



**INNOVATION CAMP
TRIESTE, 22 GENNAIO 2019**

AGENDA DI OGGI

- Introduzione – *Chi siamo (per chi non ci conosce ancora...)*
- Dove siamo:
 - *sintesi e revisione del percorso fatto fin qui + obiettivi di oggi: ottimizzare le proposte*
 - *i principali servizi previsti per il cluster regionale dell'audiovisivo*
- Sessione #1: *Servizio A e Servizio B* – Presentazione e lavoro di gruppo
- Sessione #2: *Servizio C e Servizio D* - Presentazione e lavoro di gruppo
- Conclusioni: un modello di piattaforma servizi per il futuro cluster dell'audiovisivo



CHI SIAMO

Alberto Baldi – bioPmed Cluster Manager – Cluster International Expert – ESCA Gold Label Expert

Fabio Arfaioli – bioPmed Communication & Community Manager – Group Facilitator

OBIETTIVI DI OGGI

- Partendo dai risultati dei primi due workshop, dalle nostre elaborazioni e dalle interazioni con Informest e le autorità regionali, presentarvi un **primo set di servizi «core»** che potranno costituire il nucleo della futura piattaforma servizi del cluster regionale dell'audiovisivo/creatività.
- Lavorare assieme, in gruppo, per rivedere, «mettere a terra», testare (reality check) e **ottimizzare** i servizi proposti.
- Presentarvi **un'ipotesi di piattaforma servizi**: servizi core + servizi accessori.

RIASSUNTO DEL PERCORSO FATTO FIN QUI...

Primo workshop (17 ottobre) - Abbiamo parlato di

- *Creazione e sviluppo di un cluster: gli elementi di base (coinvolgimento, strategia, team, risorse, controllo, attività e servizi, comunicazione)*
- *Focus su bisogni e servizi con esempi di cluster europei di settore*
- *Discussione e lavoro di gruppo su che cosa fosse necessario **in questo settore, in questa regione** → 6 priorità di azione «grezze»:*

**Formazione, Cooperazione, Business Development,
Promozione, Competitività, Aggiornamento continuo**

Secondo workshop (19 novembre) - Abbiamo lavorato sui risultati del primo incontro e

- Abbiamo elaborato una lista di 4 aree prioritarie di intervento sulle quali lavorare:

A) Cooperazione B) Supporto strategico C) Trasferimento di conoscenze e formazione D) Promozione e Marketing

- Utilizzando la metodologia del «service design», opportunamente adattata, abbiamo elaborato, tutti assieme, una prima ipotesi di servizi che rispondessero ai principali bisogni.



Primo step: utilizzatori, bisogni, servizi possibili

USERS

Identify the *actors* potentially involved in the Cluster (e.g. SMEs, Research Center, Public Agencies,...)

Who will be the users of the cluster service platform?

Which type of organization could take advantage from its specialized service platform?

Vfx agencies

Digital broadcast platform

NEEDS

Identify the *needs* (of listed actors) related to the priority you are working on.

Which kind of needs could be addressed by the new service platform?

Are they common needs of organization specific need?

R&D Project partner

Public Funding

SERVICES

Propose a list of *services* that can be activated to respond to the needs you pointed out.

Networking café

Tech. Scouting Reports

EU projects Help Desk

Thematic workshops

Secondo step: aggregazione bisogni e possibili soluzioni (+ priorità)

NEEDS	SERVICES	Relevance
<p><i>Common Needs</i></p> <p>List the identified common needs, from the most significant to the marginal ones. E.g.:</p> <p>Common Need 1</p>	<p><i>Common Services</i></p> <p>Identify (at least) a common service for any common need</p> <p>Common Service 1/a</p> <p>Common Service 1/b</p>	<p>M = Must-Have</p> <p>I = Important</p> <p>S = Secondary</p>
<p><i>Specific Needs</i></p> <p>List the identified <i>organization-specific</i> needs, from the most significant to the marginal ones</p>	<p><i>Specific Services</i></p> <p>Identify (at least) a service for any need</p>	

