SCHEDA PROGETTO
(Allegato A2)

PROGETTO ILO2 – FASE 3

AVVISO PUBBLICO

Invito alla presentazione di proposte progettuali relative all'Avviso "La Rete ILO per la Smart Puglia"

ENTE PROPONENTE: UNIVERSITA' DEL SALENTO

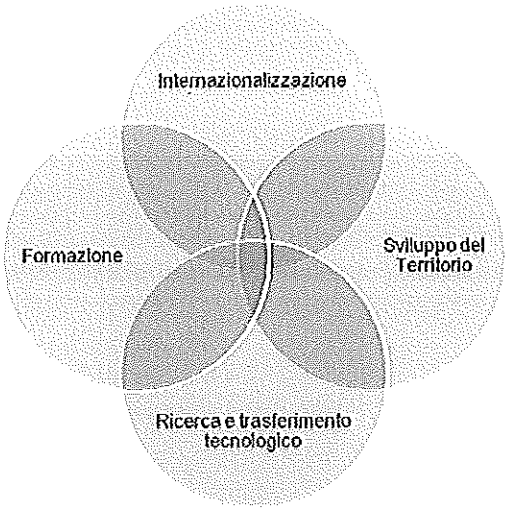
PRIMA SEZIONE

Descrivere l'impegno pluriennale dell'Ente Proponente nell'abito della Rete ILO Puglia (max 5.000 battute, spazi inclusi)

Il vivo interesse emerso negli ultimi anni per la formazione imprenditoriale connessa all'innovazione sociale e tecnologica ha trovato un fertile terreno nel contesto dell'Università del Salento. L'Università del Salento si è classificata fra le prime 350 università al mondo nella classifica Times Higher Education World University Rankings" stilata dalla Thomson Reuters nel 2013 confermando un profilo d'eccellenza nella didattica, nella produzione e diffusione della ricerca, nella capacità di innovazione in collegamento con l'industria e nei contatti internazionali. Questi risultati si sposano con l'emergere di un tessuto di spin off e start up innovative che raccoglie imprese di giovane età ma di dimensioni riguardevoli per fatturato, numero di occupati e trend di crescita. Questo contesto è in divenire un ambiente favorevole per far emergere giovani talenti e valide iniziative d'impresa a patto di riuscire a fondere in modo armonioso nuove modalità di formazione imprenditoriale, ricerca di base, ricerca industriale e sperimentale ed innovazione secondo la ben sperimentata logica della Public-Private-Partnership. Da supporto ai processi connessi alla terza missione fa la Ripartizione Ricerca, nodo della Rete Ilo, in quanto attuatore dei processi di trasferimento dei risultati della ricerca verso il mercato, costante supporto all'avvio di iniziative di impresa nonché punto di riferimento per i processi di innovazione sociale e tecnologica guidati dalla ricerca.

L'Università del Salento nell'anno 2013 ha approvato il *Protocollo d'intesa per la rete degli ILO pugliesi*, che pur mantenendo ciascuno la propria autonomia e specificità in tema di valorizzazione della ricerca tecnologica, e interazione tra sistema scientifico e sistema imprenditoriale, svolgono una serie di attività comuni in maniera sinergica. Le direttrici principali sono quelle del rafforzamento della rete e dei suoi interlocutori per un migliore collegamento ricerca-impresa attraverso la diffusione dell'innovazione. Tale ispirazione di fondo è assolutamente riconoscibile nel Piano Strategico 2013 – 2015 dell'Ateneo Salentino, nel quale l'Università si assume la responsabilità di promotore dello sviluppo territoriale, in termini sia economici che sociali.

Mission di Ateneo



Tale obiettivo si sposa perfettamente con le finalità della Rete ILO Puglia ed in particolare con :

- il rafforzamento della filiera regionale della conoscenza e dell'innovazione;

- il raccordo tra domanda e offerta di innovazione attraverso la promozione delle competenze presenti nel Sistema Scientifico, e la rilevazione dei fabbisogni specifici del sistema produttivo pugliese;

- lo sviluppo di idee imprenditoriali e la creazione di imprese innovative della ricerca pubblica;

- il collegamento tra attività innovative e soggetti investitori;

- potenziamento delle funzioni della c.d. "terza missione" nell'ambito del Sistema Scientifico regionale.

Le politiche di sviluppo dell'Ateneo nell'immediato futuro prevedono:

- attività di internazionalizzazione

- attività di promozione della proprietà intellettuale,

- attività di interazione tra il mondo della ricerca e il tessuto produttivo locale

Fra i suoi asset, l'Ateneo utilizzerà in maniera strategica l'attuazione di un processo di apprendimento pensato come costruzione di significati e saperi che si realizzano in un ambiente dinamico ed aperto e finalizzato a generare nuovi modi di interazione fra offerta di ricerca ed impresa, basati su un percorso esperienziale che coinvolge i singoli ricercatori ed imprenditori nell'educazione all'innovazione dei leader di domani.

L'esperienza si svolge nell'alveo di una rete di Intermediari che per loro natura hanno interesse a supportare tale attività, generando una maggiore integrazione tra ricerca, impresa e soggetti intermediari della conoscenza in una logica di "open innovation" e favorendo la divulgazione dei risultati della ricerca pubblica pugliese, rafforzando la relazioni tra ricerca, istituzioni, imprese, famiglie e società.

L'Università del Salento intende sperimentare, nel prossimo triennio, un modello originale di educazione all'innovazione, attuato secondo la metodologia del *laboratorio del futuro*, strumento delle scienze sociali e della psicologia di comunità impiegato per favorire e accrescere la capacità di interagire positivamente con i contesti di vita, costituendo un valido supporto nell'acquisizione di empowerment a livello individuale e di gruppo.

SECONDA SEZIONE
Linea di Intervento scelta dall'Ente Proponente (barrare una sola opzione)

- **X realizzare il Future Lab**
- o **attuare l'Interpretariato Tecnologico**
- o **dare impulso all'Accelerazione di Impresa**
- o **avviare l'iniziativa "La Rete ILO per Expò 2015"**

TERZA SEZIONE
Dettagliare l'iniziativa complessiva nella quale si inserisce la proposta progettuale (da descrivere nella successiva quarta sezione), evidenziando il segmento che essa (proposta progettuale) rappresenta e descrivendone la coerenza con gli obiettivi generali della stessa iniziativa complessiva (max 30.000 battute, spazi inclusi)

La proposta del Future Lab nasce da una profonda riflessione sul contesto socio-economico contemporaneo e dalla necessità di dare risposte concrete alle giovani generazioni che soprattutto in questo momento sono consapevoli della difficile congiuntura economica. Specularmente, l'interazione con le giovani generazioni può essere il fattore di svolta in una crescita qualitativa e quantitativa del tessuto socio-economico; il capitale umano è il vettore e catalizzatore di relazioni, conoscenza ed esigenza fra impresa e ricerca.

Dati Istat Anno 2013 confermano che nel Salento il tessuto imprenditoriale è caratterizzato da piccole (talvolta micro) e medie imprese, spesso a gestione familiare, che presentano diversi livelli di criticità di tipo culturale, finanziario e organizzativo nella capacità di sviluppare autonomamente processi di innovazione. Si tratta prevalentemente di imprese operanti in settori tradizionali, prive di strutture dedicate ad attività di ricerca e sviluppo o di personale altamente qualificato, con

scarsi rapporti con il mondo della ricerca e quindi con una bassa capacità di individuare percorsi concreti volti all'innovazione di prodotto/processo.

