SAU pentru a veni cu o nouă idee de afacere, inspirată de cea pe care au studiat-o. Fiecare grup își prezintă ideea de afacere îmbunătățită sau nouă (10 minute pe grup): sectorul/industria din care face parte, cine sunt clienții, care este obiectivul său, cum aplică principiile economiei circulare, potențialele obstacole la care se așteaptă și cum le-ar putea depăși. În cazul în care se simt inspirați de afacere, ar trebui să fie încurajați să o contacteze și să afle mai multe informații.
Durata:	o oră.
Locație:	Online / offline
	Cum se adaptează activitatea la online: Formatorul ar putea folosi Zoom sau alt software de conferință online, împărțind participanții în camere online. Exemplele de afaceri ar putea fi trimise prin intermediul opțiunii de chat din Zoom.
Resursele necesare	Fișe cu ideile de afaceri, hârtie pentru a lua notițe (dacă activitatea se desfășoară în persoană). Dispozitiv cu conexiune la internet, dacă activitatea este online.



5.6.2 Activitatea 2

Denumirea activității:	Întrebări și răspunsuri privind afacerile durabile - Organizarea unui atelier de lucru cu un proprietar de mică afacere care aplică principiile economiei circulare
Descriere:	Scopul acestei activități este de a-i învăța pe tineri să se gândească în mod critic la ideea lor de afacere și la modul în care o pot face (mai) durabilă. Această activitate implică două părți: Formatorul găsește un proprietar de afacere circulară pe care să îl invite ca invitat pentru această activitate. Formatorul îi invită pe participanți să se gândească la o idee de afacere circulară și să creeze o prezentare de afaceri (pitch) pentru aceasta, răspunzând la următoarele întrebări - în perechi sau în grupuri (60 de minute): 1. Ce fel de afacere va fi? 2. Cine vor fi clienții? 3. Care sunt obiectivele, prioritățile sau valorile afacerii? 4. Ce îi motivează din punct de vedere personal și profesional? 5. Cum aduce ideea lor mai multă valoare în comparație cu ceea ce fac concurenții? 6. De ce au nevoie pentru a-și lansa ideea? Care este persoana ideală căreia i-ar prezenta ideea? Participanții își prezintă ideea în fața proprietarului de afacere circulară invitat (5 minute pentru fiecare pereche/grup) - invitatul oferă un scurt feedback fiecărei perechi/grupuri. Întrebări și răspunsuri suplimentare (opționale) între tineri și proprietarii de mici afaceri (60 de minute): obținerea de sfaturi directe de la proprietarii de mici afaceri, discuții despre aspectele pozitive și negative ale unei afaceri sustenabile, care a fost prima lor idee de afaceri, dacă a fost o afacere sustenabilă de la început (dacă nu, ce schimbări au făcut, ce i-a făcut să se răzgândească; dacă da, ce i-a făcut să se gândească la asta de la început), ce face ca afacerea lor să fie sustenabilă, de ce le pasă de sustenabilitate, cum a început afacerea lor (pe banii lor, cu ce tip de finanțare etc.).
Durata:	cel mult 2 ore.
Locație:	online / offline
	Cum se adaptează activitatea la online: Formatorul ar putea folosi Zoom sau un alt software de conferință online
Resursele necesare:	Hârtie pentru a lua notițe (dacă activitatea se desfășoară în persoană). Dispozitiv cu conexiune la internet, dacă activitatea se desfășoară online



6. Bibliografie

About Circular Economy. (n.d.). Circular Economy Portugal. Retrieved January 3, 2023, from <https://circulareconomy.pt/en/about-circular-economy/>

Board of Innovation. (n.d.). Circular Economy business models explained. Board of Innovation. Retrieved January 16, 2023, from <https://www.boardofinnovation.com/circular-economy-business-models-explained/>