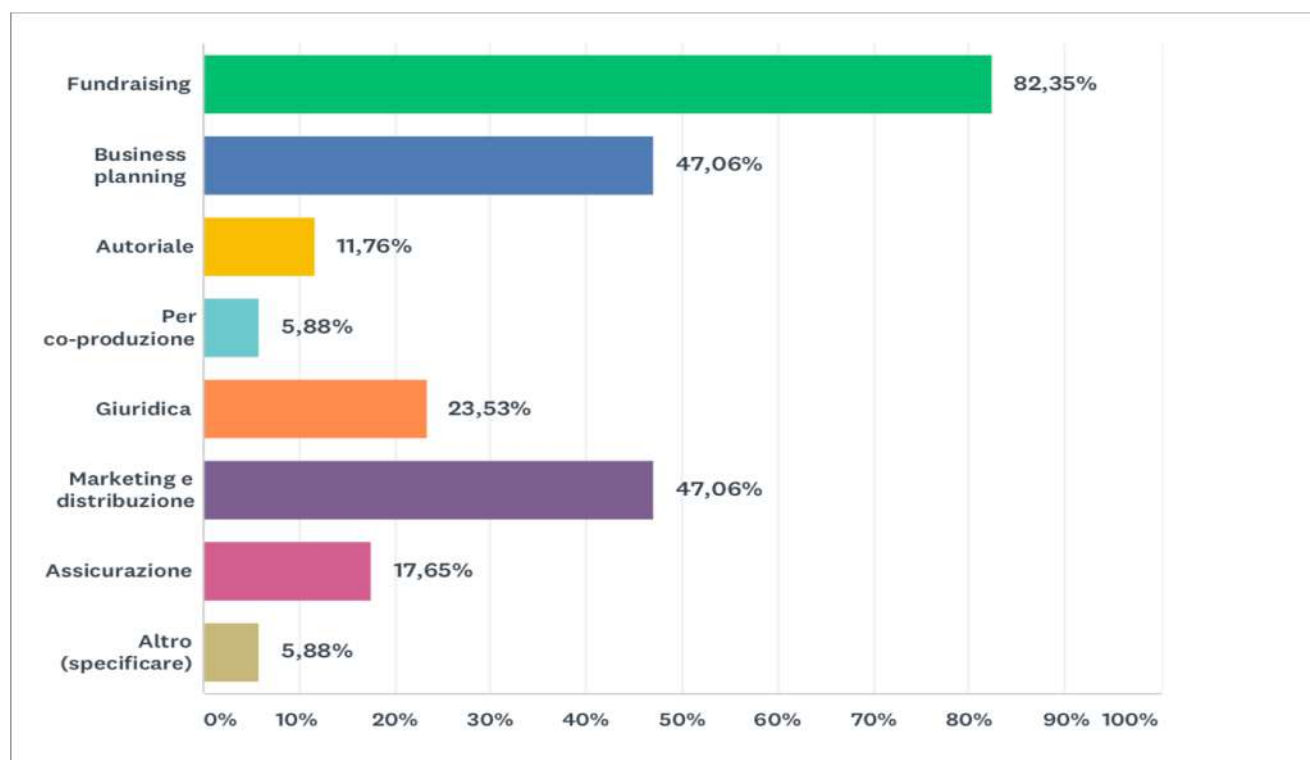
Terzo step: scelto il servizio, lo si prototipizza suddividendolo nei suoi componenti di base

