

Projectdefinitie: Project:1011: 2.3-Ministry of Makers

Project

Project:	1011
Omschrijving:	2.3-Ministry of Makers Het innovatiever, creatiever en sterker maken van de economie in Oost-Vlaanderen, door acties op te zetten zodat er een organische, duurzame en toekomstgerichte kruisbestuiving ontstaat die leidt tot oplossingsgerichte, vernieuwende producten en diensten.
Startdatum projectperiode:	01/09/2016
Einddatum projectperiode:	31/08/2018
BIC:	TRIO BE BB
Rekeningnummer:	BE80523080675177
Rekening houden met toekomstige netto inkomsten:	Nee
Oproep:	104 Kennis over en implementatie van innovatieve bedrijfsmodellen bij kmo's verbeteren
Doelstellingen:	Verbeteren concurrentievermogen kmo's - Innovatieve bedrijfsmodellen Versterken concurrentievermogen kmo's

Projectorganisatie

Promotor

Organisatie:	658 DPGOV - Designplatform Gent Oost-Vlaanderen
Omschrijving:	
Ondernemingsnummer:	0550.729.079
Vestigingsnummer:	
Adres:	Botermarkt 1 9000 Gent
Telefoon:	0472190138
Fax:	
E-mail:	saskia@ministryofmakers.be
Website:	www.ministryofmakers.be

Co Promotoren

Organisatie:	673 Autonoom gemeentebedrijf voor stadsontwikkeling - Autonoom Gemeentebedrijf Stadsontwikkeling Aalst AGSA
Omschrijving:	
Ondernemingsnummer:	0829.241.320
Vestigingsnummer:	2.209.447.885
Adres:	Grote Markt 3 9300 Aalst
Telefoon:	053 73 24 96
Fax:	
E-mail:	gwen.vreven@agsa.aalst.be
Website:	agsa.aalst.be
Organisatie:	323 Universiteit Gent - st.-pietersnieuwstraat
Omschrijving:	

Ondernemingsnummer: 0248.015.142
Vestigingsnummer: 2.151.760.106
Adres: Sint-Pietersnieuwstraat 25
9000 Gent
Telefoon:
Fax:
E-mail: eu-cel@ugent.be
Website:

Organisatie: **239**
Hogeschool Gent - Centrale Administratie

Omschrijving:
Ondernemingsnummer: 0255.647.755
Vestigingsnummer: 2.176.495.205
Adres: Kortrijksesteenweg 14
9000 Gent
Telefoon: 09/242.42.54
Fax: 09/242.26.72
E-mail:
Website: www.hogent.be

Organisatie: **461**
Stad Gent - Stadsdiensten AC Portus

Omschrijving:
Ondernemingsnummer: 0207.451.227
Vestigingsnummer: 2.160.518.909
Adres: Keizer Karelstraat 1
9000 Gent
Telefoon: 09/2665326
Fax: 09/2665814
E-mail: stedenbeleid@gent.be
Website: www.gent.be

Projectdefinitie

Versie: 1
Status: Goedgekeurd
Datum Aanmaak: 07/07/2016
Datum Beslissing: 07/07/2016

Algemene gegevens

Projectbijlagen

1. Voeg hier de verklaring omtrent het btw-statuuat van alle projectpartners toe. Maak hiervoor gebruik van het model dat u vindt op www.efro.be
Verklaring_btw-statuuat_EFRO1011.pdf
2. Voeg hier de bijlagen toe die (eventueel) verplicht zijn voor een investeringsproject. Het gaat daarbij om het bestemmingsbewijs, het schattingsverslag, eigendomsbestemming, de erfpachtovereenkomst / recht van opstal / concessieovereenkomst. Voor de eigendomsbestemming, kan u gebruik maken van het model dat u vindt op www.efro.be.
Niet ingevuld
3. Voeg hier optionele bijlagen toe, die als toelichting dienen bij het projectvoorstel. Beperk het

aantal tot een maximum van 10. Voeg enkel relevante bijlagen toe. Deze bijlagen worden als aanvullend / informatief beschouwd. Zip-bestanden worden niet aanvaard.

Bijlages Werkpakketten 1 2 en 3.pdf

Projectvoorbereiding

1. Heeft u voor de voorbereiding van uw projectvoorstel beroep gedaan op de begeleiding van een contactpunt?

Ja

2. Zo ja, welk?

Contactpunt Stad Gent
Contactpunt Provincie Oost-Vlaanderen

Projectgebied

1. In welke provincie(s) wordt het EFRO-project uitgevoerd?

Oost-Vlaanderen

2. Omschrijf zo specifiek mogelijk de locatie van de uitvoering van het EFRO-project.

Dit project wordt in de eerste plaats uitgevoerd in Oost-Vlaanderen, met specifieke acties in de steden Gent en Aalst. Uit studies (Rebel Group) blijkt dat de noden, met name bewustwording van creativiteit en innovatie en het belang van de kruisbestuiving en matchmaking tussen de traditionele en creatieve & culturele sectoren, gelijklopend zijn in de verschillende regio's maar dat om dit te realiseren een lokale werking noodzakelijk is. Om versnippering van kennis en middelen te voorkomen zullen bepaalde activiteiten ism met andere regionale platformen (Designregio Kortrijk, Powered by Creatives Antwerpen en I-DE Limburg) en/of met Flanders DC tot stand komen en/of worden gedeeld.

Inhoud en planning

Algemene projectbeschrijving en context

1. Welke probleemanalyse ligt aan de basis van het EFRO-project? Maak hiervoor gebruik van de principes van de SWOT-analyse.

De relatieve desindustrialisering van Vlaanderen, waarbij technologie belangrijker wordt voor de productielijnen ten koste van arbeid, hebben ertoe geleid dat vele regio's in Europa specifiek focussen op kennis- en creatieve economie. Dit heeft effecten zowel op technologisch- als niet-technologisch gebied en beïnvloedt direct de concurrentiekracht van een bedrijf. De kwaliteit van de gegenereerde kennis hangt samen met de beschikbaarheid van hooggeschoold talent. Deze hebben een specifieke omgeving nodig waarbij creativiteit en de creatieve economie centraal staan. M.a.w. zonder creatieve economie is er geen lerende omgeving mogelijk en verdwijnt kennis en innovatie uit het economische weefsel van een stad of een regio. Kenniseconomie en creatieve economie gaan hand in hand en velen beschouwen de creatieve economie als een onderdeel van de kenniseconomie.[1]

De laatste decennia is de economie op internationaal vlak ingrijpend veranderd. Nieuwe groeilanden zoals China, India, Brazilië,? verstevigen hun positie op de internationale markt en dat zorgt voor een grotere, wereldwijde concurrentie. Maatschappelijke uitdagingen zoals vergrijzing, zorg, klimaat,? bieden enerzijds tal van business opportuniteiten maar dwingen tevens de lokale overheden om pro-actief mee te denken aan innovatieve oplossingen voor deze zogenaamde ?wicked challenges?.

Gent en de hele regio Oost-Vlaanderen staan voor dezelfde uitdagingen en moeten volop de kaart trekken van economische groei en jobcreatie. Ondanks een gestage verbetering van de ondernemerschapdynamiek, scoort Vlaanderen in vergelijking met andere regio's een te lage ondernemersgraad en oprichtingsquote en hebben we te weinig snelgroeiende gazellen. Wil Oost-Vlaanderen zijn economische positie behouden en de concurrentiepositie versterken dan is het cruciaal dat ingezet wordt op het bevorderen van ondernemerschap.

Veranderingen in de bedrijfscontext ? zoals digitalisering, peer-to-peer netwerken, ? - met vaak disruptief effect, zorgen ervoor dat de huidige businessmodellen niet meer zullen volstaan om succesvol te zijn. Innovatieve bedrijfsmodellen kunnen bijdragen tot een betere kennisvalorisatie en zijn een belangrijk onderdeel om aan een sterkere economie te bouwen. Echter blijkt dat zowel KMO's, de sterkhouders van de Oost-Vlaamse economie, als starters moeilijk in staat zijn om in te pikken op nieuwe trends enerzijds wegens gebrek aan geld en tijd maar vooral wegens gebrek aan kennis. In deze kan de culturele en creatieve sector (CCS) een actieve rol spelen.

Het beeld van de CCS en haar betekenis voor economie en samenleving is aan bijstelling toe. De CCS is geen sector als alle andere die zijn nut voor economie en samenleving enkel bewijst met het verschaffen van banen en zijn bijdrage aan het BNP. Het is ook en vooral een drijvende kracht achter tal van brede economische en maatschappelijke processen. De CCS vervult die rol omdat hij op allerlei manieren verweven is met andere sectoren en bedrijfstakken in de economie. De kennis en competenties van professionals in de CCS die uitwaaiert naar de rest van de economie, spelen een bijzondere rol bij het ontstaan van nieuwe combinaties en innovatieve business modellen en dragen zo bij tot de concurrentiekracht van de traditionele sectoren.

