

SIPARTE: ORIENTAMENTO, FORMAZIONE E UN HACKATHON RURALE A SUPPORTO  
DI IDEE IMPRENDITORIALI INNOVATIVE IN AREE MONTANE

Catie Burlando<sup>a</sup>, Laura Secco<sup>b</sup>, Elena Pisani<sup>b</sup>, Riccardo Da Re<sup>b</sup>, Kamini Vicentini<sup>b</sup>, Francesco Pra  
Levis<sup>a</sup>

**SOMMARIO**

Questo paper riporta i risultati di un percorso di innovazione sociale sviluppato nella Valbelluna, in Provincia di Belluno, e volto a incrementare le opportunità di giovani imprenditori. Il percorso è stato sostenuto attraverso il progetto EU Horizon 2020 “Social Innovation in Marginalised Rural Areas” (SIMRA), il cui obiettivo si esplica nello studio di azioni di innovazione sociale in aree rurali marginalizzate dei paesi europei e del Mediterraneo. L’azione è stata sviluppata in risposta allo spopolamento giovanile e al crescente impoverimento del tessuto culturale, economico e sociale nella valle. Essa ha visto la collaborazione tra Università di Padova, lo spin-off Etifor ed il Gruppo di Azione Locale (GAL) Prealpi e Dolomiti. L’obiettivo del progetto è stato stimolare la creazione di nuovi network e supportare lo sviluppo di idee imprenditoriali giovanili legate all’innovazione sociale, attraverso un percorso formativo ad hoc basato su tecniche di approccio partecipativo. Il percorso è culminato in un hackathon rurale di 30 ore che ha visto 6 gruppi (per un totale di 24 giovani imprenditori) cimentarsi nell’affinare e presentare la loro idea imprenditoriale con l’aiuto di professionisti ricercatori provenienti da vari ambienti. L’idea vincente è stata premiata supportandone la fase di start-up. Il paper conclude con una discussione delle lezioni apprese.

*Parole chiave: innovazione sociale, aree montane, spopolamento, sviluppo territoriale, imprenditoria giovanile*

**1. Introduzione**

Le problematiche sociali nelle aree rurali e in particolar modo montane sono complesse, multi-scala e sempre più associate a forti cambiamenti demografici, tra i quali lo spopolamento, l’invecchiamento, la disoccupazione e l’emigrazione giovanile nonché la crescita della povertà e della maggiore vulnerabilità specialmente dei ceti marginali. A queste sfide emergenti si associano problematiche ambientali tra le quali il cambiamento climatico, la sicurezza alimentare, e la protezione delle risorse naturali (European Environment Agency, 2015; FRA, 2017; Godfray *et al.*, 2010). Tali problematiche richiedono interventi sistematici ed olistici, che però spesso mancano, e di soluzioni innovative. Il programma di ricerca Horizon 2020 (H2020) definisce queste problematiche Sfide della Società (European Commission, 2017). Approcci e metodi di valutazione transdisciplinare possono aiutare a sviluppare politiche innovative e valutare modelli di investimento che possano generare soluzioni di lungo periodo dalla scala locale alla scala globale (Leijten *et al.*, 2012).

---

<sup>a</sup> Etifor Srl, Spinoff Università di Padova, Viale dell’Università 16, 35020 Legnaro (PD). [catie.burlando@etifor.com](mailto:catie.burlando@etifor.com)  
(Corresponding author)

<sup>b</sup> Dipartimento TeSAF, Università di Padova, Viale dell’Università 16, 35020 Legnaro (PD).

Uno di questi approcci è l'innovazione sociale. La Strategia Europea punta a valorizzare e “mettere in moto” la creatività della società civile attraverso l'innovazione sociale. Questo è un modo efficace di sviluppare nuove soluzioni oltre alle innovazioni tecnologiche, per un uso migliore di risorse scarse e per una società più innovativa e aperta all'apprendimento (BEPA, 2011, 7). Nello specifico, l'innovazione sociale avviene quando:

- si creano nuove relazioni, nuove reti, nuove procedure, nuove regole di azione, nuovi valori condivisi;
- si risponde a bisogni o sfide sociali, riempiendo “i buchi” lasciati dai meccanismi del mercato e dalle istituzioni pubbliche;
- la società civile si fa motore dell'azione.

Il ruolo del *human agency* (vista come atteggiamenti, motivazione, desiderio di mettersi in gioco) nel promuovere l'azione collettiva è un tratto distintivo dell'innovazione sociale (Cajeba-Santana, 2014; Haxeltine et al., 2016). L'atto di innovare le proprie pratiche sociali attraverso l'azione di individui motivati e di membri della società civile che assieme cercano di alleviare sfide sociali, nell'ambito ambientale, economico, sociale e istituzionale, è un modo per affrontare problematiche che rimarrebbero altrimenti irrisolte da politiche e interventi correnti. L'innovazione sociale potrebbe essere uno strumento adatto ad affrontare problematiche emergenti, anche se, come questo avvenga, da parte di chi, sotto quali circostanze, e con quali tipi di impatti, non è stato ancora valutato. Lo spazio per definire ipotesi sull'emergenza dell'innovazione sociale costituisce tuttora un campo aperto alla ricerca. Poiché molta della ricerca avviene nelle aree urbane, nelle aree rurali questo tema è dibattuto (Neumeier, 2017).

Il programma H2020 stimola direttamente lo sviluppo di azioni innovative come attività dimostrative per esplorare la fattibilità di nuove conoscenze, in termini di nuove tecnologie, prodotti o servizi, e in condizioni reali (European Commission, 2014). Le azioni innovative costituiscono un nuovo modo di esplorare l'implementazione della ricerca in maniera pro-attiva. Anche se sono in crescita, la conoscenza di come si implementi un'azione innovativa, quale sia il ruolo del ricercatore nel guidare gli attori nella scelta e nello sviluppo dell'azione e quale sia l'evoluzione dell'idea e del network dalla fase di proposta alla fase di maturazione, non è stata studiata.

Il progetto europeo Social Innovation in Marginalised Rural Areas (SIMRA) definisce l'innovazione sociale come “la riconfigurazione di pratiche sociali, in risposta a sfide della società, che tenta di migliorare gli impatti sul benessere e necessariamente prevede il coinvolgimento di attori della società civile” (Polman et al., 2017). Il progetto SIMRA ha permesso di testare l'emergenza dell'innovazione sociale in sette azioni innovative atte a identificare fattori di successo. Per fare questo, è stato creato un modello di co-costruzione atto a testare la fase iniziale di emergenza dell'azione innovativa, e la sua fattibilità (Goviglia et al., in prep.). Il modello di co-costruzione dell'azione innovativa ha previsto le seguenti fasi. Una prima fase di *design* ha avuto l'obiettivo di definire lo scopo dell'azione, gli obiettivi degli stakeholder locali e i modi per avviare le attività. La seconda fase di *implementazione* ha avuto l'obiettivo di portare avanti le azioni condivise, compresa la disseminazione delle attività, i processi svolti ed i risultati raggiunti al pubblico. La terza fase, di *consolidamento*, ha l'obiettivo di cristallizzare i risultati dell'azione e valutarli in relazione agli obiettivi prefissati durante la fase di Design.