SERVICE DESCRIPTION		SERVICE DELIVERY		
Users <i>Who will be the service users?</i> <i>Who are the most important users?</i>	Service proposition <i>Why would someone use the service?</i> <i>What value does the service bring?</i>	Actors <i>Who will be involved in delivering the service?</i> <i>Who will be the key partner suppliers and stakeholders?</i>	Key activities <i>Which activities are required to deliver the service?</i> <i>Which are the most important activities?</i>	Resources <i>Which resources (e.g. time, money, internal or external expertise, are required for delivering the service?</i>
		ASSESSMENT		
Channels <i>Through which channels (e.g. online, events, one-to-one, help desk...) should the service be available? Which channels are the most cost effective? Which channels are users like to favor?</i>	Usage <i>What happens</i> <i>How should users use the service?</i> <i>How frequently will the service be used?</i>	Challenges/Risks <i>What challenges do you foresee.</i> <i>Which are the main risks?</i>	Expected impact <i>How will the service impact cluster actors competitiveness and innovativeness?</i>	KPIs <i>Which KPIs can be used to track the performance of the service?</i>

Quarto step: il survey online.

Avendo lavorato a gruppi, abbiamo ritenuto opportuno raccogliere feedback e opinioni da una platea più ampia sui risultati di quanto emerso durante il workshop.

Esempio:



E siamo arrivati ad oggi...

Dal percorso realizzato assieme, dall'analisi dei risultati del survey e dalle interazioni con Regione FVG e Informest abbiamo elaborato in dettaglio il prototipo di 4 servizi "core" che si ipotizza il cluster possa mettere a disposizione.