Dit bevestig ook Dries Buytaert, oprichter van het open software platform Drupal: ?Een technologische revolutie kan je als bedrijf in 18 maanden inhalen. Maar een nieuw businessmodel is moeilijker, zeker voor publiek genoteerde bedrijven die elk kwartaal moeten presteren.?[2]

Als we de focus willen verschuiven naar de kruisbestuiving tussen de traditionele en de culturele en creatieve sectoren, dan betekent dit dat het beleid niet langer louter gericht moet zijn op het faciliteren van bedrijven uit de creatieve industrie, maar ook en vooral op het bevorderen van de vervlechting en inbedding van de CCS in de brede economie, op basis van de waarde die ze toevoegen in andere bedrijfstakken.[3]

Dit wordt ook bevestigd in de studie die Rebel Group deed in opdracht van AO. Daarin zegt men dat ?er nog te weinig toepassingen zijn creativiteit in de sectoren met traditionele businessmodellen.? Het wordt gezien als een

belangrijke overheidstaak om te faciliteren bij de matchmaking tussen de CCS en de traditionele industrie. [4]

Sterktes:

- * Stad Gent als sterkhouders op vlak van de CCS binnen een creatieve regio met groeipotentieel voor de CCS in de andere centrumsteden in de regio.
- * Een sterk provinciaal beleid gericht op de CCS
- * Sterke focus op het stimuleren van ondernemerschap zowel bij starters als KMO's
- * Gerenommeerde kennisinstellingen met kwaliteitsvolle R&D en opleidingen
- * Binnen de regio is sterke expertise aanwezig op vlak van nieuwe businessmodellen, designthinking
- * Grote pool aan talent dat na de (hogere) studies in de regio blijft plakken?

Zwaktes:

- * Onvoldoende inzicht en kennis bij de KMO's en starters op vlak van innovatieve business modellen en het belang ervan
- * Gebrekkige connectiviteit tussen de CCS en de traditionele sectoren (onbekend is onbemind)
- * Beperkt bewustzijn over de meerwaarde van de CCS naar de traditionele sectoren
- * Onvoldoende valorisatie van het spillover effect van de CCS
- * Nog geen ondernemerschapscultuur zoals in de ons omringende landen
- * In 2014 was de startersratio in Gent 1/154 inwoners ? in Eindhoven (1/108) en Aachen (1/111)
- * In 2014 bedroeg de oprichtingsratio in Gent 8,3%

Kansen:

- * Groeikansen voor de KMO's door kruisbestuivingen met de CCS
- * Valorisatie van multidisciplinariteit tussen de KMO's en de CCS als antwoord op maatschappelijke uitdagingen
- * Regionale spill-over tussen Gent als sterkhouders op vlak van de CCS én de andere centrumsteden hetgeen kan leiden tot Oost-Vlaamse agglomeratie? van sterke creatieve steden
- * Oplossingen zoeken voor 'wicked challenges' als motor voor innovatie

Bedreigingen:

- * Als we als regio niet reageren op de economische en maatschappelijke uitdagingen, kunnen we de concurrentiestrijd niet aan met de ons omringende regio's.
- * Onvoldoende jobcreatie door te lage ondernemersgraad
- * Grotere werkloosheid en sociaal onevenwichtige samenleving

[1] De Gentse creatieve economie ? strategisch actieplan, Buck Consultants, 2011.

[2] De Tijd, 21 januari 2016 ?Traditionele bedrijven kunnen niet meer mee?
Bart Haeck

[3] CREATIEVE INDUSTRIE ALS VLEIOWIEL, Onderzoek in opdracht van Creative Cities Amsterdam Area, Paul Rutten (Paul Rutten Onderzoek / Universiteit van Antwerpen), Gerard Marlet (Atlas Gemeenten), Frank van Oort (Universiteit Utrecht). Haarlem 2011

[4] Opmaak van een draaiboek om te komen tot een samenhangend ecosysteem voor ondernemerschap en innovatie in de CCS. Rebel Group, 2015.

2. Geef een beknopte samenvatting van het projectvoorstel. Deze samenvatting zal worden gebruikt voor de voorstelling van het project bij externe communicatie (brochures, website,...)

Het doel dat MoM voorop stelt in haar EFRO project is ?Het innovatiever, creatiever en sterker maken van de economie in Oost-Vlaanderen. Dit door acties op te zetten zodat er een organische, duurzame en toekomstgerichte kruisbestuiving ontstaat die leidt tot oplossingsgerichte, vernieuwende producten en diensten?.

MoM wil dit realiseren door inzicht en bewustwording te bewerkstelligen in verschillende aspecten van het ?creatief en innovatief ondernemen?. Dit door inspirerende netwerk- en matchmaking activiteiten te organiseren en een sterke participatieve werking op te zetten tussen bedrijven uit de traditionele sectoren en de CCS. De kennisinstellingen en de besturen hebben hierin ? net als de werkveldorganisaties - een belangrijke faciliterende en ondersteunende rol.

Daarbij wil MoM het ?design denken? naar voor schuiven als mindset, zowel naar de bedrijven toe (traditionele sectoren + CCS) als naar de organisaties en besturen. Deze aanpak wordt ondersteund door slimme op-maat-businessmodellen en hand-on designtools. Een methodiek met als inzet het initiëren en faciliteren van co-creatie projecten tussen alle actoren.

Omdat in dit EFRO project de weg naar innovatie even belangrijk is als de daaruitvloeiende learnings, findings en outputs worden de ? trajecten in real time met alle doelgroepen en stakeholders gedeeld via een on-line rapportering op onze website.

Zo creëren we een ?community ownership?, werken we betrokkenheid in de hand en wakkeren de participatiegedachte en dus ook de kruisbestuiving aan.

3. Werden binnen het thema van het project reeds eerder (met Europese en / of Vlaamse middelen) gesubsidieerde acties ondernomen door de projectpartners? Zo ja, vermeld de acties / projecten, de termijn en de subsidiekanalen.

Designplatform Gent/Oost-Vlaanderen vzw ontving een werkingssubsidie vanuit het Hermesfonds ter uitvoering van de beleidsnota ?Designplatform Vlaanderen?. Het project loopt af 31 maart 2016.

Stad Gent ontving voor het project 'Creatief kwartier Rabot' steun van uit het stedenfonds. Dit project loopt nog tot eind 2017. Dit zijn investeringsmiddelen in functie van revitalisering van de buurt.

UGent ontving voor de opmaak van de businessscan steun uit het Europees Sociaal Fonds (projectnr. 5038).

Hogent :

* EFRO 581: Interregionale disseminatie van het businessmodel van het Centrum voor Ondernemen, 1/12/2010-30/11/2012

* Brugproject BRIDEE: Bridging Design and Entrepreneurship, Agentschap Ondernemen brugproject Economie-Onderwijs, 1/10/2013-31/08/15

* Brugproject Student Ghentrepreneur STEM, Agentschap Ondernemen brugproject Economie-Onderwijs, 1/09/13-31/08/15

4. Beschrijf de organisatiestructuur van het EFRO-project. Schets daarbij de onderlinge juridische en financiële verhoudingen. Schets vervolgens de specifieke bekwaamheid van elke projectpartner en verantwoord in die zin het partnerschap.

Expertise promotor/copromotoren

Het Designplatform Gent/Oost-Vlaanderen vzw (Ministry of Makers/MoM) is promotor van het project en Stad Gent, AGSA, UGent en HoGent zijn copromotors. Alle financiële en juridische verantwoordelijkheden en andere praktische afspraken tussen de copromotoren en promotor worden in een samenwerkingsovereenkomst vastgelegd.

Het designplatform Gent/Oost-Vlaanderen werd 2 jaar geleden opgericht door de Provincie Oost-Vlaanderen, De Stad Gent en de Hogent om de creatieve en culturele industrie te ondersteunen via link ups, netwerk events.

Stad Gent zet maximaal in op innovatie creatieve economie en zal als copromotor zorgen voor de link tussen het project en het Gentse beleid.

AGSA opende in december het paviljoen HOPMARKT 50 te Aalst: een Bar d'office overdag, een locatie voor tentoonstellingen, seminars en evenementen na kantooruren. Hiermee tracht het AGSA en de stad Aalst een inhaalbeweging te maken op vlak van coworking en creatieve economie. Het wil een ontmoetingsplaats zijn voor spontane, creatieve ideeën, als opstap naar een meer mature economie. Het AGSA zal hierin als matchmaker haar trekkersfunctie verder opnemen en uitbouwen.

UGent ontwikkelde de businessmodelscan. Dit is een enorme meerwaarde om bedrijven bewust te maken van innovatieve bedrijfsmodellen. Daarnaast zal UGent via onderzoeksgroepen die werken rond nieuwe materialen, productontwerp, 3D printing, ... en het UGent Fablab en P3lab ondersteuning bieden bij de technische kant van het maakaspect. Er is ook ondersteuning op het vlak van brede samenwerkingen met kennisinstellingen en bedrijven, onderzoeks- en implementatieprojecten, IP, het opstarten van bedrijven etc....

HoGent is een kennisinstelling met twee types opleidingen: academische opleidingen in de Kunsten en professioneel gerichte bacheloropleidingen. De hogeschool bestaat uit een School of Arts en 3 faculteiten namelijk Natuur en Techniek, Bedrijf en Organisatie en Mens en Welzijn. Verder beschikt de HoGent over een interfacultair geïntegreerd Centrum voor Ondernemen (CVO). De multidisciplinaire projecten hebben ook een sterke link met het werkveld dat in co-creatie meewerkt aan de projecten. Het CVO wil ondernemend onderwijs faciliteren en student-ondernemers begeleiden in de uitbouw van hun bedrijf. Daarnaast brengt HoGent (via de coördinatie valorisatie) ook expertise in op het vlak van intellectuele eigendomsrechten en valorisatie bij de onderzoeks- en dienstverleningsprojecten.