Dal lato dell'Università del Salento, le indagini relative al 2013 (fonte: Almalaurea), concernenti le condizioni occupazionali e l'ingresso nel mercato del lavoro dei propri laureati dimostrano che ad un anno dalla laurea il 39,9 % sono disoccupati, il 38,2 % partecipano ad attività di formazione post-laurea, 48,2 % sono gli occupati che proseguono il lavoro precedente alla laurea; il 28,7% degli occupati ritiene che il miglioramento del proprio lavoro sia dovuto alla laurea, l'utilizzo e la richiesta della laurea nell'attuale lavoro è pari al 37,2 %. Emerge inoltre che il guadagno mensile netto (valore medio, in euro) è pari ad € 744,00 .

I dati riportati rappresentano il riflesso non solo della difficile congiuntura economica ma anche:

- dello scarso coinvolgimento degli studenti in corso di studi in attività a supporto del territorio;
- della scarsa formazione imprenditoriale, fondamentale per la creazione di capitale umano di grande impatto sul tessuto produttivo;
- della scarsa connessione strutturale tra territorio e della ricerca proveniente dal mondo Universitario;
- dei lunghi percorsi sostenuti da chi opera nel campo della ricerca universitaria che spesso non si trasformano in possibilità occupazionale e che non generano un ritorno sul territorio perché troppo spesso incentrati sulla ricerca pura.

L'Università del Salento intende dare risposte concrete alle giovani generazioni al territorio, socio-economico pugliese, ponendo in campo azioni coordinate, ove l'innovazione rappresenta una visione culturale e un atteggiamento mentale e operativo nella direzione di:

- aumentare le relazioni tra mondo scientifico e sistema produttivo della Puglia

- proporsi come raccordo tra domanda e offerta di ricerca tecnologica attraverso la valorizzazione industriale delle innovazioni puntando sull'imprenditorialità giovanile quale principio attivo del cambiamento.

Le azioni proposte si basano su attività formative in cui l'ecosistema dell'innovazione che ruota intorno all'Università del Salento permette la valorizzazione del potenziale creativo dei giovani talenti quali vettori di innovazione verso il sistema delle imprese nella logica di:

1. aumentare la capacità di visibilità e disseminazione dei risultati della ricerca;

2. incrementare la capacità di utilizzo dei risultati della ricerca tecnologica e industriale da parte del sistema imprese pugliese;

3. migliorare l'accountability e la consapevolezza degli stakeholders coinvolti nonchè la responsabilità sociale relativa agli impatti prodotti da progetti di ricerca sociale/tecnologica/industriale sul territorio;

4. potenziare il dialogo tra università e sistema produttivo pugliese offrendo ai policy makers feedback utili per calibrare policy maggiormente coerenti con i fabbisogni regionali.

Tali azioni sono finalizzate a migliorare le forme di integrazione ricerca/impresa/intermediari/territorio nella prospettiva dell"open innovation".

In questo contesto s'inserisce la proposta del Future Lab: uno strumento che consenta un'efficace trasferimento tecnologico in grado di coniugare ricerca e impresa.

Il Future Lab proposto dall'Università del Salento intende essere uno spazio fisico - connesso e accessibile - e uno spazio virtuale in cui ciclicamente promuovere e sostenere processi di contaminazione delle conoscenze e dei saperi, dando ad ogni partecipante uno spazio di espressione ed una occasione di crescita ed apprendimento, un percorso formativo di tipo esperienziale che si affianca ai moduli più specialistici e tipici della formazione imprenditoriale.

Presupposto del Future lab che l'Università del Salento intende attuare è semplice: lavorando sulle potenzialità delle giovani leve, calibrandole alle esigenze del contesto territoriale e promuovendo un processo di scambio della conoscenza con partener esterni (open innovation), sarà possibile fondare un nuovo paradigma dell'innovazione, fondato, sull'importanza degli assets immateriali, sulla creatività, sull'innovazione tecnologica e sulle esigenze territoriali.

Ogni anno verranno ammessi a partecipare al Future Lab, in base alla presentazione di un'idea, 30 studenti, delle Università, delle accademie, dei conservatori, di età compresa tra i 18 e i 30 anni con potenziali caratteristiche relazionali oltre che con idee imprenditoriali innovative. L'emersione delle idee di business più influenti e brillanti genererà i team di lavoro.

Oltre la partecipazione a titolo personale in veste di mentor, ogni anno gli imprenditori potranno proporre la realizzazione di project work, aventi ad oggetto la soluzione a problematiche reali aziendali in modo tale che i partecipanti al Future Lab potranno mettersi alla prova per sviluppare idee e soluzione innovative.

Nel percorso, anche i ricercatori avranno l'opportunità di mettere al servizio di nuove idee, la loro competenza scientifica e relazionale.

Si genera così uno strumento di gestione degli assets strategici della ricerca e dello sviluppo alla portata delle aziende del tessuto socio economico locale.

Attraverso questo nuovo metodo formativo della durata complessiva di 6/8 mesi compreso il bando, l'Università, riesce a coniugare l'esigenza di creare un

collegamento del percorso di studi con il mondo del lavoro attraverso strategie di dialogo tra i diversi attori coinvolti rispetto alle nuove professionalità competenti

E' la spiccata tendenza dell'Ateneo salentino ad innescare fenomeni di spillover soprattutto verso il territorio, come immediato risultato delle attività di ricerca e formazione, risultato sia di un tessuto socio-economico senza grandi attori industriali locali sia di una attenzione e sensibilità alla materia dell'innovazione che caratterizza molti ricercatori. Una grande manifestazione di tale capacità è, negli ultimi due anni, la nascita di un nucleo di associazioni con vocazione all'incubazione di idee imprenditoriali: The Qube che opera in ambito ingegneria e ICT, I-Project-lab, sui campi di ambiente cultura e territorio, BioBang nel campo biotech e Innovars - "Associazione di realtà innovative" costituita da spin-off dell'Università, laboratori di ricerca e start-up che nasce per condividere servizi comuni tra gli associati e moltiplicare le sinergie produttive. A questo nucleo di realtà, che costituiscono la maglia principale di relazioni ed esperienze di imprenditorialità innovativa, si associano innanzitutto gli Alleati per l'Innovazione, una platea di oltre 40 soggetti composta da Distretti, Associazioni di Categoria, Partenariato Istituzionale, Ordini Professionali ed Operatori economici, costituita nel corso della esperienza del Progetto ILO2-Fase2.

Si assoceranno inoltre le imprese sia del tessuto locale che nazionale, interessate al processo di genesi e pre-incubazione delle idee, così come alla selezione e formazione di giovani talenti con forti doti creative e imprenditoriali. Saranno coinvolte inoltre tutte le strutture che possono offrire, in un'ottica di continuità e sinergia, sostenibilità al progetto nel medio/lungo termine. In particolare:

- acceleratori,

- spazi di coworking,

- venture capital,

- imprenditori che si renderanno disponibili a proseguire l'esperienza con una "residenza aziendale". Calibrata sul modello delle residenze teatrali, per un periodo (1 o 2 mesi) l'intero team si sposterà presso l'impresa, affiancando l'imprenditore nelle sue scelte quotidiane per "apprendere col fare". L'imprenditore continuerà a lavorare con il team alla costruzione dell'idea di impresa anche nelle sue articolazioni gestionali, di mercato, etc.