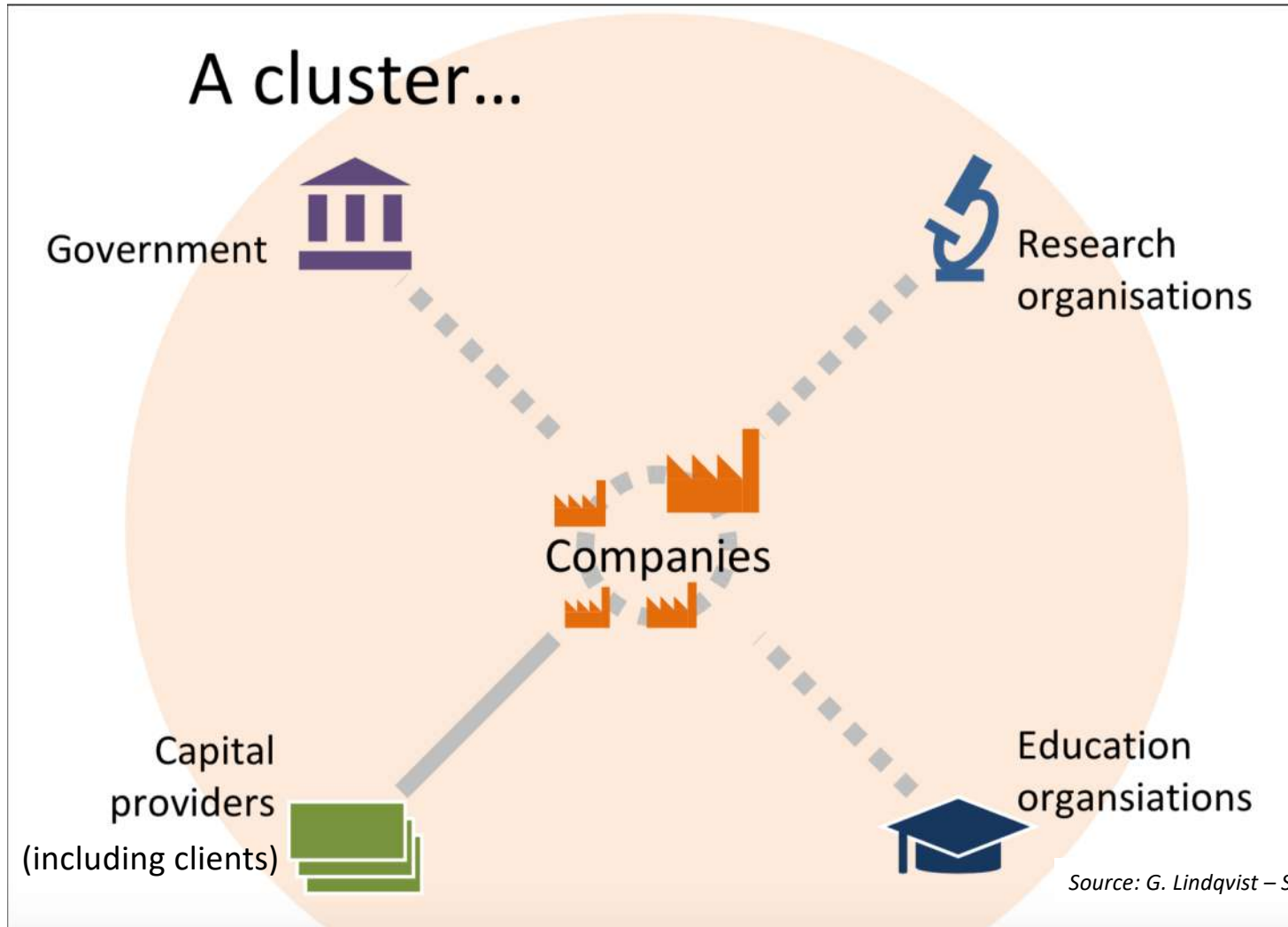
A. Sportello Bandi

B. Catalogo Skills

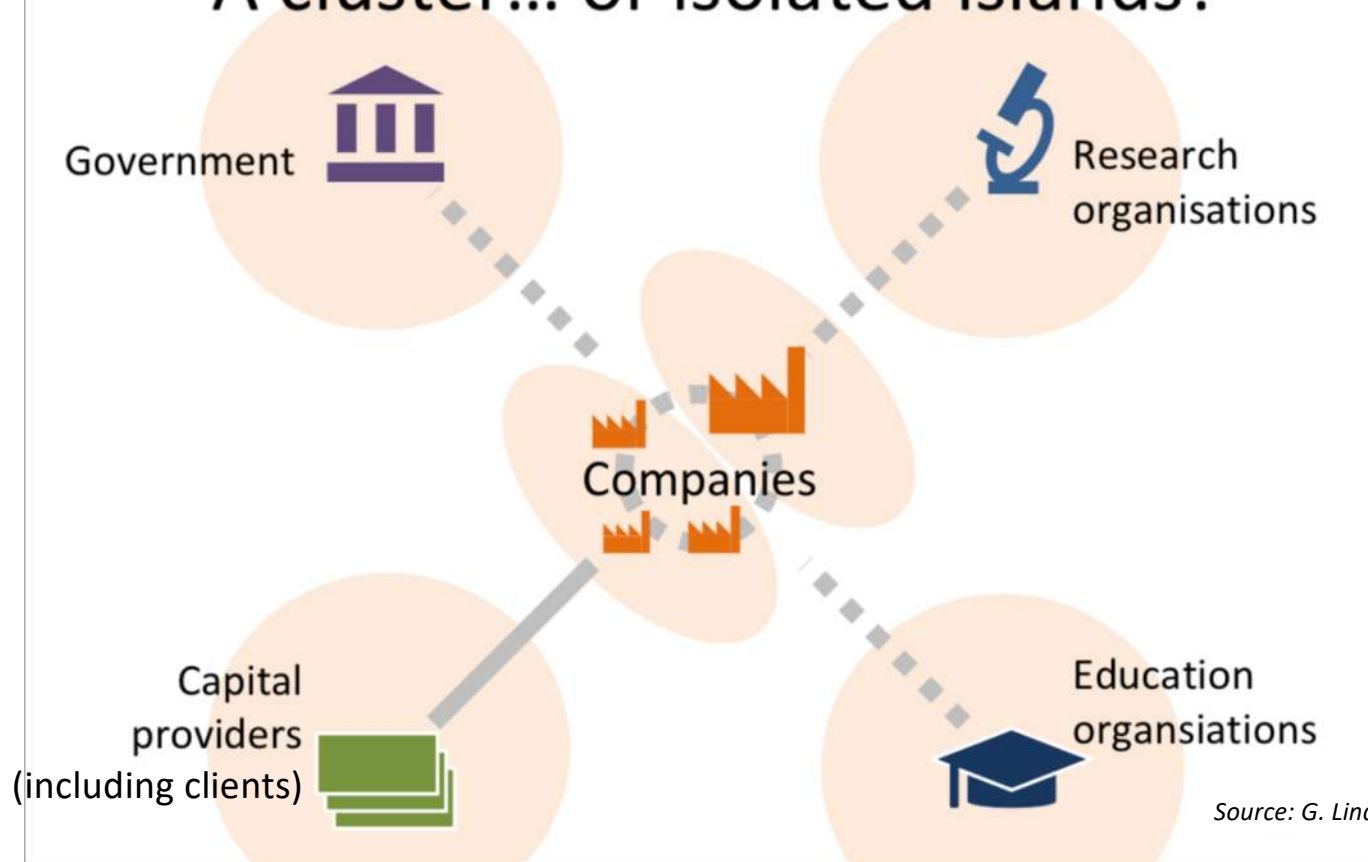