Organisatiestructuur EFRO project:

Stuurgroep met vertegenwoordigers van de projectpartners en de cofinancierders (provincie Oost-Vlaanderen, stad Aalst) die de algemene doelstelling van het project zal bewaken. Deze stuurgroep zal 4-maandelijks samenkomen.

Dagelijks bestuur met vertegenwoordigers van de projectpartners die rond de praktische uitvoering van het project zullen afstemmen en minimaal maandelijks zullen samenkomen.

Adviesgroep met vertegenwoordigers van het brede werkveld (sectorfederaties, middenveldorganisaties,?) om zo voldoende voeling te hebben en te houden met het werkveld en zoveel mogelijk samenwerking na te streven. Deze adviesgroep kan aanbevelingen, suggesties en opmerkingen voorleggen aan de stuurgroep en komt 2 keer per jaar samen.

5. Welke doelgroep(en) wil u bereiken?

Ministry of Makers wil ? ook voor het EFRO-project ? werken volgens het quadruple helix principe.

Ondernemers:

* zowel starters als groei-bedrijven (gazellen) uit de CCS/CCI en de traditionele sectoren. Ook bedrijven uit de zorg en haven worden mee opgenomen in de lijst.

* Kunstenaars en designers zien wij gewoon als ondernemers. Wij brengen hen geen additionele creatieve ontwerp-skills aan maar focussen uitsluitend op de matchmaking, de kruisbestuiving, designthinking processen & -methodologieën én geven hen inzicht in de structuren en de (samen)werking van en met (grotere) ondernemingen.

Besturen/beleid:

* op lokaal vlak met de stedelijke-, gemeentelijke- en provinciebesturen

* op Vlaams niveau door samen te werken met de andere regionale platformen en Flanders DC

* op Vlaams niveau streven wij er naar ook te fungeren als actieve partner voor het Vlaams beleid. Dit natuurlijk in overleg met de andere regionale

platformen, Flanders DC, AIO en andere stakeholders.

Kennisinstellingen:

- * alle lokale kenniscentra in kaart brengen
- * kennisinstellingen als expert/partners opnemen in de werking van ons project
- * op vraag van kennisinstellingen projecten steunen die dezelfde economische en maatschappelijke doelstellingen nastreven
- * designdenken introduceren en faciliteren bij interne initiatieven (CvO, DesignFactory, Student Ghentrepreneur, Durf Ondernemen, ?)
- * ontwikkelde methodologieën uitdragen en faciliteren
- * studenten faciliteren in het contact met het werkveld (en andersom)

Burgers:

- * burgers worden niet direct actief betrokken bij de algemene werking van MoM in het Efro project maar hebben de kans om te participeren als het juist project zich aandient.

- 6. Zal dit EFRO-project gescheiden zijn van uw andere activiteiten? Zullen de kosten voor dit EFRO-project duidelijk herkenbaar zijn op facturen, vorderingsstaten en andere bewijsstukken? Zal er gebruik gemaakt worden van een versleuteling waarbij slecht een beperkt aandeel van de kosten van toepassing zijn op het EFRO-project? Geef deze verdeelsleutel weer en licht toe hoe de kosten verdeeld worden tussen het EFRO deel en het niet-EFRO deel van uw activiteiten.**

De kosten verbonden aan het EFRO project zullen volledig boekhoudkundig gescheiden van de andere activiteiten van de organisaties. Binnen de boekhouding zal een afzonderlijk project gemaakt worden en alle kosten inherent aan het project zullen hierop geboekt worden. MoM zal op alle bestelbonnen en facturen duidelijk het EFRO project vermelden. Alle kosten ihkv dit project vallen volledig ten laste van EFRO. Maw MoM zal geen verdeelsleutel toepassen.

Projectdoelstellingen en activiteiten

- 1. Welke concrete doelstellingen wil u bereiken met het EFRO-project? Schenk daarbij ook aandacht aan de impact op langere termijn.**

MoM wil maximaal inzetten op het ontwikkelen en uitrollen van initiatieven die bijdragen tot het versterken van het concurrentievermogen bij kmo's en kennis over- en implementatie van innovatieve bedrijfsmodellen verbeteren door zich te richten op:

- * Een duurzame samenwerking realiseren met de andere regionale platformen en Flanders DC
- * Bewustwording tot stand brengen en inzicht geven in designdenken processen (mindset creëren) bij ondernemers in alle sectoren (CCS + traditionele sectoren).
- * Innovatieve Businessmodellen en designtools introduceren
- * Het verenigen en verankeren van technologische én niet technologische factoren als creativiteit & design als motor voor innovatie en groei, ook in de

traditionele sectoren.

* Matchmaking realiseren tussen CCS, de traditionele en industriële sectoren met het oog op co-creatie en kruisbestuiving

* Promoten, sensibiliseren, leren gebruiken van innovatieve businessmodellen ter vervanging van de meer traditionele modellen

* Het optimaal gebruiken van het lokale ecosysteem (quadruple helix werking verankeren)

* Bewerkstellingen van een realistische vorm van zelfredzaamheid door alle initiatieven die worden genomen voldoende performantie, draagkracht en ruchtbaarheid/visibiliteit te geven.

* Best practices in real time communiceren en ontsluiten

* Er naar te streven dat alle acties, projecten en initiatieven - verbonden aan deze doelstellingen - specifiek, meetbaar, beschikbaar, relevant en tijdsgebonden zijn.

2. Een project bestaat uit één of meerdere werkpakketten. Een werkpakket is een bundeling van inhoudelijk bij mekaar horende activiteiten. Geef aan welke werkpakketten u binnen het project voorziet. Geef binnen elk werkpakket een overzicht van de activiteiten. Binnen het project kunnen maximaal 5 werkpakketen gedefinieerd worden en per werkpakket is ruimte voor maximaal vijf activiteiten. Geef per activiteit de periode waarbinnen u de uitvoering van deze activiteit voorziet. Deze tijdstippen kunnen indicatief zijn. Geef per activiteit ook de voorziene kostprijs weer (incl. voorziene personeelskosten). De som van de kostprijzen moet overeen komen met de totale projectkost. Let op: het werkpakket Communicatie is verplicht en moet dus één van de vijf werkpakketten zijn. In het tabblad 'communicatie' moet verder nog toelichting worden gegeven over de verplichte acties en doelgroepen.

1	Afstemming en projectcoördinatie	1	Afstemmingstraject en gemeenschappelijke projecten	01/09/2016	31/08/2018	53.536,00
		2	Projectcoördinatie	01/09/2016	31/08/2018	42.430,00
2	Innovatieve businessmodellen & Design Tools	1	Businessmodelscaan	01/09/2016	30/09/2017	10.302,00
		2	Businessmodel-makersincubator	01/09/2016	31/08/2018	27.347,00
		3	Design Thinking Bootcamps	01/09/2016	31/08/2018	49.453,00
		4	ID Link-ups & ID Workshops	01/09/2016	31/08/2018	62.744,00
3	Kruisbestuiving, matchmaking en co-creatie	1	Wicked Challenge	01/09/2016	31/03/2018	28.878,00
		2	Co-creatieprojecten	01/09/2016	31/08/2018	99.075,00
		3	Link-ups Talks	01/09/2016	31/08/2018	49.420,00
4	Communicatie & Show-off	1	Activiteitengericht communicatiepakket	01/09/2016	31/08/2018	86.592,63
		2	Regionale ontsluiting learnings/findings/outputs	01/09/2016	31/08/2018	36.670,00
		3	Vlaamse ontsluiting learnings/findings/outputs	01/09/2016	31/08/2018	20.205,00

3. In de vorige vraag (werkpakketten) werd gevraagd de activiteiten te vermelden. Geef nu een omschrijving van elke activiteit. Geef daarbij aan wie de uitvoerders zijn en welke methodiek(en) men zal hanteren. Verwijs ook naar de verwachte output die aan de activiteiten is gekoppeld.

WP 1 Afstemming en projectcoördinatie

WP1A1 Afstemmingstraject en gemeenschappelijke projecten

Omschrijving: voorafgaand aan dit project beslisten we met de andere regionale hubs Limburg, Gent, Antwerpen, Flanders DC en AIO om periodiek te overleggen om expertise uit te wisselen, zodat regionaal opgebouwde kennis op een bredere schaal afgestemd en gevaloriseerd wordt, in functie van een duidelijk en transparant complementair programma ten gunste van de doelgroepen. Zo vermijden we versnippering en bewerkstelligen we maximale covering, efficiëntie en effectiviteit op Vlaams niveau.

Uitvoerders: promotor en copromotoren

Methodologie: we delen projectervaringen, -voorstellen en -expertise (tools, checklists) mbt matchmaking, kruisbestuiving en zelfredzaamheid om te zien hoe we

- * onze activiteiten maximaal op elkaar kunnen afstemmen (vb. agenda delen)
- * projecten kunnen delen of laten reizen in Vlaanderen,
- * kunnen samenwerken om projecten op Vlaams niveau te helpen ontwikkelen (vb. databank met creatievelingen, creatieve starterswijzer, designtools verzameling, makerspas)
- * communicatie kunnen afstemmen.

