

Project SMART INNO

SMART NETWORK AND SUSTAINABLE INNOVATION CLUSTER TO INCREASE RDI COMPETITIVENESS OF SMEs IN THE ADRIATIC

CUP C94E13000550007



WP 5– act 5.3

“CreAct”

Laboratorio gratuito di 80 ore su Management e Marketing per
imprese culturali e creative

Bando di selezione

Soggetto proponente ed Ente Gestore: Tecnopolis Parco Scientifico e Tecnologico
Scarl Unipersonale

Sede di svolgimento: Tecnopolis PST, Strada Provinciale per Casamassima, km3 -
Valenzano (BA)

Periodo di svolgimento: Maggio - Luglio 2016

Durata: 80 ore

Termine per la presentazione delle domande: 27 aprile 2016 ore 12.00

ART. 1 - LO SCENARIO DI RIFERIMENTO

In linea con l'evoluzione internazionale degli ultimi anni, il binomio cultura e creatività sembra emergere come un fattore centrale nello sviluppo di un Paese, specie se questo mostra già un'economia avanzata e complessa.

Le filiere culturali e creative, infatti, incidono positivamente sul funzionamento di un'economia, sia direttamente, attraverso il tessuto imprenditoriale che fa della cultura e della creatività la propria attività di business, sia indirettamente, mediante l'attivazione di rapporti di collaborazione con i settori economici di stampo più tradizionale (turismo, commercio, artigianato e manifattura).

La Regione Puglia ha creduto nelle possibilità di sviluppo del territorio legate alle industrie culturali e creative. Prova ne è il riconoscimento nel novembre 2012 del Distretto Produttivo Puglia Creativa, primo e finora unico caso in Italia di distretto produttivo dedicato al settore e l'aver proposto in qualità di Lead Partner il progetto strategico I.C.E. Innovation, Culture and Creativity for a new Economy.

Stiamo assistendo negli ultimi anni ad una profonda evoluzione nell'ecosistema dello sviluppo: da un'economia industriale siamo passati ad una fondata sui servizi. In questo contesto, fluido e mutevole, l'economia della cultura e della creatività si è spesso

dimostrata uno degli strumenti più adatti a riconvertire i territori e le loro vocazioni produttive, allineandole al ritmo dei flussi internazionali che oggi costituiscono, ci piaccia o meno, il paradigma di riferimento per la creazione del valore e la redistribuzione del benessere.

Con una “marcia in più”, si potrebbe dire: perché, valorizzando e dando possibilità di espressione a quello che i territori già di per sé esprimono attraverso le proprie identità culturali (e di cui, anche per effetto della recente crisi, si stanno giocoforza tornando ad appropriare), si torna a lavorare su ciò che siamo, un asset vero e radicato, di gran lunga più longevo di qualunque utopia industriale “pesante” abbiamo perseguito, spesso importandola, nel secolo scorso. Investire su cultura e creatività, che nel nostro territorio equivale a dire anche “turismo”, non è quindi una moda: è una precisa scelta di politica economica peraltro, in qualche misura, obbligata dai tempi che viviamo.

Nel caso della Puglia, le politiche dello scorso ciclo hanno già avviato un’azione di stimolo del sistema culturale e creativo; ed esso ha già iniziato a posizionarsi tra i segmenti importanti dell’economia ma soprattutto della società, mostrando la capacità di “riattivare” entrambi (e ricordiamolo: alcune nostre pratiche sono state riconosciute a livello europeo come modelli da studiare). Si tratta adesso di continuare a rafforzare le imprese e il non profit che vi lavorano, integrare i percorsi già iniziati e aprirne di nuovi, capaci di innervare sul serio l’economia e le società del territorio e consentire un salto di qualità che ancora stenta a diventare la norma.

In tal senso il Programma Smart Inno dedicato a rinforzare la coesione tra le piccole e medie imprese e creare network intelligenti per condividere innovazione e trasferimento tecnologico, ha previsto all’interno del WP 5 “Networking&Promotion”, di sperimentare il percorso di “deployment of smart coaching and matching scheme” dedicato ad un gruppo di imprese creative selezionate attraverso il seguente bando.

ART. 2 - GLI OBIETTIVI DEL LABORATORIO

In generale il percorso:

1. Sarà l'occasione per una riflessione in merito al contesto generale in cui operano le imprese culturali, con particolare riferimento a quello locale per essere competitivi sul mercato;
2. Analizzerà le strategie di marketing culturale, utili a rilevare il gradimento sul mercato dei beni e dei servizi commercializzati, le condizioni di mercato e le possibilità di penetrazione commerciale di prodotti o servizi culturali, individuare situazioni di competizione, prezzi e tipologie di consumatori, applicando procedure per raccogliere ed analizzare informazioni in materia;
3. Favorirà la conoscenza e la partecipazione a bandi regionali e a fondi di finanziamento messi a disposizione delle imprese culturali e creative;

ART. 3 - CARATTERISTICHE DEL LABORATORIO

Il Laboratorio si sviluppa in moduli su un totale di **80** ore, organizzate con l'aiuto di consulenti e *mentor* che in circa **60** ore affronteranno i principali aspetti di managerialità attraverso letture, esercizi e analisi di casi aziendali e per ulteriori **20** ore svilupperanno con i partecipanti un project work individuale.

Il project work consentirà quindi di realizzare lo sviluppo di un piano di marketing e comunicazione per la propria impresa creativa.

Ipotesi di articolazione del Laboratorio

L'approccio didattico si basa su: 1. Lezione frontale; 2. Lezione a distanza; 3. Lavoro individuale; 4. Project Work.