C. Sportello consulenze

D. Servizio di promozione

CONCLUSIONI

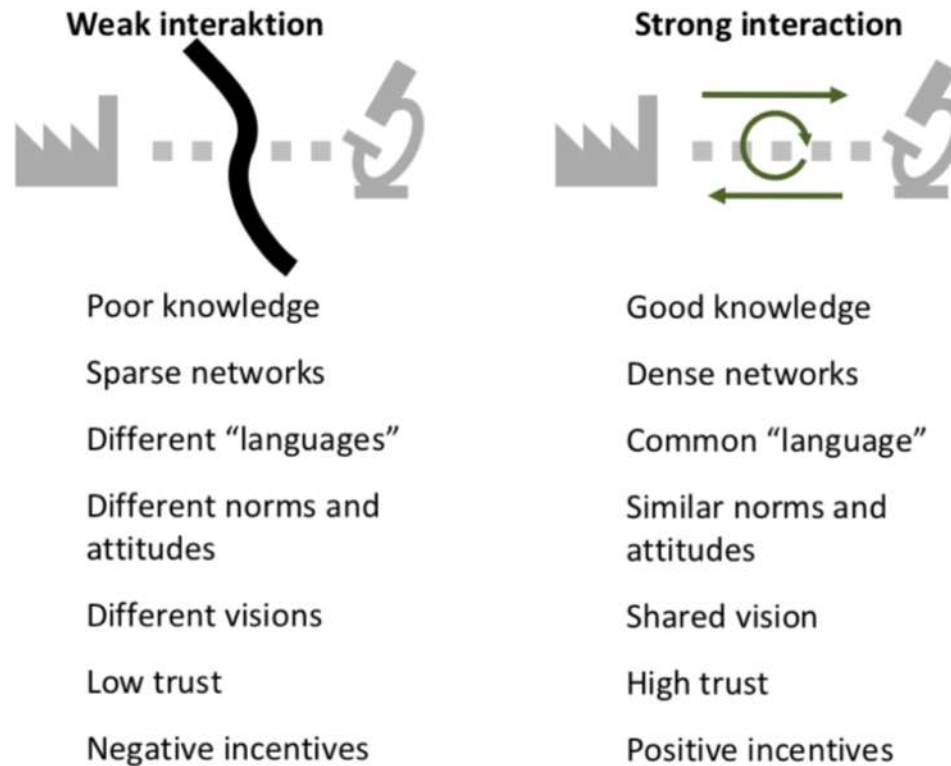


A cluster... or isolated islands?