Nieuwe projecten die hieruit voortvloeien vinden hun uitwerking in de volgende werkpakketten.

Output: 11 overlegmomenten en 1 actieplan voor een transparant programma van regionale activiteiten(1)

>>> zie BIJLAGE (Verdere toelichting WP & Indicatoren) **WP1A1**

WP1A2 Projectcoördinatie

De projectcoördinatie gebeurt door de promotor. Die zal een overkoepelend overzicht houden op de activiteiten en 4-maandelijks rapporteren in de EFRO applicatie.

WP 2 Innovatieve businessmodellen & design tools

WP2 A1 Businessmodel scan

Omschrijving: Waarde-creatie binnen een organisatie is van belang om stakeholders betrokken te houden en middelenopbouw is cruciaal voor de continuïteit van de business. UGent ontwikkelde hiervoor de businessmodel-scan. Met dit innovatief instrument kan een organisatie in kaart brengen hoe waarde wordt gecreëerd voor stakeholders en hoe kernmiddelen worden opgebouwd.

Aan de hand van deze scan kan de organisatie strategisch prioritaire keuzes maken. Afhankelijk van de soort strategische opties die worden onderzocht, kan de gebruiker behoefte hebben aan zowel functionele als creatieve experts. Het instrument is ingebed in een online community: gebruikers (ondernemers én organisaties) delen er hun ervaringen en inzichten met de tool, ze kunnen er een expert ontmoeten die hen begeleidt met de BM-scan of -innovatie, door andere gebruikers gedeelde cases raadplegen, artikels lezen, ?

MoM zal de oefening m.b.t. de visuele uitwerking/verfijning van tool in een servicedesign voortraject organiseren en modereren. Dit voortraject moet uitmonden in een creatieve briefing. De effectieve uitwerking van de ze briefing zit niet in het Efro project. De **Businessmodels**scan kan deel uitmaken van het gezamenlijk actieplan uit WP1_A1.

Uitvoerders: promotor en copromotoren

Methodologie: servicedesign voortraject

Output: Designbriefing voor de visuele uitwerking van de tool (effectieve uitwerking = UGent)

>>> zie BIJLAGE (Verdere toelichting WP & Indicatoren) **WP1A1**

W2 A2 Businessmodel Makers-Incubator

Omschrijving: MoM onderzoekt, test en evalueert het **Makers-Incubator**-model in het kader van de Economie van de Toekomst. Het idee is om een businessmodel te ontwikkelen om **innovatieve economische hotspots** (bedrijvencentra 2.0) te ontwikkelen die in steden en gemeentes kunnen worden ingeplant (op micro- en meso niveau) en waarin bedrijven uit diverse sectoren (CCS én traditionele sectoren) samen kunnen resideren met als doel - dmv co-creatie en kruisbestuiving - innovatievere producten en diensten te ontwikkelen (= incubatiewerking).

Ook hier wordt de tandem technologie/IT en CCS ingezet om bedrijven uit andere sectoren te verbinden en te laten samenwerken. De aanwezigheid van een fablab, horeca én een polyvalente ruimte waar lezingen of tentoonstellingen kunnen worden georganiseerd moeten het geheel versterken en een organische kruisbestuiving in de hand werken, ook met bedrijven buiten de Makers-Incubator en steeds uit verschillende sectoren. Zowel starters als groeibedrijven zijn er welkom.

Het traject bestaat er uit om 2 pilootprojecten op te zetten rond deels gestuurde en deels organische kruisbestuiving en co-creatie.

Enkel de uitwerking van het projectidee is onderdeel van het Efro project. De uitvoering is dus geen projectkost.

Uitvoerders: promotor, copromotoren, externe experts en externe facilitators

Methodologie: Er wordt een service-design-traject georganiseerd om dit model uit te tekenen en bottom-up te testen, gevolgd door een co-creatietraject. Deze moet leiden tot een gefundeerde aanbeveling/briefing als voorzet tot het uitvoeren van de 2 pilootprojecten.

Output:

- * Een businessplan (micro- en meso niveau)
- * Netwerking, kruisbestuiving en matchmaking
- * Een gefundeerde aanbeveling/briefing als voorzet tot het uitvoeren van 2 pilootprojecten

>>> zie BIJLAGE (Verdere toelichting WP & Indicatoren) **WP2 A2**

WP2 A3 ID Link-ups & ID Workshops

A. ID Link-ups (WP2 A3a)

Omschrijving: MoM organiseert(1) een reeks van **ID Link-ups(2)** over designdenken, co-creatie en het gebruik van Innovatieve Designtools voor kmo's (zowel CCS als alle andere sectoren), de industrie en organisaties/besturen. Zo kan iedereen op een hands-on manier inzicht krijgen in- en kennismaken met innovatieve business- en design methodologieën die telkens gestoffeerd worden met best cases. Ook de ?Businesmodelscaan? zal op enkele specifieke ID Link-ups worden voorgesteld.

Bedrijven kunnen zich nadien inschrijven voor een ID workshops (zie hier onder).

Uitvoerders: promotor, copromotoren en externe experts

Methodologie: Lezingen/Leer- en netwerkmomenten

Output:

- * Meer inzicht in het belang van innovatieve businessmodellen en designdenken
- * Betere parate kennis van de verschillende modellen en de toepassingen ervan
- * Netwerking
- * Inschrijvingen voor de ID workshops, die voortvloeien uit deze ID Link-ups

>>> zie BIJLAGE (Verdere toelichting WP & Indicatoren) **WP2 A3a**:

B. ID Workshops (WP2 A3b)

Omschrijving: MoM organiseert een reeks **ID Workshops** voor kmo's (CCS + ?S), de industrie en organisaties/besturen. Een door MoM verzamelde en samengestelde groep bedrijven (veelal gerekruteerd uit de ID Link-ups) leert innovatieve designtools te gebruiken in een co-creërende omgeving. Ondernemers uit CCS én uit traditionele sectoren (ook retail) en organisaties zoeken samen antwoorden op zowel concrete vraagstukken als op enkele fictieve opdrachten. De groep wordt telkens zo samengesteld dat een toekomstige samenwerking (matches) ook effectief mogelijk is.

Uitvoerders: promotor, copromotoren en externe facilitators

Methodologie: (service)design-thinking-traject: participatief en co-creatief leren gebruiken van 1 of meerdere innovatieve businessmodellen en designtools in een workshop-formule. De bedrijven voor de workshops (CCS + andere sectoren + organisaties) worden zo geselecteerd dat er mogelijke samenwerking (matches) tot stand kan komen.

Output:

- * Deelnemende bedrijven krijgen nieuwe innovatieve businessmodellen aangereikt die ze nadien zelf kunnen inzetten
- * Ambassadeurs voor het designdenken
- * Netwerking, kruisbestuiving en matchmaking

>>> zie BIJLAGE (Verdere toelichting WP & Indicatoren) **WP2 A3b**:

WP2 A4 Design Thinking Bootcamps

Omschrijving: MoM organiseert 2 **Design Thinking Bootcamps** met als inzet een co-creatie traject tussen bedrijven uit de CCS en de traditionele sectoren. Uitgangspunt is een concrete vraag/challenge die betrekking heeft op één of meerdere (lokale) speerpunten. De tandem technologie-creativiteit vormt hier de rode draad waarin MoM telkens bedrijven uit 2 traditionele sectoren wil matchen met bedrijven uit de technologische/IT-sector én bedrijven uit de CCS (vb IT sector + designers + zorgsector + landbouw). Aan de Bootcamps gaat telkens een **Inspiration TALK & speeddating** vooraf waarin kennisinstellingen relevante en inspirerende onderzoeken en best cases komen toelichten en waar bedrijven zich in een speeddate-formule aan elkaar kunnen voorstellen met het oog op een mogelijke samenwerking en deelname aan de specifieke Bootcamps. De learnings/findings van de bootcamps, alsook de concrete

ideeën voor vernieuwende producten en/of diensten, worden gedeeld op een **Special TALK** (zie WP3 A2) en tijdens de jaarlijkse show-off/TIT (zie WP 4)

Uitvoerders: promotor, copromotors en externe facilitators

Methodologie: design thinking traject (front-end innovatie in double diamond methodologie); rapid prototyping, testen en bijsturen

Output:

- * Deelnemende bedrijven krijgen inzicht in een (service)design thinking traject(1)
- * Ze leren co-creëren
- * Ze krijgen innovatieve businessmodellen aangereikt die ze nadien zelf kunnen inzetten
- * Ze worden ambassadeurs voor het designdenken
- * Netwerking, kruisbestuiving en matchmaking

>>> zie BIJLAGE (Verdere toelichting WP & Indicatoren) **WP2 A4:**

WP 3 Kruisbestuiving, matchmaking & co-creatie

WP3 A1 Link-up TALKS

Omschrijving: MoM organiseert jaarlijks 8 **Link-up TALKS** rond specifieke thema's en opportuniteiten met focus op co-creatie, kruisbestuiving en matchmaking. Op deze TALKS worden telkens één of 2 experts uitgenodigd die de groep aanwezig op een informele en participerende manier onderhouden over een specifiek onderwerp.