Rilevante sarà inoltre il ruolo ed il coinvolgimento dei Dipartimenti come promotori della partecipazione dei singoli ad un processo di empowerment che, seppure dedicato ai formandi del Future Lab, diventa formazione esperienziale anche per i docenti e gli imprenditori.

Tutto ciò sarà possibile grazie a:

- la creazione di uno spazio fisico e virtuale – connesso, accessibile e trasparente – posto all'interno dell'edificio IBIL, Incubatore EuroMediterraneo - situato all'interno del Complesso Ecotekne. Lo spazio sarà strutturato come uno spazio di "coworking", questo potrà moltiplicare le interazioni tra studenti, ricercatori e imprenditori generando maggiore consapevolezza sul tema dell'innovazione e dell'imprenditoria. Lo spazio offre anche la possibilità di attuare formazione "tradizionale" ed informale.

- Un dispositivo di ricerca-intervento (profilatura in entrata dei formandi) effettuata tramite la mappatura dei bisogni e il bilancio di Competenze. Tale momento valutativo è al contempo un intervento formativo in quanto sviluppa, attraverso il reflective learning, processi di metacognizione e di consapevolezza nei formandi.

- Un processo di scaffolding in cui si supporterà la creazione di una learning community tra i partecipanti nella prospettiva che la crescita individuale/gruppale può essere supportata da attività di team building e di coaching.

- Un modello educativo fortemente interdisciplinare in grado di focalizzare l'attenzione sia sullo sviluppo di competenze trasversali (professionali e relazionali) sia sull'applicazione pratica dei contenuti di apprendimento ove il docente diviene un mentore, ossia un facilitatore/monitore di processi d apprendimento supportando gli studenti verso percorsi di apprendimento orientati alla soluzione di problemi reali.

- Una rete di relazioni nazionale ed internazionale di tipo pubblico-privato in grado di aiutare i giovani talenti ad orientarsi verso obiettivi lavorativi (?) concreti, sviluppando nuovi prodotti/processi rispondenti alle specifiche condizioni del mercato. A tal fine le attività del Future Lab saranno seguite da un team in grado di gestire il progetto nei tre anni successivi.

- Un modello di sostenibilità rispetto al territorio. Nel Future Lab saranno sviluppate, avviate e consolidate relazioni con esperti di fundraising al fine di rendere sostenibile il percorso formativo. Inoltre, la collaborazione con le associazioni di categoria, permetterà di identificare ogni anno un nucleo di aziende locali/nazionali che potranno presentare delle loro problematiche interne sulle quali i partecipanti al Future Lab potranno realizzare i propri project work.

- Un approccio open innovation per la comunicazione dell'esperienza formativa ove sarà possibile:

- partecipare in maniera aperta e flessibile a tutte le fasi del percorso formativo;

- condividere in maniera orizzontale le reti di relazione tra gli attori coinvolti;

- disseminare nel territorio le attività e i risultati conseguiti raccogliendo feedback necessari per ricalibrare le attività;

- restituire ai policy makers i risultati prodotti dal progetto al fine di migliorare i processi di policy making attraverso feedback adeguati.

QUARTA SEZIONE
Descrivere la proposta progettuale (elencare fasi e attività) per la quale si chiede il sostegno finanziario (max 50.000 battute, spazi inclusi)

"Future Lab Lecce" è la naturale prosecuzione delle attività di generazione di innovazione e sviluppo imprenditoriale che a Lecce e nel Salento si caratterizzano per la spontaneità delle proposte e per la capacità di auto-organizzazione e networking dei diversi attori del processo, quali studenti, ricercatori, start-up e spin off, mondo imprenditoriale, distretti, associazioni di categoria.

Il Future Lab rappresenterà il think tank in cui gli studenti avranno la possibilità di condividere le proprie idee per confrontarsi, creare valore e formare il nuovo capitale umano che genererà soluzioni a problemi reali, così da determinare un impulso strategico allo sviluppo ed alla competitività. Gli studenti inoltre grazie alle infrastrutture, al personale docente ed agli imprenditori coinvolti ed al rapporto/confronto con il mondo dell'impresa avranno la possibilità di condividere il tempo, lo spazio e la materia per produrre ricchezza, ossia una stakeholder University dove la ricerca, le istituzioni e le imprese possono confrontarsi per creare valore e formare il nuovo capitale umano.

Il percorso formativo si svolgerà una volta all'anno, e per tre anni consecutivi, con una durata complessiva, incluso il bando, di 7-8 mesi; nel periodo restante sarà possibile fare attività di valutazione e "riprogettazione" dell'esperienza, in vista di una più efficace edizione successiva. Alla fine dei tre anni di sperimentazione, si valuterà come incardinare strutturalmente l'offerta formativa così sagomata.
L'estrazione culturale dei 30 formandi selezionati per ogni ciclo sarà variegata; saranno studenti delle università, delle accademie, dei conservatori, delle scuole superiori, alcuni saranno precari della ricerca.

I selezionati parteciperanno ad un percorso formativo di tipo "formale ed informale" mirato a:
- analizzare e allenare le proprie life skills;
- rafforzare le conoscenze imprenditoriali;
- approfondire la conoscenza del territorio e confrontarsi con la realtà imprenditoriale locale;
- strutturare i progetti scaturiti dal confronto tra discipline afferenti a diversi saperi delle scienze umane, scienze naturali e applicate.

La metodologia del laboratorio del futuro è uno strumento partecipativo volto all'individuazione dei punti di forza e delle competenze di giovani studenti e neolaureati, nello sviluppo di progetti di natura imprenditoriale e di innovazione: l'emersione delle idee di business più influenti e brillanti genererà i team di lavoro, necessariamente interdisciplinari.

Con riferimento alla metodologia didattica, verrà utilizzata:
- una formazione "formale", ove necessaria, con lezioni frontali e manageriali con alcune testimonianze;
- una formazione individuale e di gruppo e volta all'analisi e all'addestramento delle proprie capacità e delle proprie competenze;

- sarà disponibile il patrimonio MOOC costituito dal riuso dei percorsi formativi prodotti dai laboratori dal basso, già calibrati su studenti dell'Università del Salento (standardizzazione delle competenze);
- una formazione individuale e di gruppo learning by doing, attraverso il rapporto con i mentors, ricercatori e/o imprenditori;
- una formazione "informale" di socializzazione e di combinazione, grazie all'utilizzo dello spazio informale a disposizione dei partecipanti, durante il quale conoscere e frequentare ricercatori e start-upper, uno spazio di libertà intellettuale, in cui esprimere intuizioni, esperienze, visioni e grazie al ciclo di Future-Moments.

Il Future Lab sarà supportato da un ciclo Future-Moments che si terranno nel cuore della città di Lecce, secondo modelli di apprendimento esperenziale: saranno i momenti nei quali alcuni "guru-ispiratori" condivideranno le proprie esperienze e la contaminazione creerà nuovi team o nuovi approcci.

Anche i mentors, docenti, imprenditori o investitori che siano, parteciperanno al Future Lab incontrando i formandi ed eventualmente supportando per alcune ore un team, su base volontaria, rispondendo ad una chiamata che, seppure amplificata e promossa dai dipartimenti o dagli altri partner, fa appello ad un coinvolgimento personale.