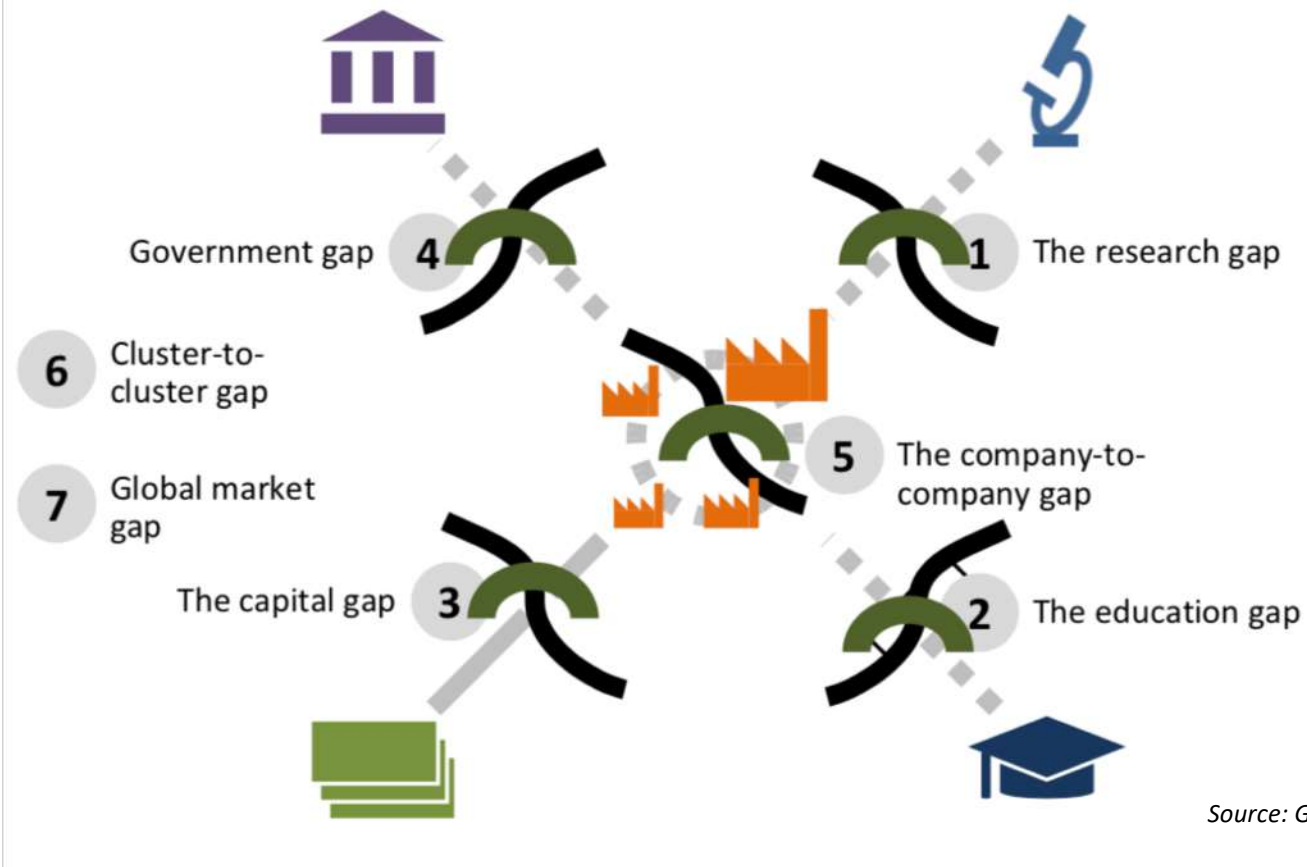
Source: G. Lindqvist – Stockholm School of Economics