Deze onderwerpen worden vooral aangegeven in wisselwerking met het werkveld. Ondernemers (uit alle sectoren, ook CCS), experts, werkveldorganisaties, beleidsmensen en studenten kunnen elkaar ontmoeten en van gedachten wisselen.

De Link-up Talks worden breed gecommuniceerd naar alle doelgroepen om zoveel en zo divers mogelijke sectoren aan te trekken (ook de retail) en een maximale kruisbestuiving in de hand te werken.

Mogelijke thema's: Social Media; Portfolio-masterclass & -pitch; Technologie en Design; IP in het kader van co-creatie; Old Skills, New Skills, ?

Uitvoerders: promotor, copromotor en externe experts

Methodologie: Lezingen/Leer- en netwerkmomenten

Output:

- * Meer inzicht in de ? thematieken
- * Netwerking, kruisbestuiving en matchmaking
- * Inschrijvingen voor de ID workshops

>>> zie BIJLAGE (Verdere toelichting WP & Indicatoren) **WP3 A1:**

WP3 A2 Co-creatie projecten

Omschrijving: MoM initieert en modereert **co-creatie-projecten** rond specifieke thema?s, noden en opportuniteiten uit het werkveld, aangebracht door bedrijven, kennisinstellingen, besturen, organisaties of door MoM zelf. Deze co-creatie-projecten moeten uitmonden in een innovatieve probleemoplossende aanbeveling en eventueel kunnen leiden tot een pilootproject. In die pilootprojecten nemen derden steeds de lead en de financiering op zich. De werkgroepen worden steeds ad hoc samengesteld met stakeholders en experts uit de traditionele sectoren en CCS en komen meerdere malen samen om tot een aanbeveling te komen.

Mogelijke thema?s: Innovation 2.0: technologie, creativiteit (design) en ondernemen; Sociale economie & CCS; Makers-hotspots/Bedrijvencentra 2.0; Samenwerking tussen de ? faculteiten van de Associatie UGent en HoGent; Netwerk Steden en Gemeentes

Uitvoerders: promotor, copromotoren en externe experts

Methodologie: service-design-traject en co-creatie/participatie traject via werkvergaderingen, brainstormen

Output:

- * Netwerking, kruisbestuiving en co-creatie
- * Samenwerking met en tussen Oost-Vlaamse besturen en organisaties om gezamenlijk projecten op te zetten die als doel hebben de economie een boost te geven
- * Uitschrijven probleemoplossende aanbevelingen voor pilootprojecten

>>> zie BIJLAGE (Verdere toelichting WP & Indicatoren) **WP3 A2**

WP3 A3 Wicked Challenge

Omschrijving: Maatschappelijke uitdagingen zoals vergrijzing, zorg, klimaat,? bieden tal van business opportuniteiten maar dwingen tevens de lokale overheden om pro-actief mee te denken aan innovatieve oplossingen. Aan de hand van gemeenschappelijke speerpunten uit de lokale besturen organiseert MoM een **Wicked Challenge** met als inzet een servicedesign co-creatie traject (workshops) met bedrijven uit de CCS en de traditionele sectoren. Uitgangspunt is een concrete vraag/challenge uit te sturen die betrekking heeft op een wicked problem (vergrijzing, opwarming van de aarde, afvalberg, ?). De tandem technologie-creativiteit zal ook hier de rode draad vormen waarin MoM bedrijven uit een 3de sector wil matchen met organisaties/besturen en burgers (vb. Ingenieurs/IT?ers + designers + afvalverwerkingsbedrijven + stad/gemeente/provincie bestuur + straathoekwerkers + burgers). Aan de Wicked Challenge gaat een **Inspiration TALK & speeddating** vooraf waarin kennisinstellingen relevante en inspirerende onderzoeken en best cases komen toelichten en waar bedrijven en organisaties zich in een speeddate-formule aan elkaar kunnen voorstellen met het oog op een mogelijke samenwerking en deelname aan de Wicked Challenge.

De co-creatie workshops monden uit in een creatieve briefing. De ideeën/producten/diensten die daaruit voortkomen kunnen opgepikt of verder uitgewerkt worden door één of meerdere van de deelnemende bedrijven.

De learnings/findings van deze Wicked Challenge worden gedeeld op een **Special TALK** (zie WP3 A1) en tijdens de jaarlijkse show-off/TIT (zie WP 4)

Uitvoerders: promotor, copromotoren, externe experts en externe facilitator

Methodologie:

- * Service-design-traject
- (1)** met gebruik van double diamond methodiek
- * Co-creatie/participatie traject met gebruik van één of meerdere innovatieve tools/methodologiën
- * Toepassen van quadruple helix model in de people-planet-profit filosofie
- * Netwerking, kruisbestuiving en matchmaking

Output:

- * Deelnemende bedrijven krijgen inzicht in een (service)design thinking traject
- * Ze leren co-creëren
- * Ze krijgen innovatieve businessmodellen aangereikt die ze nadien zelf kunnen inzetten
- * Ze worden ambassadeurs voor het designdenken

>>> zie BIJLAGE (Verdere toelichting WP & Indicatoren) **WP3 A3:**

WP 4 Communicatie & Show-off

WP4 A1 Vlaamse ontsluiting van learnings/findings/outputs

Omschrijving: MoM draagt zoveel mogelijk bij om het innovatieve, creatieve én ondernemende karakter van de Vlaamse sectoren (CCS + traditionele sectoren) de nodige visibiliteit en ruchtbaarheid te geven. Dit door - samen met de andere Regionale Platformen, Flanders DC en VLAIO - de outputs, best-cases, findings en learnings uit lokale activiteiten zoveel en zo visueel mogelijk uit te dragen, aan te bieden, en te exposeren (in woord en beeld). Voorbeelden zijn: aanwezigheid op Vlaamse events/beurzen en intense samenwerking met het Design museum (o.a. inhoudelijke invulling van het Designcenter.)

Uitvoerders: promotor en copromotoren

Methodologie: netwerkevents, tentoonstelling/installatie, consulting

Output: voldoende visibiliteit zodat alle doelgroepen (nieuwe) inzichten krijgen en de meerwaarde van design thinking en co-creatie tussen de CCS en de traditionele sectoren (h)erkennen en de nieuwe innovatieve businessmodellen implementeren in hun respectieve sectoren/bedrijven

WP4 A2 Regionale ontsluiting van learnings/findings/outputs

Omschrijving: MoM organiseert ? op het einde van het Efro traject - een **regionale TIT** (Think-it-Through): best cases, innovatieve projecten, ongewone maar succesvolle co-creaties, vraagstukken, ? worden aan alle stakeholders gepresenteerd in een aangenaam en inspirerend kader. Daarnaast geeft MoM, op vraag van derden, gratis **lezingen en presentaties** en gebruikt daarin zoveel mogelijk cases uit de regio met vermelding van gebruikte tools/methodologiën

Uitvoerders: promotor, copromotoren en externe facilitator

Methodologie: presentatie, testimonial, interview, netwerking, lezing, ?

Output:

- * 1 regionaal netwerkmoment/ presentaties en resultaten van het afgelopen Efro programma
- * lezingen en presentaties
- * uitbreiding databestand
- * netwerking

Indicatoren:

- * 80 unieke bedrijven(uit CCS + traditionele sectoren)/organisaties/besturen per TIT

* 100 unieke bedrijven maken kennis met de draag- en reikwijdte van design(denken), co-creatie en innovatieve businessmodellen

* Voorziene **matches**: 4

WP4 A3 activiteitengericht communicatiepakket

Wat? Communiceren van werkwijze, activiteiten (op Vlaams en lokaal niveau), trajecten, findings en learnings en output

Naar wie? Bedrijven(uit CCS + traditionele sectoren)/kennisinstellingen, besturen, burgers, werkveldorganisaties en andere stakeholders (zie tabblad communicatie voor verdere beschrijving)

Hoe? D.m.v. Facebook, digitale nieuwsbrieven, constante update website (MoM en copromotoren), mailcampagne, leaflets en affiche, persbericht

4. Geef een overzicht van de output en / of mijlpalen die het project zal genereren. Mijlpalen zijn tussentijds op te leveren resultaten van het project. Mijlpalen moeten logisch en natuurlijk passen bij de taken die zijn afgewerkt. Ze zijn objectief te evalueren. De output is vaak de concretisering van een mijlpaal. Geef voor elke mijlpaal of output de streefdatum op. Er kunnen maximaal 10 mijlpalen geïdentificeerd worden.

1	1 Wicked challenge	31/05/2017
2	Design Thinking Bootcamp 1	30/06/2017
3	Design Thinking Bootcamp 2	30/06/2018
4	TIT	30/06/2018

5. Geef toelichting bij de personeelsinzet op uw EFRO-project. Aan welk profiel dient het personeel te beantwoorden? Moet het partnerschap daarvoor beroep doen op nieuw aan te werven personeel? Zal men binnen het project beroep doen op externe expertise, d.w.z. buiten het projectpartnerschap? Vermeld hier geen persoonsgegevens.