L'obiettivo di questo paper è di riportare i risultati delle prime due fasi dell'azione innovativa SIparte “un percorso di innovazione sociale e imprenditorialità giovanile” che è stato sviluppato nella Valbelluna, in Provincia di Belluno, Regione Veneto tra il 2017 ed il 2019 grazie al coinvolgimento del Dipartimento Tesaf dell'Università di Padova, partner di progetto, Etifor, uno spinoff dell'Università di Padova, ed il GAL Prealpi e Dolomiti. La seconda sezione presenta la varietà di definizioni legate all'innovazione sociale e spiega l'importanza del supporto alle startup come strategia di sviluppo locale. La terza sezione descrive il contesto della Valbelluna ed le motivazioni che hanno portato alla scelta dell'azione innovativa, mentre la quarta sezione descrive il percorso attuato, le metodologie partecipative utilizzate ed i risultati preliminari del percorso. La quinta sezione discute i risultati e le lezioni apprese, anche in vista di possibili opportunità di sviluppo futuro.

## 1. Background

### 1.1 Innovazione sociale come motore di sviluppo nelle aree rurali marginali

Nella strategia europea EU2020 e in varie politiche comunitarie rivolte alle aree rurali fragili, l'adozione di nuove modalità relazionali, specie tra istituzioni pubbliche e attori privati, la creazione e il consolidamento di reti tra produttori, trasformatori e consumatori, il rafforzamento della collaborazione e della fiducia a livello locale sono considerati fattori sempre più essenziali alla promozione di una crescita sostenibile, inclusiva e smart. Mettere in moto la creatività della società civile per creare nuove soluzioni pratiche a problemi sociali complessi significa fare leva sulla cosiddetta innovazione sociale. Al momento, nonostante il crescente interesse per l'argomento da parte dei decisori politici e del mondo accademico, e la già ampia diffusione di esempi concreti di innovazione sociale in contesti rurali europei, non vi è una definizione univoca e pienamente condivisa di questo concetto, né esiste un metodo consolidato per valutarne caratteristiche ed effetti nel medio e lungo termine (Bekkers *et al.*, 2013; Anderson *et al.*, 2014; Nicholls *et al.*, 2015; Howaldt and Schwarz, 2016). Per esempio, l'innovazione sociale secondo Mulgan (2007: 8) è: *“innovative activities and services that are motivated by the goal of meeting a social need and that are predominantly developed and diffused through organisations whose primary purposes are social.”* Secondo BEPA (2011: 9): *“Social innovation can be defined as the development and implementation of new ideas (products, services and models) to meet social needs and create new social relationships or collaborations. It represents new responses to pressing social demands, which affect the process of social interactions. It is aimed at improving human well-being. Social innovations are innovations that are social in both their ends and their means. They are innovations that are not only good for society but also enhance individuals' capacity to act.”* Per Cajaiba-Santana (2014: 44) *“social innovations are new social practices created from collective, intentional, and goal-oriented actions aimed at prompting social change through the reconfiguration of how social goals are accomplished”*. Mentre Rehfeld *et al* (2015: 6) suggerisce come l'innovazione sociale rappresenti *“novel combinations of ideas and distinct forms of collaboration that transcend established institutional contexts with the effect of empowering and (re-engaging vulnerable groups either in the process of social innovation or as a result of it).”*

Vari casi studio identificati in Veneto ed in Italia mostrano come l'innovazione sociale possa essere un motore di sviluppo per le aree rurali marginali. In Italia, si possono citare ad esempio: il welfare di comunità della Cooperativa Cadore in Provincia di Belluno (Di Meglio e Pellegrini (2016), Libera Terra, Adotta una mucca in Valsugana (TN), il contratto di fiume del Delta del Po (RO) e Rural Hub (NA). Altri in Europa sono stati classificati grazie al progetto SIMRA ed inseriti in un database accessibile<sup>c</sup>. La casistica è ampia e diversificata, andando dalle cooperative di comunità all'agricoltura sociale in terre confiscate alla mafia, dalle reti di operatori agricoli coinvolti nello sviluppo turistico di una destinazione, all'adozione di approcci partecipativi per lo sviluppo delle risorse fluviale. Sempre più hubs cercano di stimolare l'imprenditorialità nelle aree rurali e la creazione di prodotti che valorizzano risorse naturali in aree marginali. Per esempio, ReStartAlp<sup>d</sup> è stato avviato nel 2014 e promuove un campus per l'avvio d'idee d'impresa e la creazione di start-up impegnate nello sviluppo economico e sociale del territorio Appenninico e Alpino, specificamente sui temi dell'agricoltura, gestione forestale, allevamento e agroalimentare, turismo, artigianato e cultura. ECOSTAR Hub<sup>e</sup>, un progetto finanziato grazie ad Erasmus + ha visto nel 2018 la sperimentazione di un incubatore di imprese nell'ambito dell'agrifood e delle risorse naturali nel campus di Agripolis all'Università di Padova. SocialFare Centro per l'Innovazione Sociale<sup>f</sup> è il primo centro italiano interamente dedicato all'Innovazione Sociale: attraverso la ricerca, il capacity building e il co-design sviluppa soluzioni innovative alle pressanti sfide sociali contemporanee, generando nuova economia.

La valutazione di queste esperienze di sostegno all'imprenditorialità così come la loro fattibilità in ambito rurale è ancora oggetto di studio. Per poter avviare l'azione innovativa SIMRA nella Valbelluna è stato

<sup>c</sup> <http://www.simra-h2020.eu/index.php/simradatabase/>

<sup>d</sup> <https://www.restartalp.it/>

<sup>e</sup> <https://www.ecostarhub.com/>

<sup>f</sup> <https://www.socialfare.org/>

quindi applicato un modello di co-costruzione atto a testare la fase iniziale di emergenza dell'azione innovativa e la sua fattibilità (Goviglia *et al.*, in prep.). La valutazione è ancora in corso e oggetto di discussione finale.