Obstacles to interaction



Source: G. Lindqvist – Stockholm School of Economics

The seven gaps of innovation



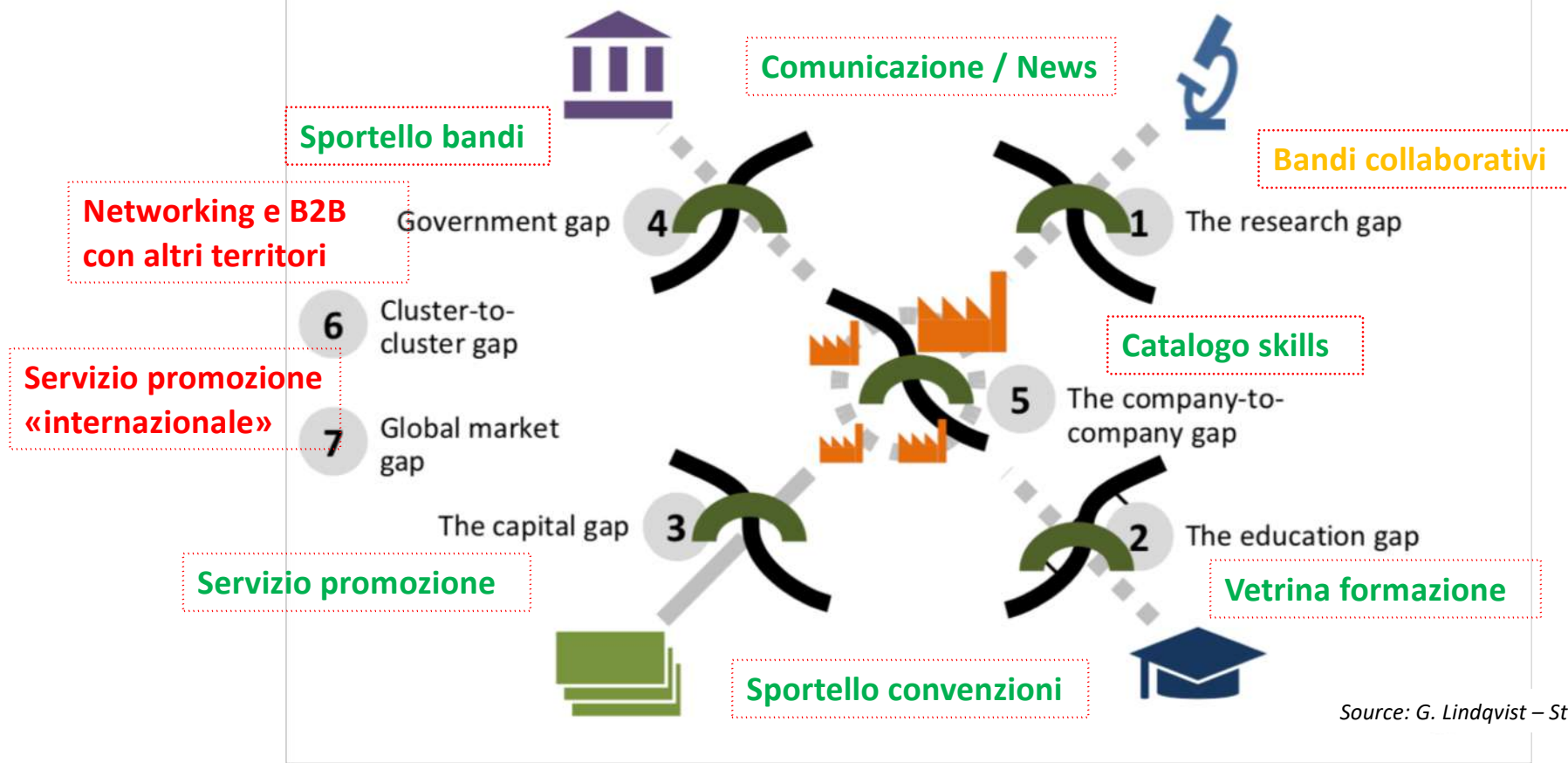
Ipotesi piattaforma servizi cluster audiovisivo del FVG

- Catalogo skills
- Sportello bandi
- Sportello convenzioni
- Servizio di promozione «allargato»