MoM: creatief coördinator (master, senior, in dienst, 0,8 VTE) en projectcoördinator (bachelor, junior, aan te werven, voltijds)

Stad Gent: adjunct van de directie (master, senior, in dienst, 0,2 VTE) = projectmedewerker Gent

AGSA: bachelor, junior, aan te werven, 0,5 VTE = projectmedewerker Aalst

UGent: professor (Vakgroep Management), senior, in dienst, in totaal 70 uren en doctor (P3 lab/Tech Transfer), in dienst, in totaal 60 uren = projectexperten

HoGent: directeur CVO, senior, in dienst, 0,1 VTE (= projectmedewerker HoGent) en coördinator valorisatie, senior, in dienst, 0,1 VTE

Externe expertise: in functie van de activiteiten. Het gaat om experts, facilitators, communicatiebureau (zie beschrijving werkpakketten)

6. Toon het vernieuwende, innovatieve karakter van uw project aan.

Het programma dat MoM voorstelt voor het Efro project is het resultaat van een designdenken traject. Daardoor pakt MoM de opportuniteiten en problemen op een holistische en gedragen manier aan (bottom-up werking). Trouw aan de quadruple helix methode betreft MoM daarbij zowel de bedrijven uit alle sectoren (ook CCS), de kennisinstellingen, het beleid én (onrechtstreeks) ook de burgers.

Het innovatieve van het project ligt in de mix van verschillende geïntegreerde acties (zie werkpakketten en activiteiten) en 'real time' de ontsluiting ervan (learnings, findings, output, ...) via de website van MoM.

MoM introduceert een geheel nieuw businessmodel en initieert de nodige acties om dit model toe te passen in bedrijven (alle sectoren) en organisaties (zie WP2).

Om economische innovatie te optimaliseren wil MoM voor een tandem creëren met bedrijven uit de 'Technologie/IT sector & CCS' en die inzetten om bedrijven uit diverse traditionele sectoren te laten samenwerken rond een specifieke challenges (zie WP2_A4 en WP3_A5). Daarbij worden ook steeds experts uit het werkveld en kenniscentra ingezet om de co-creatie te optimaliseren en zo tot duurzame, oplossingsgerichte innovatieve producten en/of diensten te komen.

MoM buigt zich ook over nieuwe vormen van ondernemen in haar 'Makersincubator'-project waar bedrijven uit complementaire sectoren (traditionele sectoren én CCS) samen een gebouw 'bewonen' en gemeenschappelijke voorzieningen kunnen delen als een Fablab, een horeca-faciliteit en een polyvalente ruimte. Op die manier wil MoM onderzoeken of er een organische samenwerking en co-creatie tot stand kan komen (zie WP3_A4) die andere bedrijven inspireert en motiveert hetzelfde te doen.

Procedures

1. **Geef in de verplichte bijlage aan of de verschillende projectpartners onderhevig zijn aan de wet op de overheidsopdrachten. Vul vervolgens in hetzelfde document de voorziene aanbestedingen aan in het aanbestedingsplan (indien van toepassing). Maak hiervoor gebruik van het model dat u vindt op www.efro.be.**

wet_oho_en_aanbestedingsplan_1011.pdf

2. **Duid in onderstaande lijst aan welke formele / wettelijke (plannings)procedures / vergunningen vereist zijn.**

Niet ingevuld

3. **Geef voor elke vereiste procedure / gunning de stand van zaken. Is de procedure afgerond (datum beslissing), reeds opgestart (datum opstart procedure en verwachte beslissings-datum)**

of nog op te starten (timing).

Nvt

Link met het beleid

1. Sluit uw project aan bij overheidsinitiatieven op lokaal, provinciaal en / of Vlaams niveau? Geef aan welke.

Aansluiting Vlaams beleid

In de beleidsnota 2014 ? 2019 werk, economie, wetenschap en innovatie van Minister Muyters wil men de competenties van de ondernemers verder ontwikkelen. De ondernemers vormen immers de basis van ons economisch weefsel.

De ondernemingen moeten concurrentiëler en werkenden ondernemender zijn dan vandaag, dat werknemers en bedrijven opportuniteiten zien en initiatief nemen in een veranderende omgeving waarbij er een innovatiecultuur tot stand gebracht wordt.

Het project Ministry of Makers zal via de kruisbestuiving van de traditionele sectoren en de creatieve en culturele sectoren de innovatiecapaciteit van alle ondernemingen verhogen en door het verspreiden van innovatieve bedrijfsmodellen innovatie bij deze ondernemingen stimuleren.

Door matchmaking te faciliteren tussen deze traditionele en de creatieve sectoren kan via co-creatie tot nieuwe innovatieve processen en producten worden gekomen.

Dit alles zal automatisch leiden tot een grotere innovatiecapaciteit en zal ook de concurrentiekracht vergroten in deze veranderende wereld.

In juni 2015 werd de studie van de Rebel Group (in opdracht van de Vlaamse overheid) rond het ecosysteem voor de culturele en creatieve sectoren afgerond. Hieruit kwam naar voor dat er nog te weinig aandacht is voor creativiteit in sectoren met traditionele business modellen en dat het daarom belangrijk is om in te zetten op het stimuleren en faciliteren van de matchmaking tussen ondernemers uit de culturele en creatieve sectoren en de ?traditionele sectoren?. Het project Ministry of Makers zal net zorgen voor de kruisbestuiving van deze traditionele sectoren en de creatieve sectoren en werkt daardoor mee aan de uitvoering van het Vlaams beleid.

Aansluiting provinciaal beleid

Het project sluit perfect aan bij de eerste merkpijler ?innovatie, creativiteit en duurzaamheid? uit het meerjaren plan 2014 ? 2019 van de Provincie Oost-Vlaanderen. Daarnaast zullen verschillende acties uit het Actieplan Creatieve en Culturele industrie in Oost-Vlaanderen door Ministry of Makers worden uitgevoerd of versterkt.

Aansluiting lokaal beleid

In de beleidsnota van Schep en De Clercq wordt aangegeven dat in de studie 'De Gentse creatieve economie' er sprake is van een nood aan betaalbare ruimte, opleiding, netwerken en promotie om te komen tot een succesvolle creatieve economie en meer en betere creatieve bedrijven. Er is in de beleidsnota ook aandacht voor samenwerking met ondernemers uit de creatieve sector, kruisbestuiving met andere ondernemers en sectoren, opleiding, ondernemerschap ruimte en promotie.

Het project Ministry of Makers zal inzetten op verschillende van deze noden. Met het Ministry of Makers worden creatieve krachten in Gent en Oost-Vlaanderen gebundeld om samen met de bedrijven, de sector, de onderwijsinstellingen, de diverse overheden de Gentse regio op de kaart te zetten als belangrijke regio op vlak van creativiteit en design.

Transversale thema's

1. Welke specifieke acties die een positieve bijdrage leveren aan duurzame ontwikkeling voorziet uw project?

MoM werkt volgens het people-planet-profit model om het welzijn van huidige generaties te maximaliseren zonder het welzijn van de toekomstige generaties in het gedrang te brengen.

In al haar acties streeft MoM er dan ook naar duurzame ontwikkeling door de 3P's harmonieus met elkaar te laten werken en ze als voorwaarde te stellen voor het designdenken (toepassen van innovatieve designtools en businessmodellen).

MoM hanteert de volgende definitie voor design:

'Design is de aanpak en/of het resultaat van een integraal, multidisciplinair, duurzaam (ontwerp)proces dat de cohesie tussen antropologische, technologische, creatieve, ecologische en economische aspecten bevordert, problemen oplost en meerwaarde creëert voor ondernemingen, organisaties, overheden én burgers. Het is een systematische aanpak voor een 'people-centered', duurzame en marktgedreven innovatie ten dienste van alle economische sectoren in het bijzonder en van de maatschappij in haar geheel.'

De actie 'Wicked Challenge' (WP3_A5) draagt actief en op een relevante wijze bij tot de verbetering van ons leefmilieu, onze welvaart/winst én onze maatschappij.

2. Welke acties ter bevordering van de bescherming of verbetering van het leefmilieu voorziet uw project? Wat is het effect van het project op het milieu / klimaatsverandering?

MoM draagt door haar actie 'Wicked Challenge' (WP3_A5) bij aan het algemeen discours ter verbetering van ons leefmilieu én onze maatschappij (zie ook people, planet, profit). Daarbij kunnen in lijn met de speerpunten van de steden en gemeentes - thema's als milieu, opwarming van de aarde, vervuiling, worden aangepakt en leiden tot innovatieve producten en diensten.

3. Welke specifieke acties die een positieve bijdrage leveren aan de gelijkheid van kansen voorziet uw project?

MoM stelt al haar activiteiten en evenementen open voor iedereen. Er zijn dan ook geen belemmeringen verbonden aan sekse, handicap, afkomst en of leeftijd.

Communicatie

Communicatie

1. Wat wilt u bereiken met de projectcommunicatie?

MoM wil uitgebreid communiceren rond haar acties en activiteiten en het Efro project zo veel (grondgebied) en zo diep (bedrijven uit alle sectoren, organisaties, kennisinstellingen, besturen) mogelijk uitdragen. Daarvoor creëert MoM aantrekkelijk visuele campagnes en hanteert ze haar gebruikelijke huisstijl aangevuld met de huisstijlelementen die het Efro project voorschrijft.