Il Future Lab rimane, infatti, una grande esperienza educativa, un luogo di aggregazione, di azione, di incontro in cui elaborare, sviluppare e dar corpo a nuove visioni che tengono conto dei propri desideri e delle proprie aspettative e dove individuare piani d'azione volti al reperimento di nuove opportunità.
Una ricaduta importante sarà l'emulazione, tanto più accentuata quanto più sarà visibile e partecipata l'esperienza; per questa ragione si è pensato un modello innovativo di comunicazione all'esterno del percorso del Future Lab.
Collegato alla possibilità di "raccontarsi" e "vivere" da remoto in maniera partecipata, il Future Lab, oltre che elemento di apertura all'internazionalizzazione, rappresenta una proposta nei confronti di partners internazionali di condivisione dell'esperienza Future Lab con quella di giovani Master Student provenienti da università americane.

Il percorso descritto si allinea perfettamente con le indicazioni delle politiche regionali (in Puglia attraverso l'ARTI) e nazionali (MIUR, rete NETVAL, Programmi del MISE per l'alta formazione) per promuovere e sostenere la cultura d'impresa e della valorizzazione della ricerca non solo finalizzata alla generazione di start up, ma di sinergie virtuose ricerca-impresa.

Si chiede pertanto il sostegno finanziario per l'avvio della sperimentazione con la prima edizione del ciclo triennale del Future Lab.

Si tratta dell'edizione più delicata, nella quale va implementato l'intero progetto del Future Lab, strutturato nelle sue peculiarità, anche in relazione alla comunicazione.

All'avvio delle attività saranno redatti i documenti di base, quali innanzitutto gli avvisi per il reclutamento dei formandi e dei mentors e un piano di comunicazione efficace diretto ai target.

La proposta progettuale si articola su 3 macro fasi: Lancio, Formazione e Chiusura che partiranno dal 1° Settembre 2014 per concludersi il 30 Aprile 2015.

Alle tre macro-fasi corrispondono 8 attività.

ATTIVITA'	set-14	ott-14	nov-14	dic-14	gen-15	feb-15	mar-15	apr-15
Fase di Lancio								
Comunicazione bando								
Ricezione candidature								
Selezione Candidati								
Evento di Start (Milestone)			*					
Fase di Formazione								
Formazione								
Mentoring								
Comunicazione								
Fase di chiusura								
Sviluppo progetti impresa								
Diffusione risultati								
Evento Finale (Milestone)								*
Project Management								

La fase di Lancio

La fase di lancio sarà caratterizzata dalla pubblicazione del bando di selezione per i giovani "Innovatori del Futuro".

Il target che si intende raggiungere è composto da giovani compresi tra i 18 e i 30 anni oltre 6 fuoriquota costituiti dai 3 migliori studenti delle scuole superiori e da 3 precari della ricerca over 30, fino a raggiungere 30 partecipanti. Fra di loro, almeno un terzo dei partecipanti deve essere donna, immigrato o diversamente abile.
Per raggiungere il target verranno attivati diversi canali.

Innanzitutto verrà attuata la diffusione e promozione dell'iniziativa presso le loro strutture di appartenenza, (e.g. università, accademia), anche con il supporto dell' Ufficio Diritto allo Studio - Settore Speciale per l`integrazione disabili. In linea generale si utilizzerà una campagna di comunicazione non istituzionale, ricorrendo all'utilizzo dei social media, alle tecniche di marketing non convenzionale quali viral marketing o guerrilla marketing nonché all'utilizzo di narrazioni e di story telling. Lo scopo è quello di raggiungere in modo immediato e personale il target, caratterizzando così la partecipazione personale dal primo impatto.

Con la stessa filosofia di fondo, ma passando anche attraverso la mediazione e promozione delle associazioni di categoria e dei dipartimenti, in parallelo verrà pubblicato e diffuso il bando per i mentors e i testimoni, anch'essi chiamati a collaborare anche in base alle idee presentate dai partecipanti. Sarà un bando aperto

per tutta la durata dell'edizione e promosso attraverso gli alleati per l'innovazione, i dipartimenti ed i partners presso i singoli docenti, imprenditori, investitori.

In collaborazione con i Media Partners (e.g.I Move Puglia, Webtv Unisalento) sarà possibile lanciare una campagna di comunicazione paper-less, basata sui social network attraverso la realizzazioni di 3 spot virali. I tre spot saranno pubblicati su you tube e condivisi attraverso una pagina facebook dedicata all'iniziativa (Future Lab Lecce) che sarà gestita dal gruppo di progetto.

La fase di candidatura avverrà dal 15 Settembre al 15 Ottobre inviando una mail a futurelab@unisalento.it, i candidati dovranno compilare un formulario con i loro dati, allegare un resumè e preparare un video su youtube dove potranno illustrare l'idea progettuale e la motivazione a prender parte al progetto "Future Lab".
Per supportare la candidatura di tutti i soggetti sarà attivato uno sportello dove il gruppo di progetto e i media partner potranno supportare le candidature e la creazione delle video-interviste.

La selezione dei candidati sarà svolta dal 16 Ottobre al 24 Ottobre da una commissione composta da cinque Membri selezionati in base all'esperienza nel contesto dell'imprenditorialità innovativa.

La commissione prenderà visione del materiale inviato dai candidati e sceglierà i 40 partecipanti. L'esito della selezione sarà reso disponibile tramite la pagina facebook entro il 25 Ottobre 2014 per permettere ai candidati di essere presenti all'evento di START che avverrà il 4 Novembre 2014 (milestone).

In parallelo sarà attivata la selezione per l'animatore ed il tutor, esterni allo staff di progetto.

La fase di Formazione

La fase di formazione di base avverrà prevalentemente con modalità MOOC, agli studenti saranno rese fruibili in questa prima edizione le lezioni appropriate dal portale dei "Laboratori dal Basso"; nelle edizioni successive vi sarà in aggiunta il materiale disponibile dall'edizione precedente.

Le lezioni video potranno esser seguite sia da casa che negli spazi del Future Lab. Al termine di ogni modulo ci saranno quattro ore di dibattito in aula con i partecipanti e un animatore e/o un referente del gruppo di progetto per discutere delle modalità operative da applicare ai rispettivi progetti. Ad alcune discussioni prenderanno parte anche i mentors, in modo da poter individuare e supportare ognuno il team più consono alla propria esperienza o necessità di innovazione.

Durante le discussioni ed in relazione alle diverse tematiche sarà possibile l'intervento dei testimoni che si saranno resi disponibili fra i docenti o di alcuni consulenti dotati di adeguata professionalità (e.g. team building, bilancio competenze, etc.).

Il piano formativo MOOC sarà costituito in linea generale dai seguenti moduli (tutti o alcuni):

1. **Analisi e sviluppo delle competenze**

Obiettivo: Profilare i partecipanti e orientarli nella formazione dei team e nell'analisi delle proprie competenze. Per quanto riguarda la formazione dei team, sarà data massima libertà ai partecipanti, le uniche regola da rispettare sono la creazione di team multidisciplinari e il numero di elementi per team che non dovrà superare le 5-6 unità per gruppo.