- **Lezioni erogate in presenza:** lezioni svolte in aula avvalendosi di tutti gli strumenti e le risorse necessarie ad ognuno dei *mentor* che interverranno;
- **Lezioni erogate con modalità a distanza:** attività rispettose delle esigenze formative e modellate sulle esigenze temporali e spaziali di ognuno dei partecipanti. Non si svolgono quindi sotto la continua e immediata supervisione, in presenza di formatori e/o tutor, ma favoriscono l'apprendimento autonomo;
- **Lavoro Individuale:** ognuno dei partecipanti al laboratorio, durante questi momenti potrà riflettere sul proprio percorso di impresa, consolidare le

conoscenze e le competenze integrate di management e sviluppare maggiori caratteri di imprenditorialità;

- **Project Work:** attività pratiche di sviluppo del proprio business e di costruzione di strategie e strumenti adeguati al suo sviluppo.

I moduli riguarderanno le seguenti tematiche:

1. Cultura di impresa;
2. Modelli di Business, con particolare riferimento al modello Canvas;
3. Gestione del tempo;
4. Lean startup;
5. Schemi e opportunità di finanziamento;
6. Accesso al credito;
7. Digitalizzazione per le imprese creative;
8. Mercato e Marketing;
9. Cross Innovation;
10. Hands-on workshop sul tema: “Finanziamenti e BAN”

N.B: Sia i contenuti che la sequenza che l’organizzazione in giornate del Laboratorio potranno subire variazioni per conformarsi alle aspettative dei partecipanti. Le date verranno stabilite una volta costituita l’aula.

ART. 4 - PARTECIPANTI AL LABORATORIO E REQUISITI D’AMMISSIONE

Il progetto è rivolto a massimo **20 aziende pugliesi** appartenenti al settore delle industrie culturali e creative, fino ad un massimo di 2 partecipanti per azienda.

I nominativi dei partecipanti al Laboratorio dovranno essere nominati in fase di colloquio di selezione. Potranno essere coinvolte diverse figure professionali, a seconda delle tematiche dei moduli, quali ad esempio imprenditori, responsabili di ufficio marketing, commerciale, ricerca e sviluppo, ufficio stile, ma è auspicabile una continuità nella frequenza dei vari moduli.

Settori culturali e creativi di riferimento:

- Audiovisivo
- Musica

- Teatro
- Danza
- Arti visive
- Design
- Servizi a formazione, cultura e creatività
- Grafica e editoria
- Architettura
- Pubblicità
- Produzione di giochi
- Beni culturali
- Multimedia e broadcasting

Le aziende dovranno avere sede legale in Puglia.

ART. 5 - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE

La domanda di partecipazione dovrà pervenire entro e non oltre le ore 12.00 del giorno 27 aprile 2016, utilizzando le seguenti modalità:

in busta chiusa a mezzo raccomandata A/R o a mano (dalle ore 9.00 alle ore 12.00 e dalle ore 14.00 alle ore 17.00) all'indirizzo: Tecnopolis PST Scrl Strada Prov.le per Casamassima, Km. 3 - 70010 Valenzano (Ba). Farà fede la data di accettazione. Sulla busta dovrà essere riportata la seguente dicitura : Progetto SMART INNO - BANDO DI SELEZIONE "CreAct". NON APRIRE.

Tecnopolis PST Scrl non si assume la responsabilità per eventuali ritardi o disguidi del servizio postale.

Le candidature incomplete, non sottoscritte e/o presentate dopo il termine utile indicato per la presentazione delle domande saranno escluse.

La domanda di partecipazione, conforme all'allegato 1, compilata in tutte le sue parti, dovrà essere corredata di:

- Curriculum aziendale;
- Copia conforme di un documento di identità in corso di validità del rappresentante legale, con firma autografa.

ART. 6 - SELEZIONE DEI CANDIDATI

Le domande verranno prese in considerazione in ordine di arrivo e l'ammissibilità dei candidati sarà valutata in base alla documentazione presentata e attraverso un colloquio motivazionale, con particolare riferimento alle loro attitudini imprenditoriali. La Commissione verrà costituita dallo staff di Tecnopolis impegnato sul progetto. Il giudizio della Commissione è insindacabile.

Tutti coloro che avranno presentato domanda nel termine prescritto saranno convocati per un colloquio preliminare all'ammissione al laboratorio. In caso di mancata presentazione, il candidato sarà considerato rinunciario. Al superamento dei 20 posti disponibili verrà creata una lista di attesa da utilizzare nel caso di eventuali rinunce. Al termine delle procedure di selezione verrà stilata a cura della commissione esaminatrice una graduatoria definitiva, con l'elenco di tutti i partecipanti.

ART. 7 - FREQUENZA DEL LABORATORIO

Il laboratorio prevede **9 lezioni da 8 ore, per un totale di 72 ore e 1 hands-on workshop di 8 ore**, con cadenza settimanale nel periodo tra maggio e luglio 2016. La frequenza è obbligatoria e gratuita in tutte le sue attività e fasi didattiche. A fronte di una presenza di almeno l'80% delle ore, il/la partecipante consegnerà l'attestazione finale di frequenza del laboratorio.

ART.8 - PUBBLICITA' E INFORMAZIONI

Del presente avviso sarà data pubblicità mediante pubblicazione per quindici giorni consecutivi sul sito: <http://www.tecnopolispst.it> sezione Avvisi di Gara/Bandi - Informazioni Dott.ssa Francesca Ladisa - tel. 080 4670663.

ART. 9. - TRATTAMENTO DEI DATI

I dati dei quali Tecnopolis entra in possesso a seguito del presente avviso, saranno trattati per le finalità dell'avviso stesso e nel rispetto del Codice in materia di protezione dei dati personali di cui al D. Lgs 196/2003.