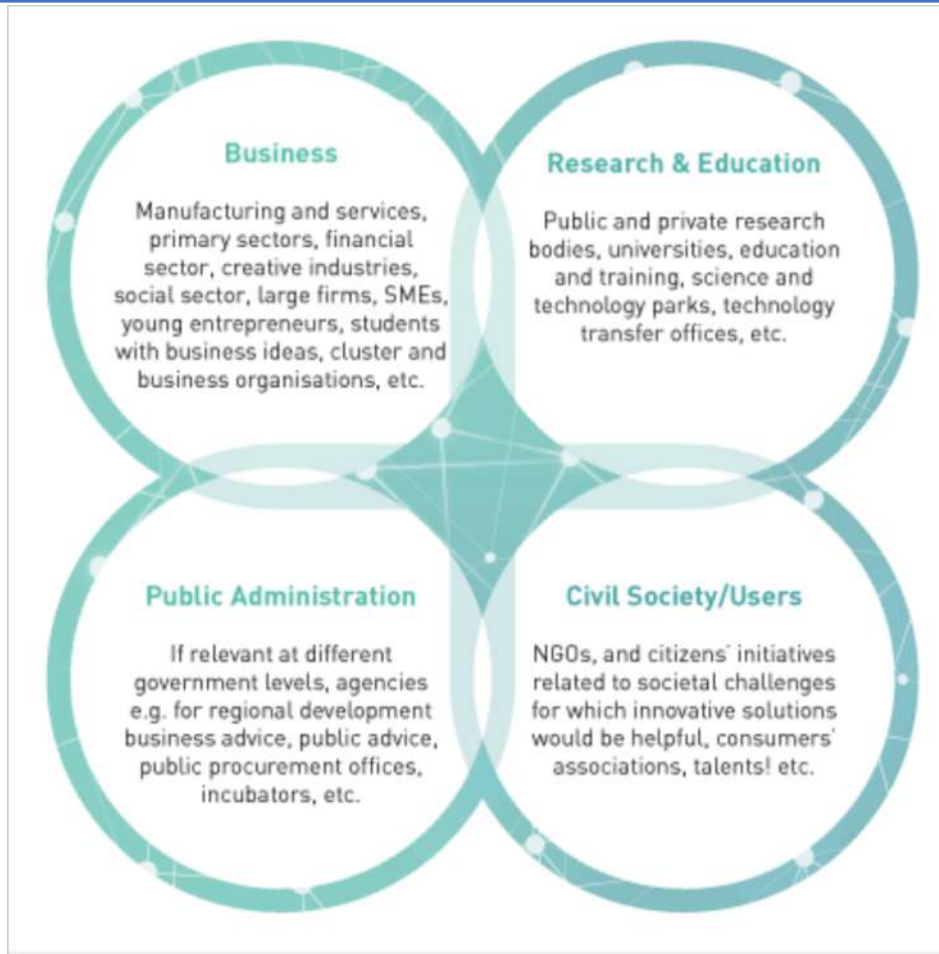


- Sito vetrina sul settore (sito come hub informativo, vetrina su servizi di formazione ecc.). Può **evolversi** alla luce dell'emersione bisogni.
- Attività di comunicazione e aggiornamento sulle attività (news, social ecc.)
- Occasioni di networking interno / conoscenza reciproca / visibilità

The seven gaps of innovation



Source: G. Lindqvist – Stockholm School of Economics



Source: Dandelion Project

L'approccio della **Quadrupla Elica** coinvolge gli attori locali generando vantaggi e valore per ciascuno di essi

Sustainability = maintaining change in a balanced environment.

Crescere ed evolversi, ma sempre in maniera bilanciata, con un'ottica di lungo periodo.

Dal punto di vista economico, il cluster parte con certe condizioni, certe attività e certi attori.

Col tempo **si evolverà** e dovrà saperlo fare in maniera sostenibile, bilanciando risorse (ricavi) e attività (uscite) con l'obiettivo di crescere nel lungo termine. Ma sempre **a livello di CLUSTER**, come sistema, non a livello di singolo attore.