2. Sviluppo dell'idea

Obiettivo: come raffinare l'idea di business con metodologie e strumenti di valutazione, valutazione del potenziale dell'idea di business legata al valore per il cliente.

3. Gestione del Team

Obiettivo: come motivare e gestire il team, quali sono le regole e le strategie di comunicazione; come controllare il tempo e i livelli di stress all'interno del gruppo di lavoro.

4. Sviluppo e protezione della proprietà intellettuale

Obiettivo: identificare i metodi per tutelare il proprio know-how ed analizzare lo stato dell'arte di una tecnologia attraverso le ricerche di anteriorità con banche dati nazionali e internazionali.

5. Aspetti legali

Obiettivo: identificare la forma legale per costituire la propria azienda; come scrivere un contratto e quali aspetti valutare prima di firmarne uno.

6. Analisi di Mercato

Obiettivo: come effettuare un'analisi di mercato per la propria azienda, come effettuare la segmentazione della clientela e stimare il mercato obiettivo;

7. Modelli di Business

Obiettivi: comprendere i bisogni e le caratteristiche dei clienti di riferimento per definire l'offerta; effettuare l'analisi dei punti di forza e debolezza della propria value proposition, costruire il business model del progetto di impresa.

8. Gestione dei processi di Business

Obiettivo: analizzare i processi core in ottica value chain in base agli obiettivi strategici che si vogliono raggiungere; identificare i ruoli chiave e la gestione di unità organizzative orientata ai processi. La misurazione delle performance dei processi.

9. Piano di marketing

Obiettivo: analizzare i target clienti e come effettuare una campagna di marketing efficienti per raggiungere i propri clienti target.

10. Analisi finanziaria

Obiettivo: effettuare l'analisi economico-finanziaria dell'impresa, strutturare delle analisi di rischio – rendimento attraverso la predisposizione di conto economico, stato patrimoniale e flussi di cassa. Definire il fabbisogno finanziario necessario allo sviluppo della propria startup.

11. Business Plan

Obiettivo: definire un business plan valido, strutturare il piano degli investimenti, identificar gli obiettivi e le strategie. Analisi degli errori più comuni e delle best-practices migliori.

12. Presentazione del progetto

Obiettivo: come presentare il proprio progetto, predisposizione di elevator pitch e slide deck per eventuali processi di fundraising.

Molte delle lezioni saranno selezionate dai seguenti Laboratori dal basso già realizzati nel 2013 presso l'Università del Salento: **Start-up – Just do it!, CulTurE Lab, Convergenze Parallele.** Al percorso di educazione si affiancherà un mentore e almeno 6 testimonianze portate da consulenti, imprenditori, liberi professionisti che porteranno la loro esperienza nel settore e potranno far emergere degli spunti per i dibattiti con i team. Al termine, presumibilmente, della coagulazione dei team attorno a delle idee, vi sarà anche, in maniera spontanea ma guidata dall'animatore del Future Lab, l'incontro/incrocio con i mentors (2° milestone).

Poiché l'emersione delle idee di business più influenti e brillanti genererà i team di lavoro e non è possibile prevedere le necessità formative on-demand che emergeranno, non si può fare a priori una pianificazione puntuale di tali interventi.

Una volta delineate le idee più promettenti e coagulati i team interdisciplinari attorno ad esse, verranno pianificati almeno 3 Future – Moments, incontri di educazione informale con guru-ispiratori che condivideranno la loro esperienza ed avranno modo di confrontarsi con i singoli formandi direttamente in occasioni informali (e.g. aperitivo, pizza, the, concerto, etc.).

La fase di Chiusura

La fase di chiusura prevede l'organizzazione di un evento pubblico al quale prenderanno parte una serie di partner già identificati in fase di progetto e costituiti da: imprenditori, acceleratori e incubatori nazionali, spazi di coworking, investitori, distretti. Nell'evento finale i team saranno i protagonisti principali, avranno il compito di mostrare i risultati raggiunti con la presentazione dei loro progetti d'impresa e proporsi agli interlocutori al fine di proseguire il percorso secondo gli strumenti più opportuni. Vi sarà anche un premio, i progetti saranno valutati da una giuria di imprenditori e referenti di acceleratori/incubatori nazionali che potranno premiare i migliori progetti con una visita – benchmarking; ove vi sia la possibilità di supportarli, verranno aiutati anche i team che, nell'evento finale, avranno finalizzato l'incontro con successo ad una futura collaborazione.

Nell'ultimo mese sarà predisposta una relazione finale con cui definire le modalità per mappare l'evoluzione dei candidati, identificare i risultati raggiunti e le lesson learned in fase di esecuzione. Alla relazione progettuale sarà affiancata quella amministrativa con la rendicontazione delle spese.

Una trattazione dedicata merita la comunicazione, che in questo caso fa riferimento alla comunicazione dell'esperienza formativa all'esterno.

Un'esperienza di questa portata educativa deve essere resa quanto più possibile visibile e condivisa; la comunicazione sarà progettata ed implementata nella prima edizione del Future Lab Lecce utilizzando meccanismi low cost basati come nel caso

della diffusione dell'iniziativa su tecniche di marketing non convenzionale e sull'uso dei social media. Si intende valutare la possibilità di far ricorso a strumenti di story telling realizzando docum-film e veri e propri momenti di real TV, affiancando l'esperienza dei gruppi di formandi coinvolti nel Future Lab con quella di giovani Master Student provenienti da università americane. Si intende valutare anche la possibilità di realizzare un format televisivo. In entrambi i casi gli eventuali ricavi generati verrebbero reinvestiti per le edizioni successive del Future Lab.

QUINTA SEZIONE

Descrivere i risultati attesi che si intendono raggiungere attraverso la realizzazione della proposta progettuale, dettagliandoli per ciascuna attività elencata nella precedente quarta sezione (max 5.000 battute, spazi inclusi)

Il progetto Future Lab intendere raggiungere i seguenti risultati divisi per ogni singola fase:

Fase di Lancio

1. Raggiungere almeno un n. di 40 candidature.
2. Raggiungere almeno un n. di 30 selezionati.
3. Raggiungere almeno un n. di 500 follower sulla pagina fb "Future Lab".
4. Creazione di almeno 3 video virali per la promozione del Future Lab.
5. Raggiungere almeno un n. di 1.000 visualizzazioni degli spot.

Fase di Formazione

1. Realizzazione di almeno n. 12 moduli formativi
2. Raccogliere l'adesione di almeno 10 mentors
3. Tasso di partecipazione al laboratorio pari almeno al 60% dei selezionati per ogni dibattito.
4. Sviluppare almeno n. 6 testimonianze con imprenditori, investitori o partners.
5. Realizzare almeno n. 3 Future Moments.
6. Tasso di abbandono <10%.

Fase di Chiusura

1. Sviluppo di almeno n. 4 progetti d'impresa.
2. Raggiungere almeno n. 100 persone partecipanti all'evento finale.

Diffusione

1. Realizzare almeno 4 video-interviste per promuovere il lancio dei successivi percorsi formativi.
2. Realizzare almeno due documenti orientati allo story telling in forma di documentari o di format di tipo real TV.