## 1.2 L'importanza del supporto alle startup come strategia di sviluppo locale

Parlare di startup significa parlare di innovazione. E l'innovazione è uno dei motori di sviluppo: le idee fanno avanzare la frontiera tecnologica, alimentando la crescita della produttività (Romer, 1986). Analogamente, gli imprenditori sono "portatori di nuove idee" (Schumpeter, 1962; Audretsch, 2007), e svolgono un ruolo importante come parte di istituzioni e sistemi settoriali, regionali e nazionali più ampi (Cooke, 2002). Gli effetti portati dalle startup come veicolo di innovazione sono molteplici e possono essere distinti in effetti diretti e indiretti, come osservato da Wennkers and Thurik (1999), Carree and Thurik (2003) e Fritsch and Mueller (2008).

Gli effetti diretti sono nuovi posti di lavoro e nuove tipologie produttive sviluppate dalle startup, nonché il contributo diretto all'immigrazione e all'aumento della produttività locale e regionale. Tra gli effetti diretti vanno anche considerati il declino o la chiusura degli operatori tradizionali che non possono o non riescono far fronte ad un "nuova" concorrenza. Gli effetti indiretti sull'offerta possono essere suddivisi, secondo Fritsch and Mueller (2008), in quattro tipi:

- 1) Garanzia di efficienza: le start-up costringono gli operatori tradizionali a comportarsi in modo più efficiente;
- 2) Accelerazione dei cambiamenti strutturali: gli operatori tradizionali sono sostituiti da nuove imprese;
- 3) Innovazione amplificata: le nuove imprese possono introdurre innovazioni;
- 4) Maggiore varietà: le nuove imprese possono portare ad una maggiore varietà di prodotti e di soluzioni ai problemi. L'insieme di questi effetti indiretti sull'offerta aumenta la competitività e la crescita a livello locale.

L'impatto generato dalle startup non è però limitato agli effetti che coinvolgono le startup stesse o, indirettamente, le altre imprese. In molti casi, le startup costituiscono una leva per la creazione di un ecosistema atto a sostenerle, composto da molteplici attori e istituzioni:

- Incubatori e acceleratori: supportano le startup nella creazione e validazione dell'idea di business, nonché nelle strategie di crescita;
- Investitori: supportano economicamente le startup investendo capitali;
- Aziende e multinazionali: vengono attratte dalle possibilità lavorare a fianco delle startup allo scopo di innovare i propri processi, prodotti e servizi, secondo un processo chiamato "open innovation".

Il risultato finale, nei casi più eclatanti, è la creazione di veri e propri hub e distretti dell'innovazione, che possono essere trasversali o verticali su determinate *industries* e che portano alla creazione di condizioni adatte allo sviluppo del business, poiché offrono combinazioni di economie di 'condivisione', 'matching' e 'learning' (Duranton and Puga 2004) che aumentano l'innovazione e la produttività, facilitano la creatività e lo scambio di idee e, allo stesso tempo, abbassano i costi operativi e riducono il rischio imprenditoriale. L'imprenditorialità può dunque essere considerata un fenomeno collettivo, in cui la propensione ad avviare nuove imprese è in funzione sia del capitale sociale imprenditoriale sia di azioni che contribuiscono alla diffusione e al rafforzamento di questo capitale sociale, che, a livello locale/regionale, può essere visto come un asset che contribuisce al "surplus" di un luogo o di una regione (Bolton 2002, Westlund 2006) e che stimola l'imprenditorialità, rendendo il luogo attraente per investitori, migranti e visitatori.

Diversi studi hanno indicato un chiaro influsso positivo delle startup sull'occupazione regionale negli Stati Uniti mentre altri studi (per esempio Acs and Mueller 2008, Fritsch and Mueller 2008, Andersson and Noseleit 2011) giungono alla conclusione che l'effetto netto delle startup potrebbe essere negativo a breve termine, ma successivamente diventare positivo in processi che potrebbero avere un impatto significativo sulla crescita fino a 10 anni. Se si analizzano aspetti come l'occupazione e la crescita demografica, uno studio svedese (Westlund *et al.*, 2014) ha evidenziato come le startup abbiano un effetto positivo sulla crescita dell'occupazione a livello locale e vi sono alcune evidenze che anche la popolazione ne è positivamente

coinvolta. L'elemento più interessante è l'indicazione che gli effetti marginali dell'imprenditorialità sull'occupazione sembrano essere più significativi nelle zone con il più debole sviluppo demografico e sembrano influenzare positivamente e significativamente la crescita dell'occupazione nelle zone rurali: l'imprenditorialità può avere dunque un ruolo importante in aree caratterizzate da una tendenza al declino dell'occupazione.

### 1.3 Esempi di sviluppo locale attraverso le startup

A livello internazionale esistono diversi esempi di sviluppo locale legato all'attività delle startup, che hanno giocato un ruolo chiave nel richiamare attori e soggetti che hanno poi portato alla creazione di un sistema economico, altamente innovativo e competitivo a livello globale. A questo proposito, vale la pena citare due casi, che, pur partendo da condizioni e necessità diverse, hanno seguito dinamiche di sviluppo simili e hanno consentito a due aree geograficamente distanti e profondamente diverse tra loro, di diventare punti di riferimento a livello mondiale un ambito startup e innovazione.

Nel 2010 il Governo cileno ha fatto una profonda riflessione sul futuro del Paese, legato da decenni ad un'economia mineraria e ancorato quindi a modelli vecchi e poco competitivi. Il risultato di questa riflessione ha portato a cogliere le opportunità offerte dal mondo delle startup, sia in termini di innovazione culturale sia di sviluppo economico: come in molti paesi latini infatti, anche in Cile l'imprenditorialità -in particolar modo quella giovanile- e la propensione al "fallimento" erano poco radicate e viste con timore. Da queste basi è nato il programma di accelerazione e supporto alle startup "Start-Up Chile", diventato in pochissimi anni, il primo acceleratore in Sud America nonché uno dei 10 migliori al mondo<sup>g</sup>. Start-Up Chile seleziona e supporta ogni anno circa 200 startup internazionali, accogliendo migliaia di imprenditori che portano all'interno del paese idee, competenze e culture di diverso tipo. Ciò ha portato alla creazione di un contesto altamente innovativo che ha richiamato mentor e investitori da tutto il mondo nonché aziende che hanno trovato in Cile le condizioni ideali per innovare e fare business. Lo stesso governo cileno, dopo soli 4 anni dall'avvio del programma, ha registrato un +30% di aziende avviate da giovani cileni grazie alla "contaminazione" di idee fornita dalle startup internazionali che sono state accolte nel paese. Santiago è oggi uno dei principali hub dell'innovazione a livello mondiale.