Circular economy – sustainable competencies for youth (CESCY). (2022). Youth competencies in the circular economy labour market. https://circulareconomy.europa.eu/platform/sites/default/files/youth_competencies_in_the_circular_economy_labour_market_a_taxonomy_of_competencies_cescy_io2.pdf

Deloitte United Kingdom. (2022). How consumers are embracing sustainability—Adoption of sustainable lifestyles is on the rise, but consumers need more help. Deloitte United Kingdom. <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/consumer-business/articles/sustainable-consumer.html>

Elliot, T. (2021). How to build your small business into a responsible brand. Enterprise Nation. <https://www.enterprisenation.com/learn-something/how-to-build-a-responsible-brand/>

European Commission Directorate-General for the Environment & European Commission Joint Research Centre. (2010). Making sustainable consumption and production a reality: A guide for business and policy makers to Life Cycle Thinking and Assessment. Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2779/91521>

European Parliament. (2015, February 12). Circular economy: Definition, importance and benefits | News | European Parliament. <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/economy/20151201STO05603/circular-economy-definition-importance-and-benefits>

Forehand, M. (2005). Bloom's taxonomy: Original and revised. In M. Orey (Ed.), Emerging perspectives on learning, teaching, and technology. Available Website: <http://www.coe.uga.edu/epltt/bloom.htm>.

Future Planet. (n.d.). Future Planet | 7 Benefits Of The Circular Economy. Retrieved January 12, 2023, from <https://www.futureplanet.com/resources/7-benefits-of-the-circular-economy/>

Goodfellow, C. (2020). Start-ups you can launch to help save the world. Enterprise Nation. <https://www.enterprisenation.com/learn-something/sustainable-businesses-you-can-start-in-2020-to-help-save-the-world/>

IISD. (2020). Effects of the Circular Economy on Jobs. <https://www.iisd.org/system/files/2020-12/circular-economy-jobs.pdf>

Lassi, A. (2020). Economic growth and circular economy? Interreg Europe. <https://projects2014-2020.interregeurope.eu/reduces/news/news-article/10730/economic-growth-and-circular-economy/>

Lifecycle initiative. (2012, December 7). What is Life Cycle Thinking? - Life Cycle Initiative. <https://www.lifecycleinitiative.org/starting-life-cycle-thinking/what-is-life-cycle-thinking/>, [https://www.lifecycleinitiative.org/starting-life-cycle-thinking/](https://www.lifecycleinitiative.org/starting-life-cycle-thinking/what-is-life-cycle-thinking/)

Lusa. (2022). Produção anual e resíduos de plástico duplicaram em duas décadas. <https://www.jornaldenegocios.pt/economia/detalhe/producao-anual-e-residuos-de-plastico-duplicaram-em-duas-decadas>

Marr, B. (2022). 13 Easy Steps To Improve Your Critical Thinking Skills. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2022/08/05/13-easy-steps-to-improve-your-critical-thinking-skills/>



6. Bibliografie

Potting, J., Hekkert, M., Worrell, E., & Hanemaaijer, A. (2017). Circular economy: Measuring innovation in the product chain. 2544.

Santander. (2021). Linear and circular economies: What are they and what's the difference? <https://www.santander.com/en/stories/linear-and-circular-economies-what-are-they-and-whats-the-difference>

Schaltegger, S. (2013). Sustainable Entrepreneurship. In S. O. Idowu, N. Capaldi, L. Zu, & A. D. Gupta (Eds.), Encyclopedia of Corporate Social Responsibility (pp. 2458–2462). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-28036-8_742

UNEP. (2004). Why Take A Life Cycle Approach? (1a). United Nations Publications. https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/846Why_take_a_life_cycle_approach_EN.pdf

World Economic Fórum. (2022). 5 circular economy business models that offer a competitive advantage. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/agenda/2022/01/5-circular-economy-business-models-competitive-advantage/>



Copyright © Kmap Policy Center 2023

All rights reserved.