SESTA SEZIONE

Descrivere il Gruppo di Lavoro che dovrà realizzare la proposta progettuale e i criteri che verranno adottati per garantire il principio delle pari opportunità e non discriminazione nella distribuzione paritaria tra i sessi dei ruoli scientifici e di coordinamento. In caso di personale già individuato per la designazione alle attività

progettuali del presente Avviso, allegare i relativi CV alla domanda di candidatura. Per i componenti del Gruppo non ancora designati, dettagliare i relativi profili professionali di coloro che dovranno essere reclutati (max 5.000 battute, spazi inclusi)

Il Gruppo di Lavoro sarà costituito da un Comitato Tecnico-Scientifico e da un Gruppo Operativo.

Il Comitato Tecnico Scientifico darà le linee guida nelle modalità di interazione con il mondo dei ricercatori e degli imprenditori, nella costruzione di rapporti sinergici con gli altri Intermediari dell'Innovazione (e.g. distretti, reti di laboratori, etc.), nell'attuazione della formazione on-demand e della Public-Private-Partnership. Il CTS sarà nominato dal MR, costituito da 3 componenti, di cui almeno uno donna.

La Ripartizione Ricerca, nodo in UniSalento della Rete Ilo, ha ad oggi coadiuvato tutte le iniziative connesse con la terza missione e nel Gruppo Operativo garantirà le funzioni di Project Management, di coordinamento della comunicazione, amministrative e gestionali. In particolare, sarà coinvolto nella Ripartizione, oltre al Direttore, ing. Gabriella Gianfrate, il personale dell'Area Valorizzazione della Ricerca e dell'Ufficio Trasferimento Tecnologico, nelle persone dei due responsabili, Gianni Scognamillo ed il dott. Andrea Filieri, e dei funzionari dott.ssa Rossana Bray, dott.ssa Lucia Taurino, dott. Hiber Scardino, Sig. Vito Petruzzi.

Fra le consulenze esterne vi sarà la necessità di un animatore, dotato di capacità di comunicazione e interrelazione, di motivazione, di public speaking, con esperienza sullo sviluppo di nuove imprese, gestione della proprietà' intellettuale, fundraising, marketing (e.g. l'Arti ha arrichhito il suo elenco di esperti con esperti specializzati nella conduzione di progetti e attività nel campo delle politiche giovanili, dell'educazione all'imprenditorialità e dell'innovazione sociale, che abbiano competenze ed esperienze specifiche in tema di processi di animazione e di educazione non formale)

Fra i servizi da acquisire vi saranno tutti quelli legati alla comunicazione ed alle consulenze specifiche in relazione a tematiche di punta che si renderanno necessarie in base alle necessità dei romandi (formazione on demand).

Vi saranno inoltre le spese di missione, destinate anche alla possibile mobilità dei team presso realtà di benchmarking e/o confronto.

SETTIMA SEZIONE

Indicare il piano degli spazi fisici, delle risorse tecniche e dei servizi esterni da utilizzare per la realizzazione della proposta progettuale (max 15.000 battute, spazi inclusi)

Il percorso di formazione avverrà presso il **Centro Cultura Innovativa d'Impresa (CCII) - Università del Salento situato all'interno dell'Incubatore Euro-Mediterraneo *di Business Innovation Leadership*** Sede: Campus Ecotekne, Via per Monteroni SN, 73100 Lecce

Il Centro Cultura Innovativa di Impresa CC.II. (*Figura 1*) è situato nel nuovo edificio denominato Incubatore Euro-Mediterraneo di *Business Innovation Leadership* (IBIL). L'edificio IBIL si configura come un *living lab*, in cui lo sviluppo di nuove tecnologie è integrato con il suo uso e la ricerca e l'alta formazione sono svolte in modo integrato in un contesto che favorisce la cooperazione e la collaborazione.
L'edificio pertanto supporta pienamente le necessità del Future Lab di promuovere e sostenere processi di contaminazione delle conoscenze e dei saperi. in modo integrato e in un ambiente altamente collaborativo ad alta densità tecnologica. L'edificio, inoltre, si trova nel cuore del polo universitario extra-urbano, è facilmente raggiungibile da tutti gli studenti con i mezzi pubblici, inclusa la metropolitana. Questo consente agli studenti di frequentare e abitare lo spazio in maniera autonoma in ogni momento della giornata, sfruttando sia gli spazi operatici che gli ambienti informali.
Gli ambienti disponibili presso l'Incubatore Euro-Mediterraneo comprendono:

- 4 Aule lezioni;
- 7 Laboratori con postazioni di lavoro individuale;
- 2 Sale riunioni;
- Spazi attrezzati per i lavori di gruppo.

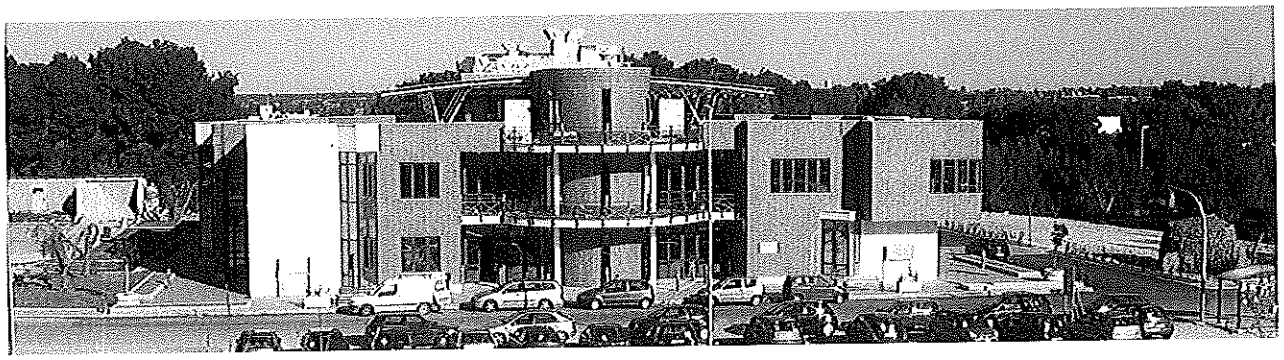


Figura 1 - Sede dell'Incubatore Euro-Mediterraneo

L'aula lezioni

Il criterio della formazione attiva ha guidato la progettazione delle aule lezioni. Per favorire l'interazione con il docente e aumentare il senso di coinvolgimento, i formandi sono disposti su due semicerchi concentrici (*Figura 2*). Questo tipo di disposizione favorisce l'interattività della lezione d'aula, interattività che viene verificata attraverso la valutazione della frequenza e della qualità degli interventi dei formandi. Ancora, nell'ottica della formazione attiva l'aula è dotata sia di una rete *wired* che di una wireless per la connessione alla Intranet ed a Internet.