MoM bespeelt zeer frequent en herhaaldelijk de sociale Media. Deze campagnes dienen als teaser en verwijzen steeds naar de website voor meer informatie. Mailcampagnes zorgen voor communicatie in de diepte. MoM poogt haar adressenbestand steeds verder uit te breiden en de nodige informatie te verzamelen die toelaat op specifieke doelgroepen en interesses in te spelen. Leden van de MoM community kunnen zich inschrijven op onze digitale nieuwsbrief zodat ze steeds op de hoogte zijn van de komende en voorbije activiteiten en van de learnings en findings daaraan verbonden.

MoM organiseert jaarlijks ook enkele events waarop alle stakeholders en doelgroepen worden opuitgenodigd. Ook de pers wordt geïnformeerd (persberichten, interviews, uitnodigingen voor events, ?) over de verschillende mijlpalen. Zowel over het Vlaams programma en Businessmodelscan als over de jaarlijks terugkerende activiteiten als de Design Thinking Bootcamp, de Wicked Challenge en onze TIT (Think it Through).

MoM wil met deze inzet zoveel mogelijk van haar doelgroepen en stakeholders bereiken en hen aanmoedigen deel te nemen aan één van de activiteiten of informatie in te winnen over- en gebruik te maken van Innovatieve Businessmodellen en Designtools (vb via de ?LID? Library of Innovative Tools).

2. De doelgroepen vermeldt u bij de inhoudelijke toelichting. Hoe wenst u die doelgroepen te bereiken? Wordt elke doelgroep op een specifieke manier benaderd?

MoM beschikt reeds over een uitgebreid databestand van ondernemers uit de creatieve en culturele sectoren. Hen kunnen we dus via mail of via de sociale media bereiken.

Voor de bedrijven uit de andere sectoren willen we beroep doen op de werkveld- en beroepsfederaties, de stad- en gemeentebesturen en de kenniscentra om zo via hun kanalen onze boodschap te verspreiden. Maar ook servicebedrijven uit de bank- en verzekeringswereld zijn intermediair op het vlak van communicatie. Idealiter werkt MoM aan een gemeenschappelijke databank ism de andere Regionale Platformen + Flanders DC.

Op lokaal vlak onderhoudt MoM niet alleen persoonlijke contacten met de stedelijke-, gemeentelijke- en provinciebesturen (dmv contactpersonen bij de ? interne diensten én met kabinetten van de betreffende Schepenen) maar kan MoM ook gebruik maken van hun communicatiekanalen en connecties. Stad Gent en de Provincie zijn stichtende leden van MoM. Stad Aalst zal vanaf 1 april deel uitmaken van het Dagelijks Bestuur van MoM.

Op Vlaams vlak werkt MoM nauw samen met de andere regionale platformen, met Flanders DC én met AIO.

MoM werkt voor haar project nauw samen met HoGent (stichtend lid) en UGent. Via hen kan MoM gebruik maken van hun interne- en externe communicatiekanalen. Ook Luca School of Arts, Odisee, Artevelde Hogeschool, Vlerick Business School en Howest worden betrokken in de acties van MoM en dus ook in de communicatie.

Via deze onderwijsinstellingen kunnen we ook organisaties als Ghentrepreneur, CvO, Design Factory, .. betrekken in onze communicatie.

Burgers worden onrechtstreeks betrokken in de communicatie door de virale verspreiding van de communicatie van MoM via de sociale Media.

3. Communicatie is een verplicht werkpakket en werd daar toegelicht. Geef hier nog een extra toelichting over de verplichte acties, nl. 2 persacties of publicaties en (bij investeringsprojecten) een werfbord / permanente gedenkplaat.

Persmomenten/acties:

MoM Voorziet 3 grote persacties in de looptijd van het Efro project.

Het eerste persmoment zal (idealiter) een ?gedeeld? moment (met Flanders DC & regionale platformen) zijn waarop de pers kennis kan nemen van het Efro project in zijn geheel, de doelstellingen in het algemeen en de accenten die elk Regionaal Platform in de komende 2 jaar zal leggen. Ook de plaats van het vernieuwde Flanders DC en AIO ? met daaraan gekoppeld de beleidsvisie van minister Muylers ? worden hierin belicht en toegelicht.

Deze persactie zal deel uitmaken van WP1 Afstemmingsproject. De uitwerking hiervan wordt dan ook samen bepaald (locatie, actie, ?). Indien er beslist wordt om dit niet samen (op Vlaams niveau) te doen zal MoM dit regionaal organiseren. Timing: mei-juni 2016. Het persbericht die aan deze actie gekoppeld zal zowel naar de Vlaamse als naar de lokale pers gericht

worden. In Gent wordt een persmoment georganiseerd in het Stadhuis.

MoM zal de pers ook steeds uitnodigen op haar jaarlijkse TiT (Think it Through) waarop de activiteiten, de outputs en de learnings & findings met alle stakeholders en doelgroepen worden gedeeld. De TiT wordt een amalgaam van presentaties, interviews, workshops (bottom-up werking moet verzekerd blijven) en netwerkevent, opgeluisterd met beeld, muziek, drankjes en hapjes. De pers zal op de hoogte gesteld worden via een persbericht en ook de uitnodiging ontvangen voor het event.

De pers zal ook steeds ingelicht over het Design Thinking Bootcamp en de Wicked Challenge. Aan beide activiteiten hangt immers een mooi en actueel verhaal: verschillende bedrijven uit niet voor de hand liggende sectoren (CCS en traditionele sectoren) zullen samen aan een nieuw product of dienst werken, gebruik makend van innovatieve designtools en zo het bewijs leveren dat kruisbestuiving en co-creatie tot duurzame samenwerkingen kan leiden.

Publicatie:

MoM overweegt geen publicatie van haar Efro project maar zorgt er wel voor dat alle acties, outputs, learnings & findings in real time gecommuniceerd worden via haar newsletter en website. Op die manier zal de website niet enkel een reëel en actueel beeld geven van wat binnen het Efro project wordt gerealiseerd maar zal het proces van de acties (even belangrijk als de acties zelf!) op een visueel en textueel toegankelijke en aantrekkelijke manier worden ontsloten. De community kan daarenboven ook meteen reageren en anticiperen op de activiteiten, processen, outputs en learnings & findings.

Zo creëren we een community ?ownership?, werken we betrokkenheid in de hand en wakkeren de participatiegedachte en dus ook de kruisbestuiving aan.

Op deze website worden de linken gelegd naar onze partners (Regionale Platformen, Flanders DC, AIO, ?) en hopelijk naar de ?LID? Library for Innovative Designtools (is een voorstel van MoM en maakt deel uit van het WP1 afstemmingstraject) én natuurlijk naar onze co-promotoren.

In alle communicatieacties zullen de EFRO logo's en de steun duidelijk vermeld worden.

4. Voorziet u nog andere dan de bovenstaande verplichte acties?

Maart 2018 vormt het sluitstuk van het Efro project. Alle regionale partners zullen afzonderlijk én samen, ook met Flanders DC, de outputs van het project evalueren en afspraken maken om ook na het EFRO project een verdere werking aan te houden en te verzekeren.

Deze evaluatie en aanbeveling zal onder de vorm van een rapport aan Minister Muyters (kabinet) en AIO worden overhandigd.

Financiële informatie

Cofinanciering

1. Indien andere partners uw project cofinancieren, voegt u hier de cofinancieringsbewijzen toe. Maak daarbij gebruik van het model dat u vindt op www.efro.be. Indien u nog niet over een bewijs beschikt, moet u de cofinancieringsaanvraag toevoegen.

20160621_DO_Co-financiering_Prov_O-VI.pdf
Toekenning cofinanciering_stad Aalst.pdf

2. Geef voor alle cofinancieringsbronnen aan wanneer de cofinanciering “toegekend” of “aangevraagd” werd. Ook de eigen bijdragen en deze van de (eventuele) copromotoren moeten vermeld worden. Vul steeds een datum in. Indien de cofinanciering nog niet werd toegekend, moet dit zo worden aangegeven. De cofinancieringsbewijzen moeten hierboven als verplichte bijlagen aan het projectvoorstel toegevoegd worden.

	Cofinanciering	Aangevraagd	Toegekend
1	Provincie Oost-Vlaanderen	29 januari 2016	
2	Vlaanderen - Hermes	29 januari 2016	
3	Stad Aalst		27 januari 2017
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

Inkomsten

1. Voeg hier een verklaring over de inkomsten van het project toe. Maak daarbij gebruik van het model dat u vindt op www.efro.be.

Inkomstenraming_EFRO1011.pdf

Staatssteun

1. Mogelijk zijn de staatssteunregels van toepassing op uw project. Deze staatssteunregels zijn van toepassing indien uw project cumulatief voldoet aan de volgende criteria: in het project worden commerciële activiteiten uitgevoerd, het project levert een selectief voordeel op, er worden staatsmiddelen gegeven en de handel tussen de lidstaten wordt mogelijk verstoord. Indien deze criteria van toepassing zijn op uw project, is het project onderhevig aan de staatssteunregels, wat concreet wil zeggen dat het project enkel in aanmerking komt voor EFRO-steun wanneer het past binnen de toegelaten uitzonderingen in de vorm van de groepsvrijstellingsverordening, de-minimis (zie volgende vraag), en DAEB (Diensten van Algemeen Economisch Belang). Licht toe of uw project onder de staatssteunregels valt en of u hiervoor beroep kunt doen op één van deze uitzonderingen. Geef ook een toelichting indien u van mening bent dat het project niet onder de staatssteunregels valt.