Berlino è una città in cui il fenomeno delle startup si è sviluppato negli ultimi dieci anni con sorprendente efficacia, generando un ecosistema che attira idee e investimenti da tutto il mondo<sup>h</sup>. Non manca il supporto delle istituzioni, che consentono a molti giovani imprenditori di finanziare i loro progetti all'interno di una rete che sta di fatto trasformando il volto dell'imprenditoria e quindi dell'economia. Ogni anno si trasferiscono a Berlino professionisti in cerca di un luogo in cui aprire una startup o dove lavorare nel tech, al pari di intere compagnie. I principali motivi che hanno portato allo sviluppo della scena startup a Berlino sono i seguenti:

- *Contesto geografico*: Berlino funge da porta d'ingresso che collega l'Europa orientale e occidentale.
- *Relazioni con il governo*: per migliorare l'ambiente imprenditoriale nelle università e negli istituti di ricerca, il Ministero federale tedesco per l'economia e l'energia (BMWi) ha sviluppato il programma di sovvenzioni all'avviamento EXIST.
- *Corsi universitari sul tema dell'imprenditorialità*: sviluppati dall'Università Tecnica di Berlino, Libera Università di Berlino, Università Humboldt di Berlino.
- *Presenza di grandi aziende*: Siemens, Mercedes-Benz, Amazon, Fujitsu, Google e Microsoft hanno aperto filiali a Berlino, e danno lavoro a 25.000 persone.
- *Presenza di acceleratori e incubatori*: numerosi programmi di supporto alle startup sono stati avviati da parte di aziende e da venture capital per aiutare le startup a crescere.
- *Presenza di campus per startup*: un esempio su tutti è il Factory Berlin che ha riunito startup innovative e aziende tecnologiche mature come Soundcloud, Twitter, UBER e Zendesk. Queste

<sup>g</sup> <https://www.forbes.com/sites/jonathanmoed/2018/11/19/start-up-chiles-impact-2010-2018-inside-the-revolutionary-startup-accelerator/#10c40cd56dc5>

<sup>h</sup> <https://www.fempreneur.de/how-berlin-rose-up-to-become-europes-startup-hub-case-study-berlin-2006-2016/>  
<https://startupitalia.eu/86715-20180306-berlino-ad-attrarre-le-startup-racconto-lavora-nella-capitale-tedesca>

aziende collaborano come incubatori d'impresa per altre nuove iniziative, un modello che Factory Berlin chiama "accelerazione organica".

Lo sviluppo di questo ecosistema a servizio delle startup ha portato ad una serie di effetti positivi, tra i quali l'aumento crescente di nuove imprese e di posti di lavoro, aumento di investimenti in capitale di rischio e crescita del PIL.

I fattori di successo presenti in capitali come Santiago del Cile e Berlino sono diversi dai fattori di successo che potrebbero essere riscontrati nelle aree rurali marginali, limitate dal punto di vista del supporto vicino universitario, degli investimenti o dalle opportunità di sviluppare clusters dell'innovazione. Mostrano però come un forte impegno anche politico serva a sostenere percorsi che potrebbero in altre condizioni non portare a risultati. Nei contesti rurali, sostenere l'imprenditorialità come strumento per ritenere la popolazione giovane e sviluppare il settore primario, terziario, dei servizi e della cultura, necessita di meccanismi di trasferimento della conoscenza ma anche di adattamento al contesto locale, network e forte motivazione individuale e imprenditoriale, tratti distintivi di innovazione sociale.

## **2. Contesto e obiettivi**

### *2.1 Il contesto della Valbelluna*

L'azione innovativa "SIparte, un percorso di innovazione sociale e imprenditorialità giovanile" si è sviluppata nella Valbelluna, una zona montana della provincia di Belluno ove opera il Gruppo di Azione Locale (GAL) "Prealpi e Dolomiti". Il GAL è l'agenzia di sviluppo del territorio della Valbelluna che da numerosi anni svolge un'intensa attività di animazione, promozione e sostegno del territorio. Nel proprio Programma di Sviluppo Locale (PSL), il GAL ha identificato quale ambito privilegiato d'intervento la promozione ed il supporto all'imprenditoria giovanile con particolare riguardo a iniziative progettuali di promozione della sostenibilità sociale, ambientale ed economica. Grazie alla vivace collaborazione con il Dipartimento Territorio e Sistemi Agro-forestali (TESAF) dell'Università di Padova e con lo spin-off del TESAF "Etifor s.r.l.", il GAL ha varato nel settembre 2017 il progetto denominato "SIparte". L'iniziativa nasce quale prodotto di un'intensa attività di progettazione partecipata organizzata dal GAL con i portatori d'interesse del proprio territorio assieme al TESAF e ad Etifor e svoltasi all'inizio del periodo di programmazione comunitaria (2014-2020).

La Valbelluna ha una popolazione di 142.803 abitanti, che rappresenta il 68% della Provincia di Belluno e 2,9% della regione del Veneto. Ha una densità di popolazione di 106,2 abitanti per km<sup>2</sup>. Copre una superficie di 1.344,1 km<sup>2</sup>, che rappresenta il 36,6% della Provincia ed il 7,3% della regione. Include 25 comuni rappresentati da quattro Unioni Montane. Il 77,5% della popolazione risiede lungo il fondovalle, seguendo l'asse del fiume Piave e collega i centri in Alpago, Belluno, Sedico e Feltre. Questi paesi, localizzati vicino ad aree industriali di rilievo, hanno visto la popolazione aumentare del 4,57% in dieci anni (2001-2011). D'altro canto, le aree più marginali localizzate alle pendici delle Prealpi e delle Dolomiti hanno visto lo spopolamento con una decrescita di -3,51% (GAL Prealpi e Dolomiti, 2016, 16).

Allo spopolamento delle aree rurali si assiste anche all'invecchiamento della popolazione. La percentuale delle persone con >65 anni di età è del 21,7%, secondo nella regione del Veneto, mentre la popolazione giovanile è la seconda più bassa in regione. L'indice di vecchiaia, ovvero il rapporto tra la popolazione over 65 e la popolazione under 14 (in percentuale) è molto elevato, 193,89 mentre il valore regionale è di 154,8. Questo indica la presenza di 2 anziani per ogni giovane sotto i 15 anni (GAL Prealpi e Dolomiti, 2016, 24). A livello provinciale, il tasso di natalità è sceso da 8,2 a 6,8 ‰ (-17%); mentre il tasso di mortalità è salito da 12,1 a 12,7 ‰ (+4%). Considerati anche i flussi migratori, il tasso di crescita totale è negativo (lo è stato 7 anni su 10 nel periodo 2006-2015). È importante come il calo della popolazione più giovane non risulti solo da un calo di natalità, ma anche da un fenomeno di disoccupazione giovanile che sta portando alla migrazione non solo fuori provincia ma anche estera. Secondo un dettagliato studio realizzato nel 2012 sui comuni montani del Veneto, l'Indice di Sviluppo Demografico della provincia di Belluno è negativo e pari a -1,69 (mentre quelli dei comuni montani delle province di Treviso, Vicenza e Verona sono positivi e pari rispettivamente a +2,19, +0,81 e +1,63) (Unione Artigiani e Piccola Industria di Belluno, 2012).