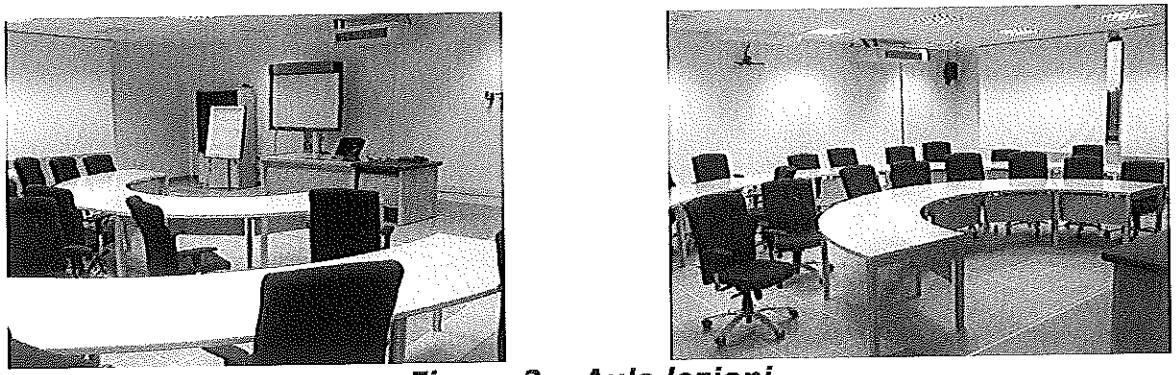


Figura 2 – Aule lezioni

Inoltre la seguente attrezzatura è disponibile:

- *Digital Wall Display* (sistema di proiezione, combinato a lavagna elettronica);
- Sistema integrato di ripresa, tramite telecamere controllabili da remoto e dotate di sensori di movimento, che permette la registrazione in alta qualità degli interventi che avvengono in aula. A valle di operazioni di post-produzione il delivery dei contenuti audio/video registrati può essere effettuato sia in modalità streaming (diretta e on-demand) che direttamente su supporti ottici ed in vari formati (mpeg, dvd video, divx, ecc);
- Sistema di amplificazione;
- Lavagne a pennarelli;
- Lavagna luminosa tradizionale.

I laboratori sviluppo applicazioni

Questi ambienti ospitano il personale delle tre divisioni di ricerca della e-BMS (*Divisione Knowledge and Learning Network; Divisione Business Network; Divisione Collaborative Product Design Management*). In questo ambiente vengono sviluppate applicazioni di e-Business, applicazioni multimediali, applicazioni per il knowledge management e il *distance learning*. Il laboratorio, strutturato come un open space, comprende due sezioni, ciascuna avente 14 work space separati, in grado di ospitare fino a due ricercatori. Ogni postazione è attrezzata con una postazione per la multimedialità e un ambiente per i server.

Le due sezioni di laboratorio sono dotate, ciascuna, di una stampante Laser B/W fronte-retro da 30 *ppm*, formato A4. Inoltre condividono un stampante Laser a colori formato Tabloid.

La postazione per la multimedialità è fornita di diversi dispositivi di acquisizione (fotocamera digitale, videocamera digitale, tavoletta grafica, scanner, etc.) per lo sviluppo di applicazioni multimediali complesse in ambiente Web, e un video-proiettore ad alta luminosità. Nell'ambiente server si trovano le macchine necessarie al funzionamento della rete (Switch e router CISCO su dorsali gigabit ethernet, Firewall e Intrusion Detection System) e tutti i server necessari allo sviluppo di applicazioni e-Business e di lavoro collaborativo. L'intera infrastruttura tecnologica, costituita da server di ultima generazione è stata realizzata in collaborazione con IBM; le sue caratteristiche più significative vanno dall'implementazione dell'alta affidabilità, all'utilizzo di Sistemi Operativi Enterprice Linux e applicativi conformi agli standard più evoluti (Java, web services). Il sistema per lo sviluppo di applicazioni consiste di:

- Un server IBM (Biprocessore XEON con 8 GB di RAM) 445 xSeries su cui è installato Linux Red Hat enterprice Server AS 3.0 e la suite di e-Business EXTENDO
- Un server IBM (Biprocessore XEON con 8 GB di RAM) HS20 Blade Server su cui è installato Linux Red Hat enterprice Server AS 3.0 e il DBMS DB2 di IBM;
- Un server IBM (Monoprocessore XEON con 4 GB di RAM) HS20 Blade Server su cui è installato Linux Red Hat enterprice Server AS 3.0 e il Tivoli Directory Manager di IBM per i meccanismi di Authenticatione authorization;
- Un server IBM (Monoprocessore XEON con 4 GB di RAM) HS20 Blade Server su cui è installato Linux Red Hat enterprice Server AS 3.0 e il Apache di IBM con la

funzione di web server;

Il laboratorio didattico, l'aula server e l'aula lezioni usufruiscono di un collegamento su rete LAN Ethernet a 100 Mbps, con dorsali in gigabit mediante un set di switch CISCO; inoltre un set di server permettono una serie di servizi supplementari, quali: mail, DHCP, Gestore del dominio (PDC), Autenticazione degli utenti sulla rete wirelee, Backup, file server, Print server, funzione di monitoraggio (Proxy di rete e Intrusion detection System) e gestione della rete.

Le postazioni di lavoro individuale

Adiacente a ciascuna aula lezione è stato approntato un ambiente per l'approfondimento individuale e i project work orizzontali (*Figura 3*). Tale ambiente si configura come un open space e le singole postazioni sono dotate di presa per il collegamento in rete. È presente, inoltre, una stampante HP Laserjet 4250 dtn e un wireless access point.

Figura 3 – Postazioni open space per l'approfondimento individuale

La rete locale

La rete dell'Incubatore Euro-Mediterraneo (*Figura 4*) è una rete ad alte prestazioni completamente indipendente dal resto del Campus, con cui condivide esclusivamente l'accesso alla rete GARR. La sicurezza è garantita da un firewall CISCO PIX di tipo packed switching, supportato da un server *Snort Intrusion Detection system* (IDS) su piattaforma Linux ed un http Proxy (*Squid*) per il *filtering* e il *caching* dei contenuti web. Tutti gli ambienti appartenenti all"Incubatore Euro-Mediterraneo sono dotati di hot spot wireless e permettono di accedere in maniera sicura ad un insieme di oltre 20 Virtual LAN, corrispondenti alle oltre 20 comunità di utenti che operano all"interno dell"Incubatore Euro-Mediterraneo. L"accesso degli utenti è regolato da un server AAA (*Authorization*, *Authentication* Accounting) *Freeradius* su piattaforma Linux. Le Virtual Lan, gestite attraverso lo *switch layer* tre CISCO 4506, permettono di gestire

attraverso un'unica rete reale, una serie di spazi virtuali protetti, dove differenti categorie di utenti possono lavorare e interagire secondo uno schema di permessi di accesso gestito dai responsabili della sicurezza.

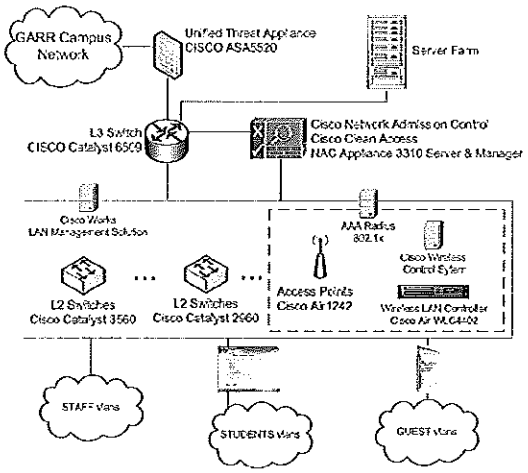


Figura 4 – Rete dell'Incubatore Euro-Mediterraneo

La rete dei Laboratori

I Laboratori privilegiano i processi di action learning e di apprendimento interattivo, collaborativo, estemporaneo ed ubiquo, caratterizzato da approcci project based, problem based, simulation based, orientato all'esperimento, al gaming e all'utilizzo dei key study.