Op het eerste niveau is er geen sprake van staatssteun. Aangezien ondernemers en andere organisaties actief betrokken zijn bij het project, kan er sprake zijn van staatssteun op het tweede niveau. Ondernemingen worden betrokken bij workshops, bootcamps, ... Zij kunnen daardoor een

selectief voordeel halen uit het project. Alle activiteiten staan open voor alle geïnteresseerde bedrijven. Indien er sprake zou zijn van staatssteun, kunnen ze normaal beroep doen op de-minimis. Het (geringe) steunbedrag zal het handelsverkeer tussen de lidstaten niet ongunstig beïnvloeden en de mededinging niet vervalsen. Ondernemingen geenszins rechtstreekse steun. Er zal met andere woorden nooit een direct financieel voordeel gecreeërd worden.

- 2. Indien uw project valt onder de staatssteunregels, kan u mogelijk beroep doen op de 'de-minimis verordening'. Deze staat een maximum bedrag van 200.000,00 euro aan overheidssteun toe over een periode van de afgelopen 2 boekjaren en het huidige boekjaar. Het plafondbedrag van 200.000,00 euro dekt alle staatssteun van alle overheden die wordt toegekend als de-minimissteun. Steun die door de verschillende overheden samen onder de-minimis wordt toegekend mag dus gecumuleerd niet meer dan 200.000,00 euro bedragen. Als één (of meerdere) van de projectpartners binnen het EFRO-project de-minimissteun zou ontvangen, moeten deze partners hierover een formele verklaring afleggen en toevoegen aan het projectvoorstel. Maak daarbij gebruik van het model dat u vindt op www.efro.be.**

Niet ingevuld

Indicatoren

id	naam	indicatorfiche	status	project draagt bij tot deze indicator	streefwaarde
9	Aantal ondernemingen die niet-financiële steun ontvangen ter verbetering van de kennis over en implementatie van innovatieve bedrijfsmodellen	INDICATORENFICHE - Output 2.6.pdf	Verplicht	Ja	80

Kosten

Projectdefinitie						
Investeringskosten						
nr	subrubriek	bedrag	toelichting	partner die kosten maakt		
26.	Installaties, machines en uitrusting	2.000,00	Aankoop beamer voor activiteiten	DPGOV - Designplatform Gent Oost-Vlaanderen		
Subtotaal:						2.000,00
Werkingskosten						
nr	subrubriek	bedrag	toelichting	partner die kosten maakt		
2.	Reis- en verblijfkosten	2.074,00	Binnenlandse verplaatsingen voor activiteiten, vergaderingen, ... (auto + openbaar vervoer)	DPGOV - Designplatform Gent Oost-Vlaanderen		
23.	Organisatie van inhoudelijke en promotionele activiteiten	5.000,00	Aanstelling eventbureau voor organisatie TIT (5000 per TIT)	DPGOV - Designplatform Gent Oost-Vlaanderen		
24.	Organisatie van inhoudelijke en promotionele activiteiten	11.000,00	Catering voor bootcamps, workshops, TIT's, wicked challenge	DPGOV - Designplatform Gent Oost-Vlaanderen		
25.	Organisatie van inhoudelijke en promotionele activiteiten	5.900,00	Aankoop verbruiksmateriaal voor activiteiten	DPGOV - Designplatform Gent Oost-Vlaanderen		
27.	Organisatie van inhoudelijke en promotionele activiteiten	3.100,00	Zaalhuur voor activiteiten	DPGOV - Designplatform Gent Oost-Vlaanderen		
32.	Organisatie van inhoudelijke en promotionele activiteiten	520,00	Geschenken voor sprekers	DPGOV - Designplatform Gent Oost-Vlaanderen		
Subtotaal:						27.594,00
Overheadkosten						
nr	subrubriek	bedrag	percentage			
20.	Overhead	59.518,52	15,00			
Subtotaal:						59.518,52
Externe prestaties						
nr	subrubriek	bedrag	toelichting	partner die kosten maakt		
4.	Inhoudelijke ondersteuning	10.000,00	Inhuur experts voor bv. ID Link-ups, TALKS, ... gemiddeld 250 euro per expert	DPGOV - Designplatform Gent Oost-Vlaanderen		
5.	Administratieve/financiële ondersteuning	5.000,00	Externe boekhouder ifv het EFRO dossier	DPGOV - Designplatform Gent Oost-Vlaanderen		
21.	Inhoudelijke ondersteuning	12.000,00	Facilitators voor ID Workshops, cocreatie, ...: gemiddeld aan 500 euro per sessie	DPGOV - Designplatform Gent Oost-Vlaanderen		
22.	Inhoudelijke ondersteuning	16.000,00	Designmanagementbureaus voor bootcamps (2 x 5000 euro) + 1 wicked challenge (6000 euro)	DPGOV - Designplatform Gent Oost-Vlaanderen		
29.	Inhoudelijke ondersteuning	1.000,00	spreker voor TIT	DPGOV - Designplatform Gent Oost-Vlaanderen		
30.	Inhoudelijke ondersteuning	6.000,00	Onderzoek Makersincubator	DPGOV - Designplatform Gent Oost-Vlaanderen		
31.	Inhoudelijke ondersteuning	750,00	expertise Innovatieve Business Modellen	DPGOV - Designplatform Gent Oost-Vlaanderen		
Subtotaal:						50.750,00
Promotie en publiciteit						
nr	subrubriek	bedrag	toelichting	partner die kosten maakt		
6.	Communicatieplan of -strategie	5.000,00	PR, social media, campagnes op Vlaams niveau ism Flanders DC	DPGOV - Designplatform Gent Oost-Vlaanderen		
10.	Communicatietools	25.000,00	Aanstelling van een communicatiebureau voor projectcommunicatie op regionaal vlak (lay out, campagnes, ...)	DPGOV - Designplatform Gent Oost-Vlaanderen		
Subtotaal:						30.000,00
Personeelskosten						
nr	subrubriek	bedrag	functie	sut	aantal uur	partner die kosten maakt
12.	Personeel	107.979,76	Projectcoördinator	34,16	3161	DPGOV - Designplatform Gent Oost-Vlaanderen
13.	Personeel	144.753,60	Creatief coördinator	63,60	2276	DPGOV - Designplatform Gent Oost-Vlaanderen
14.	Personeel	66.006,75	Projectmedewerker Aalst	41,75	1581	Autonoom gemeentebedrijf voor stadsontwikkeling - Autonoom Gemeentebedrijf Stadsontwikkeling Aalst AGSA
15.	Personeel	33.812,00	Projectmedewerker Gent	53,50	632	Stad Gent - Stadsdiensten AC Portus

Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling

16.	Personeel	5.096,00	Projectexpert VG Management	72,80	70	Universiteit Gent - st.-pietersnieuwstraat
17.	Personeel	3.750,00	Projectexpert P3 Lab/Tech Transfer	62,50	60	Universiteit Gent - st.-pietersnieuwstraat
18.	Personeel	18.012,00	Projectmedewerker CVO	57,00	316	Hogeschool Gent - Centrale Administratie
19.	Personeel	17.380,00	Projectmedewerker valorisatie	55,00	316	Hogeschool Gent - Centrale Administratie
Subtotaal:						396.790,11
Inkomsten						
nr	subrubriek	inkomst	toelichting	partner die kosten maakt		
33.	Inkomsten tijdens het project	0,00	Geen inkomsten	DPGOV - Designplatform Gent Oost-Vlaanderen		
Subtotaal:						0,00
Totaal Kosten						566.652,63
Totaal Inkomsten						0,00
Totaal Subsidiabele Kosten						566.652,63

Financiering

	Projectvoorstel		Projectdefinitie	
Programma				
EFRO Vlaanderen 2014-2020	226.661,05		226.661,05	
		40,00		40,00
Cofinanciering Vlaamse Minister Economie - Hermes	0,00	0,00%	0,00	0,00%
Cofinanciering				
Prive				
Overheid				
Overheid - Provinciaal Provinciebestuur Oost-Vlaanderen Provinciaal openbaar bestuur Cofinancier	41.000,00	7.24%	41.000,00	7.24%
Overheid - Lokaal Stad Aalst Gemeentelijk openbaar bestuur Cofinancier	20.000,00	3.53%	20.000,00	3.53%
Overheid - Lokaal Stad Gent Gemeentelijk openbaar bestuur Copromotor	33.830,00	5.97%	33.830,00	5.97%
Overheid - Lokaal AGSA Autonoom gemeentebedrijf Copromotor	66.000,00	11.65	66.000,00	11.65
Overheid - Andere HoGent Openbare instelling Copromotor	35.410,00	6.25%	35.410,00	6.25%
Overheid - Andere UGent Openbare instelling Copromotor	8.850,00	1.56%	8.850,00	1.56%
Overheid - Andere Designplatform Gent Oost-Vlaanderen VZW Promotor	134.901,58	23.81	134.901,58	23.81
Totale Financiering	566.652,63		566.652,63	