In provincia di Belluno i tassi di occupazione per la fascia di popolazione 15-64 anni sono in leggero miglioramento rispetto al crollo che ha fatto seguito alla crisi del 2008, e mostrano valori più elevati rispetto ai dati medi regionali (68,3% nel 2015). Tuttavia, il tasso di disoccupazione, anche se rimane inferiore alla media veneta, è peggiorato, passando dal 2,4% del 2008 al 6,0% del 2015 (raggiungendo nel 2013 il picco di 7,6%), sottintendendo una situazione di disagio che purtroppo non si è ancora attenuata. Se si guarda all'occupazione per settore economico, quello dei servizi nella provincia di Belluno è il principale, con 55.000 occupati, seguito da quello industriale (quasi 45.000) e da quello agricolo (1.400). A livello settoriale, il maggior contributo è stato dato dai servizi (64,2%), seguito dall'industria (29,2%), dalle costruzioni (5,6%) e dall'agricoltura (1,0%) (dati 2013 – Camera di Commercio di Belluno, 2016).

Il settore agricolo ha un ruolo del tutto marginale, avendo fatto registrare in pochi anni un calo ulteriore – dopo quello osservato dagli anni Settanta del '900 al 2010 - sia del numero delle imprese agricole, che dell'allevamento (in particolare in termini di numero di capi bovini), che una contrazione della Superficie Agricola Utilizzata. Osservando il territorio in un orizzonte temporale ampio, è noto che la riduzione della superficie agricola totale è stata superiore al 50% nel periodo 1982-2010. Pur trattandosi di un trend generale, tale riduzione altrove è stata più contenuta (a Bolzano -14,5% e a Trento – 9,2%). Nello stesso periodo, il numero delle imprese agricole è calato dell'83,7%. Altri fenomeni da ricordare sono la polverizzazione fondiaria e l'espansione incontrollata del bosco (Camera di Commercio, 2016). A fronte di questi dati, va però segnalata la crescita dell'attività agricola associata a coltivazioni tradizionali, sostenibili e “a km zero”, con il recupero di vigneti autoctoni, cereali antichi, fibre naturali ed esperienze in crescita di mercati locali (farmers' markets) (Camera di Commercio, 2016). Tutte attività che potrebbero rivelarsi molto funzionali a uno sviluppo innovativo del territorio. Infine, va segnalato che nonostante dati negativi, nel 2016 la provincia di Belluno è risultata essere 3<sup>a</sup> per qualità della vita nella classifica redatta a livello nazionale dall'Università La Sapienza di Roma assieme a ItaliaOggi (avanzando di ben 5 posizioni rispetto al 2015, superando Bolzano e subito dietro a Trento). A livello ambientale, l'area della Valbelluna è caratterizzata da un patrimonio naturale e culturale di notevole importanza. Nella stessa sono presenti un sito Unesco, nonché parchi nazionali e regionali, ed aree Natura 2000 sotto tutela comunitaria. La Provincia di Belluno gode in particolare di un patrimonio forestale di 2238,5 Km<sup>2</sup> che copre il 60,9% del territorio provinciale (3672,3 Km<sup>2</sup>). Le superfici protette rappresentano il 12,4% del territorio, le zone di eccellenza naturalistica (Siti Sic/ZPS Natura 2000) coprono il 54% del territorio provinciale.

## 2.2 Obiettivi di SIpate

A fronte di un aggravamento del fenomeno dello spopolamento e soprattutto della emigrazione di giovani, il GAL ha evidenziato l'obiettivo di sostenere i giovani, le startup, le neo-imprese, le cooperative, le associazioni di volontariato e gli altri portatori d'interesse del territorio interessati a investire in nuove idee o in innovative attività d'impresa che valorizzino le risorse culturali e naturali secondo una logica sociale. L'azione di progettazione partecipata sviluppatasi nel percorso formativo e nel servizio di soft-caching ha avuto l'obiettivo di favorire e supportare il potenziale imprenditoriale dei giovani del territorio sostenendo lo sviluppo di nuovi network e idee a valenza sociale e ambientale.

## 2.3 Metodologie partecipative adottate

Lungo tutto il percorso sviluppato si sono adottate metodologie partecipative utilizzate dallo staff del TESAF e di Etifor. Queste hanno compreso: *focus group*, *speed dating*, *world caffè* e *market-place*. Gli incontri operativi della formazione, così come l'*Hackathon* rurale organizzato a ottobre 2018, hanno previsto brevi introduzioni teoriche offerte da esperti di settore affiancate dall'immediata implementazione dei concetti teorici acquisiti grazie a tecniche di lavoro di gruppo quali il *world caffè*, il *market-place*, il *future scenario*, oltre a giochi di ruolo, attività di gruppo ed esercitazioni relative alla specifica tematica affrontata. Queste tecniche hanno permesso ai partecipanti di acquisire gli elementi di conoscenza operativa per definire e perfezionare la loro idea d'impresa anche in virtù dei suggerimenti ricevuti nel corso dei lavori di gruppo.

## 3. Risultati dell'azione innovativa



### 3.1 Attività svolte

Il processo di definizione dell'idea progettuale è iniziato nel settembre 2017 con una serie d'incontri tra i principali stakeholder del territorio del GAL al fine di delineare la strategia e di identificare gli attori del territorio da coinvolgere a livello locale. A questi incontri iniziali hanno fatto seguito degli incontri operativi con i diversi portatori d'interesse del territorio al fine di perfezionare l'idea progettuale ed eventualmente ridefinirla in funzione di particolari criticità o evidenze da loro palesate. La fase di identificazione preliminare ha permesso di elevare il livello di partecipazione dei diversi portatori d'interesse, facendoli sentire parte dell'iniziativa e ha permesso di facilitare la diffusione dell'informazione tra i giovani che potevano essere potenzialmente interessati.

Tra febbraio e marzo 2018 si sono identificati i passi concreti per avviare l'azione innovativa, ovvero i percorsi di formazione, l'Hackathon ed il soft-coaching nel quadro del progetto SIMRA. È stato identificato come target gruppi di giovani, tra 18-40 anni, startup, cooperative, associazioni di volontariato e altri soggetti (costituiti o in via di costituzione) del territorio del GAL Prealpi e Dolomiti. Conseguentemente, Etifor ha sviluppato la strategia di comunicazione e, assieme al GAL, si è fatta carico dell'implementazione dell'azione che è stata ufficialmente varata nell'ambito di un incontro aperto al pubblico nel mese di maggio 2018 e a cui fanno fatto seguito gli incontri di formazione. Il percorso di formazione è stato strutturato in diversi incontri svoltisi tra maggio e ottobre 2018 e proposti in orari che facilitassero la partecipazione giovanile (Figura 1).

I temi sviluppati nei diversi momenti formativi hanno riguardato: l'innovazione sociale, l'imprenditorialità, il *design thinking*, i nuovi modelli d'impresa, lo studio di fattibilità, il valore sociale d'impresa e la rete d'impresa. Il percorso si è poi concluso con l'Hackathon Rurale SParte, il primo Hackathon rurale promosso in Italia per le aree rurali marginali. Il percorso di formazione si è sviluppato non solo in relazione a diverse tematiche legate all'imprenditoria sociale, ma anche in luoghi diversi della Valbelluna al fine di presentare ai giovani partecipanti gli elementi storici, culturali, paesaggistici ed architettonici, molto spesso ignorati nella loro potenzialità anche sotto il profilo sociale.



Figura 1. Tappe formative previste dal percorso SParte

Durante i mesi estivi il GAL ha organizzato quattro visite studio presso luoghi simbolici, oggetto di interesse da parte di comuni, Unioni montane e anche privati in merito allo sviluppo di attività economiche sostenibili. È stata inoltre creata una pagina Facebook privata alla quale potevano iscriversi tutti gli



interessati ed è stato sviluppato un calendario settimanale, nel quale si presentava uno degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs), si presentava una buona pratica e si chiedeva ai partecipanti di presentarsi.



Nella tappa finale del percorso formativo si è realizzato l’Hackathon Rurale dove i diversi team di progetto - progressivamente costituiti nel percorso formativo - hanno appreso le tecniche e le abilità necessarie per presentare la loro idea d’impresa sociale, identificando il problema da risolvere e proponendo le soluzioni innovative. L’evento, della durata di 30 ore non-stop, ha portato alla presentazione delle idee ad un pubblico comprendente anche investitori locali. Le idee presentate sono state relative ai seguenti temi:

- Turismo sostenibile di montagna
- Tour organizzati in bici
- Ristorante green per famiglie
- Recupero di terre marginali attraverso l’incontro di domanda e offerta
- Produzione di carta artigianale
- Organizzazione di un festival musicale per dare l’avvio ad una cooperativa di comunità





Figure 3. Hackathon Rurale Siparte, Feltre, 4-5 ottobre

Dopo la presentazione, la giuria, composta da una rappresentante del Tesaf, Etifor, il GAL e un imprenditore, ha selezionato un team vincitore seguendo i seguenti criteri per la selezione:

- Chiarezza e dettaglio nella presentazione dell'idea innovativa (pitch)
- Rilevanza degli impatti previsti in ambito sociale ed ambientale
- Sostenibilità economica del modello d'impresa prevista
- Esperienza del team proposto e rilevanza delle competenze messe in campo
- Partecipazione agli incontri operativi da parte di almeno uno dei membri del team partecipante
- Presenza di almeno un partecipante con meno di 40 anni
- Modalità di utilizzo del premio

Il team vincitore ha potuto beneficiare di un premio di 8000 euro da utilizzare nell'ambito di servizi di soft-coaching offerti dallo spin-off Etifor per sviluppare la propria idea d'impresa sociale:

- Supporto alla startup d'impresa
- Supporto per la stesura del modello di Business Canvas e Business Plan
- Supporto nello sviluppo della strategia di comunicazione e marketing
- Sviluppo logo e immagine coordinata
- Creazione di un sito web

È stato formulato un piano di lavoro ad hoc successivamente alla selezione con 30 giornate di incontri face-to-face di 3 ore ciascuno. Durante questa fase Etifor ha sviluppato assieme al team vincitore un business plan per servizi di consulenza a breve termine, servizi di consulenza a lungo termine, e compartecipazione/equity da attivare nel campo del recupero di terre marginali. Durante il percorso sono stati individuati e analizzati diversi casi studio che avevano un approccio metodologico uguale per casi molti diversi tra di loro, appresentavano ambiti di lavoro consulenziale di nicchia e potevano rientrare in ciascuno dei tre servizi proposti. L'ultima fase di coaching si è conclusa da poco e si è esplicitato nel supporto dell'idea imprenditoriale vincente nella sua fase di start-up, da parte di Etifor tramite incontri face to face con i giovani imprenditori e il soft-coaching senza però l'avvio ufficiale del nuovo servizio/startup. Alla conclusione di questa seconda fase è prevista la realizzazione di un workshop finale al fine di restituire i risultati alla comunità.

### 3.2 Output dell'azione innovativa

Siparte è stato sviluppato grazie a un percorso che ha permesso di identificare i bisogni specifici del territorio, le necessità operative, anche in termini di risorse, facilitando la costruzione di una visione di progettazione condivisa. Il percorso è stata l'occasione per sviluppare un nuovo servizio legato al sostegno di idee imprenditoriali con metodologie partecipativi. Inoltre, in termini numerici, gli output dell'azione innovativa sono stati i seguenti:

- 4 incontri preparatori + 1 Hackathon rurale
  - 60 partecipanti all'incontro di lancio
  - 30-15 partecipanti ad ogni incontro operativo
- 4 visite guidate a luoghi simbolici
- 61 iscritti al gruppo Facebook
- 6 note diffuse tramite newsletter del GAL
- 1 servizio di sportello offerto presso il GAL Prealpi Dolomiti con il supporto tecnico di Etifor
- 7 progetti/team iscritti all'Hackathon rurale
- 6 progetti/team partecipanti all' Hackathon rurale (24 persone) + 8 mentors
- 1 team vincitore (premio di 8.000 euro: soft-coaching per 30 incontri di 3 ore ciascuno) 1 workshop partecipativo per la valutazione del percorso

#### 4. Discussione

L'azione innovativa SIparte è stata l'occasione per sperimentare percorsi usualmente portati avanti in aree urbane o comunque più vicini a contesti di ricerca o economicamente produttivi. Aspetti positivi del percorso sono stati:

- Forte interesse e motivazione degli attori locali – in particolar modo il GAL Prealpi e Dolomiti– nel portare avanti tematiche legate all'innovazione sociale ed alla sostenibilità
- Forte impulso del GAL nel coinvolgere attori istituzionali nella fase iniziale per attivare i propri network ed interesse
- Partecipazione attiva di alcuni soggetti durante la maggior parte del percorso
- Sperimentazione di un percorso nuovo per il territorio della Valbelluna
- Creazione di un nuovo servizio di sostegno/accelerazione d'impresa nell'ambito dell'innovazione sociale
- Utilizzo di metodologie esperienziali e partecipative

Sono altresì state evidenziate alcune criticità:

- Necessità da parte del GAL di essere attivamente coinvolto per ottenere una adeguata partecipazione agli eventi proposti, attraverso attività quali una pagina facebook con appuntamenti settimanali, visite studio organizzate con enti pubblici interessati ad aprire spazi pubblici a imprenditori locali e contatti telefonici o via mail frequenti.
- Scarso senso di imprenditorialità da parte di alcuni soggetti partecipanti e difficoltà nell'ottenere un *commitment* a seguito dell'attività di formazione e coaching (es. attraverso un contratto di rete o l'avvio di una nuova impresa).

In termini di percorso, si è riflettuto in merito alla necessità di affinare strumenti di comunicazione e di attivare relazioni e network sul territorio che permettano di focalizzare l'attenzione su questo tema in un'ottica di sostegno pluriennale. Dal punto di vista della comunicazione degli obiettivi, il percorso SIparte ha utilizzato nel bando di partecipazione all'hackathon rurale un tema molto ristretto (es. innovazione sociale, aree rurali, necessità di creare un network) che ha portato i giovani ad auto-selezionarsi a priori. Piuttosto che partire da un'idea innovativa, si potrebbe partire dalla richiesta di una qualsiasi idea imprenditoriale al fine di identificare imprenditori fortemente motivati e con un'idea, e solo in una fase successiva di supporto, indirizzarlo verso lo sviluppo di modelli di business caratterizzati da innovazione sociale. Dal punto di vista degli strumenti di comunicazione, questi dovrebbero rispondere alle esigenze e percezioni dei giovani. Questo significa da una parte rafforzare i canali istituzionali quali quelli dell'ufficio giovani di un comune o di una Unione Montana; attivare giovani che hanno già network ampi piuttosto di entrare nei gruppi stessi; e invitare testimoni agli incontri (es. imprenditori forti) che apportano la loro esperienza ed il loro carisma. Infine, come attuato con SIparte, anche la comunicazione durante gli eventi di formazione deve adattarsi a prevedere una partecipazione attiva dei giovani. Sono cambiati i modelli di apprendimento per cui i giovani preferiscono confrontarsi con modelli *peer-to-peer*, che permetta loro di

costruire il loro concetto piuttosto di avere un passaggio frontale delle conoscenze. Nonostante questi accorgimenti, la difficoltà a muoversi in territori montani crea comunque difficoltà sia di spostamento e anche di centralità di luoghi dove si trovino le informazioni di interesse ai giovani.

Infine, per sostenere l'imprenditorialità, dovrebbero essere create relazioni di lungo periodo sul territorio. Per esempio, tra giovani (es. nelle scuole) ed enti del territorio (es. GAL, enti pubblici, istituti di finanza), si potrebbero creare dei percorsi scolastici che fanno "fare" esperienza di imprenditorialità (anche sociale) e che permettono a chi voglia continuare di trovare le connessioni giuste. Le capacità imprenditoriali sono un core skill senza il quale non è possibile prevedere la creazione di nuove startup. Se da una parte la scuola può aiutare, anche la volontà e l'attitudine imprenditoriale sono necessari ma più difficili da costruire. Gli enti bancari potrebbero essere coinvolti per creare relazione tra giovani e possibili finanziatori. Spesso infatti i giovani non sanno come fare ad entrare in contatto con banche per ottenere crediti. Infine, percorsi come SIparte così come bandi di finanziamento per nuove attività imprenditoriali dovrebbero prevedere accordi con banche come base sulla quale costruire il percorso. Questo potrebbe essere uno strumento di responsabilizzazione da parte di chi intende lanciare una attività imprenditoriale nell'ambito dell'innovazione sociale.

Se da una parte, solo una di cento idee sfocia in nuove attività imprenditoriali, ci sono aspetti che possono sicuramente agevolare e migliorare le opportunità di chi ha idee ma non sa come muoversi nel contesto burocratico, economico e di sviluppo dell'idea. Primo, le politiche che cercano di agevolare chi si attiva in nuove idee devono essere sviluppate e sostenute, soprattutto quando queste idee hanno lo scopo di essere innovative e soprattutto di rispondere a vere e proprie necessità ed emergenze sociali, ambientali ed economiche del territorio. Secondo, per fomentare un contesto imprenditoriale forte ci deve essere un legame tra scuola, enti e imprese del territorio che promuova e sostenga chi ha idee imprenditoriali. Terzo, gli strumenti devono essere facilmente accessibili e promuovere l'acquisizione del rischio, senza che aspetti burocratici o di tassazione penalizzino chi sperimenta con una nuova idea nella fase iniziale. Quarto, è necessario attivare una forte consapevolezza di quelli che sono gli impatti sociali, economici ed ambientali di quelle che potrebbero essere idee imprenditoriali, in modo che si possano attivare imprese sempre più sostenibili, inclusive ed mroivate



## **5. ABSTRACT**

The EU Horizon 2020 Social Innovation in Marginalised Rural Areas (SIMRA) project aims to study social innovation (SI) initiatives in disadvantaged rural areas of Europe and non-EU Mediterranean countries. SIMRA enabled to carry out an innovation action (IA) in Valbelluna, an area experiencing negative trends in employment opportunities for local young people and growing outmigration rates. Based on the dialogue between the University of Padova, the Local Action Group Prealpi e Dolomiti and Etifor, a spinoff from the University, the IA in Valbelluna was developed to create new local networks, support sustainable business ideas related to social innovation among local young people, and financially support the initial start-up phase of one selected initiative. Several events were designed. Sixty local people from all sectors were present at an opening event, from which 30 young people actively joined the successive training meetings. During training, participants were encouraged to exchange SI ideas through participatory techniques such as SWOT analysis, brainstorming, world cafe and “market place” activities. The first phase of the IA initiative ended with a non-stop 30 hours rural hackathon, in which 24 young entrepreneurs joined in six teams, and were coached by a team of professionals and researchers to improve their SI business ideas. The winning idea has been undergoing face-to-face coaching aimed at the creation of a start-up project while a first indirect outcome shows a new network of young local entrepreneurs. Lessons learnt are discussed in the final section.

## 6. RICONOSCIMENTI

Il progetto Social Innovation in Marginalised Rural Areas è stato finanziato dal Quadro di Ricerca e Innovazione della Commissione Europea Horizon 2020 n. 677622.

## 7. BIBLIOGRAFIA

- Acs, Z., and Mueller, P. (2008). Employment Effects of Business Dynamics: Mice, Gazelles and Elephants. *Small Business Economics*, 30: 85–100.
- Anderson, T., Curtis, A. and Wittig, C. (2014). *Definition and Theory in Social Innovation*, Master of Arts in Social Innovation, Danube University, Krems.
- Andersson, M., and Noseleit, F. (2011). Start-ups and Employment Dynamics within and across Sectors. *Small Business Economics*, 36, 4: 461-483.
- Audretsch, D. (2007) Entrepreneurship Capital and Economic Growth. *Oxford Review of Economic Policy*, 23: 63-78.
- Bekkers, V.J.J.M., Tummers, L.G. and Voorberg, W.H. (2013). From Public Innovation to Social Innovation in the Public Sector: a Literature Review of Relevant Drivers and Barriers. Rotterdam: Erasmus University Rotterdam.
- BEPA. (2011). *Empowering People, Driving Change: Social Innovation in the European Union*. Brussels: Bureau of European Policy Advisers, European Commission.
- Bolton, R. (2002) Place Surplus, Exit, Voice, and Loyalty. In: Johansson, B., Karlsson, C., Stough, R. (eds). *Regional Policies and Comparative Advantage*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Camera di Commercio di Belluno. (2016). Analisi della Banca Dati del 2013.
- Cajaiba-Santana, G. (2014). Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 82: 42–51.
- Carree, M.A. and Thurik, A.R. (2003). The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth. In Acs, Z. and Audretsch, D. (eds). *International Handbook of Entrepreneurship Research*. Kluwer. 437-471.
- Cooke, P. (2002). Knowledge Economies: Clusters, Learning and Cooperative advantage. London: Routledge.
- Di Meglio, R. and Pellegrini, M. (2016). Welfare di comunità: il caso della Cooperativa sociale Cadore. Paper presentato in occasione del X Colloquio scientifico sull'impresa sociale, 10-11 giugno 2016 Dipartimento di Scienze Politiche Università degli Studi di Napoli "Federico II". IRIS Network.
- Duranton, G. and Puga, D. (2004) Micro-Foundations of Urban Agglomeration Economies. In: Henderson, J.V. and Thisse, J-F. (Eds). *Handbook of Regional and Urban Economics* 4. The Hague: Elsevier. 2063-2117.
- European Commission. (2014). Horizon 2020; Work programme 2014-2015. *Appendix G*, (July 2014).
- European Commission. (2017). Societal Challenges - European Commission. Retrieved November 30, 2017, from <https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/en/h2020-section/societal-challenges>
- European Environment Agency. (2015). *State and Outlook 2015 the European Environment*. <https://doi.org/10.2800/944899>.
- FRA. (2017). *Together in the EU. Promoting the Participation of Migrants and their Descendants*. <https://doi.org/10.2811/80928>.
- Fritsch, M. and Mueller, P. (2008). Effects of New Business Formation on Regional Development over Time. *Regional Studies*, 38, 8: 961-975.
- GAL Prealpi e Dolomiti. (2016) Programma di Sviluppo Locale 2014-2020. <https://www.galprealpidolomiti.it/psl-2014-2020/>
- Godfray, H. C. J., Beddington, J. R., Crute, I. R., Haddad, L., Lawrence, D., Muir, J. F., ... Toulmin, C. (2010). Food security: the Challenge of Feeding 9 Billion People. *Science*, 327, 5967: 812–8. <https://doi.org/10.1126/science.1185383>
- Goviglia V. M., Górriz Mifsud, E., Alkhaled, S., Jack, S., Arnesen, T., Bjercke, M., Burlando, C., Rodríguez, C., Sfeir, P. (in prep.). Design thinking for social innovation. Testing a framework for co-construction across six social innovation actions in marginalised rural areas.
- Haxeltine, A., Avelino, F., Pel, B., Dumitru, A., Kemp, R., Longhurst, N., ... Wittmayer, J. M. (2016). A framework for transformative social innovation, (613169), 26. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.30337.86880>

- Howaldt, J. and Schwarz, M. (2016). Social Innovation and its Relationship to Social Change: Verifying existing Social Theories in reference to Social Innovation and its Relationship to Social Change, D1.3, SI Drive project.
- Leijten, J., Butter, M., Kohl, J., Leis, M. and Gehrt, D. (2012) Investing in Research and Innovation for Grand Challenges, Study to assist the European Research Area Board. [http://ec.europa.eu/research/erab/pdf/erab-study-grand-challenges-2012\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/research/erab/pdf/erab-study-grand-challenges-2012_en.pdf)
- Mulgan, G. (2007). *Social Innovation: What it is, Why it Matters and How it can be Accelerated*. Said Business School, Oxford, Working Paper.
- Neumeier, S., 2017. Social Innovation in Rural Development: Identifying the Key Factors of Success. *Geographical Journal*, 183: 34–46. doi:10.1111/geoj.12180.
- Nicholls, A., Simon, J. And Gabriel, M. (2015). Introduction: Dimensions of Social Innovation. In: Nicholls, A., Simon, J., Gabriel, M. (eds). *New Frontiers in Social Innovation Research*. Palgrave Macmillan. 1–26. doi: 10.1057/9781137506801.
- Polman, A. N., Slee, B., Kluvánková, T., Dijkshoorn, M., Nijnik, M., and Gezik, V. (2017). Social Innovation in Marginalised Rural Areas Call: H2020-ISIB-2015-2 *Innovative, Sustainable and Inclusive Bioeconomy Classification of Social Innovations for Marginalized Rural Areas*, (G.A. n. 677622).
- Rehfeld, D., Terstriep, J., Welschhoff, J., Alijani, S. (2015). Report on social innovation framework, Deliverable D1.1 of the SIMPACT project. European Commission 7th Framework Programme.
- Romer, P. (1986). Increasing Returns and Long-Run Growth. *Journal of Political Economy*, 94: 1002-1037.
- Schumpeter, J. (1962). *The Theory of Economic Development*, Berlin: Springer.
- Unione Artigiani e Piccola Industria di Belluno. (2012). *Libro Bianco sulla montagna veneta*. Progetto “Montagna Abitata”. 148 pp.
- Wennekers, S. and Thurik, R. (1999). Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics*, 13: 27–55.
- Westlund, H. (2006) *Social Capital in the Knowledge Economy: Theory and Empirics*. Berlin, Heidelberg and New York: Springer.
- Westlund, H., Larsson, J.P., Olsson, A.R. (2014). Start-ups and local entrepreneurial social capital in the municipalities of Sweden. *Regional studies*, 48, 6: 974-994.