Tale paradigma favorisce lo sviluppo di capacità e competenze nel fare, nel far fare e nel fare insieme, nell'intraprendere e nell'immaginare soluzioni favorendo nei giovani la metafora del viaggio come cammino attraverso l'esperienza che non rifiuta le teorie ma le rende più facilmente comprensibili in quanto somministrate come riflessione nel corso dell'azione. Il contesto abilitante questo paradigma è rappresentato dal network che vede il Laboratorio Pubblico-Privato X-Net.Lab creato dai soci coinvolti nel progetto e che ha come nodi principali la rete di laboratori pubblici e privati ad esso connessi (*Figura 5*).

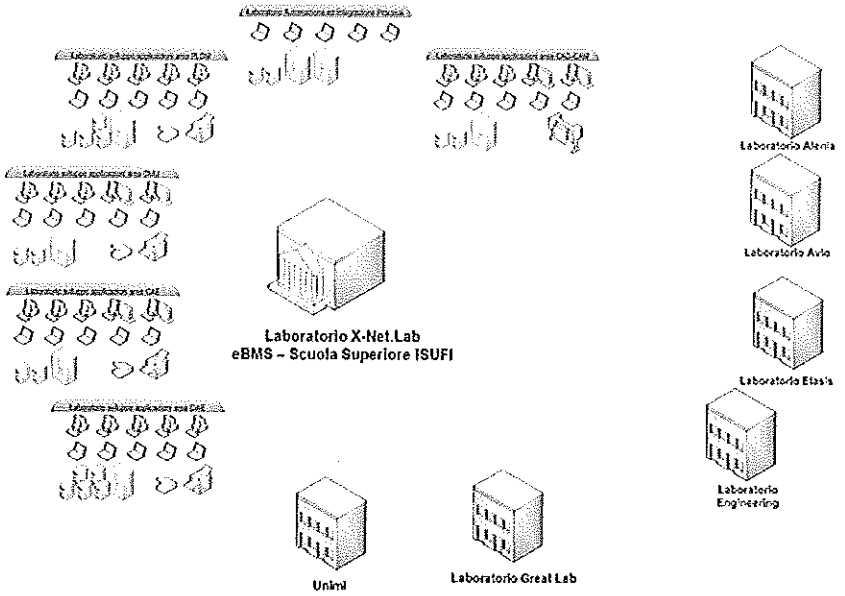


Figura 5 – Network dei Laboratori

Nel Laboratorio si è cumulata una base di conoscenza e di risorse esperienziali rivenienti da progetti di ricerca acquisiti su base competitiva a livello nazionale ed europeo.
Tecnologie e ambienti software presenti nel Laboratorio:

- Area CAd-CAM (Siemens PLM Solutions (NX) Dassault Systèmes (CATIA), PTC (Pro/Engineering)).
- Area DMU (Siemens PLM Solutions (VisMockUp, NX) e Dassault Systemes (CATIA)).
- Area CAE (MSC Software (MSC Nastran, MSC Patran), Siemens PLM Solutions (NX Nastran, FEMAP) e PTC (Pro/MECHANICA)).
- Area PLDM (Dassault Systemes (Enovia, SmartTeam, Matrix One); PTC (Windchill); Siemens PLM Solutions (Teamcenter)).
- Area Collaborative Working;
- Area Ingegneria dei processi (Aris, Tibco).

La qualità del servizio nell'utilizzo dei singoli software disciplinari e la possibilità che tali software siano fruiti da tutti i laboratori del network è resa possibile dall'utilizzo di una logica web based abilitata dalla larga banda (Fastweb) che connette il Laboratorio Pubblico-Privato alla rete nazionale.

OTTAVA SEZIONE

Descrivere la natura e il contenuto delle eventuali partnership coinvolte, indicando per ognuna la relazione/coerenza con gli obiettivi e le modalità di realizzazione della proposta progettuale (max 10.000 battute, spazi inclusi)

Le partnership coinvolte nell'attuazione del Future Lab sono per loro natura quelle legate all'Università dalla vicinanza territoriale e dal processo di spill-over già citato.

Di seguito un breve elenco che identifica i partners, la loro natura ed il loro interesse coincidente in relazione alla proposta progettuale.

The Qube, I-Project-lab, BioBang, associazioni interessate a promuovere e diffondere l'iniziativa allo scopo di ampliare il loro pubblico e sfruttare l'effetto emulazione per proporre i loro valori agli studenti di tutta l'università.

Innovars, associazione di start -up e spin off, interessata a mettere a disposizione l'esperienza anche dei singoli associati e a riconoscere idee e capitale umano innovativo da incentivare e finanziare; interessati ad ampliare la loro rete e visibilità.

Alleati per l'Innovazione, soggetti di diversa estrazione con cui il rapporto è consolidato dalla scorsa edizione del Progetto Ilo in relazione alla comunanza di specifici obiettivi ed eventi.

Finindustria, interessata a sostenere iniziative di pre-incubazione, in filiera con le loro attività di accelerazione ed investimento

Associazioni di categoria / imprenditori, interessate a trovare un hub di interlocuzione sul tema dell'innovazione. Vi è una generazione di imprenditori sensibili ai temi dell'innovazione come leva strategica di sviluppo che necessitano di crescita e confronto.

Distretti e Reti di Laboratori, interessati all'emersione della ricerca ed al sostegno successivo ai team di successo.

Enti locali, interessati a sostenere tutte le iniziative volte a valorizzare sul territorio le competenze, soprattutto qualificate, generate in Salento e spesso poi "esportate" con grande depauperamento delle risorse produttive innovative.

Incubatori, spazi di coworking, investitori, interessati a conoscere e selezionare per primi i team che saranno i loro futuri fruitori, anche investendo energie in fase iniziale per promuovere una generazione vincente dell'idea e del team dalla nascita.

Dipartimenti, interessati a promuovere un approccio di emersione, divulgazione e condivisione della ricerca da parte dei propri afferenti; diventerebbe uno strumento di visibilità molto potente ai fini di generare nuove sinergie, farsi riconoscere come portatori di know-how fondamentale dal territorio ai fini di nuova progettazione ed anche di una sana competizione positiva.

NONA SEZIONE

Indicare perché la proposta progettuale è concretamente realizzabile, con particolare riferimento ai vincoli e alle criticità tipiche dell'ecosistema nel quale si intende operare (max 5.000 battute, spazi inclusi)

La proposta è certamente realizzabile grazie alla presenza di un ecosistema di organizzazioni ed associazioni già impegnato sui temi dell'innovazione sociale e tecnologica nonché sul supporto allo sviluppo di competenze imprenditoriali. La massa critica di esperienze, competenze e relazioni, cumulata dalla Università del Salento in connessione con gli Alleati per l'Innovazione, le associazioni di categoria, Innovars e con gli "Street Ideas Lab" a partire dai percorsi partecipati di costruzione di identità per arrivare alle esperienze di successo dei Laboratori dal Basso, sono un patrimonio iniziale di assoluto rilievo. Si aggiungono a questo le relazioni già attive con imprese innovative operanti sulla scala territoriale, nazionale ed internazionale, fonte indispensabile di conoscenza del mercato e di buone pratiche di tipo manageriale. L'ecosistema descritto ha i numeri per costruire una linea di azione e sostenere nel tempo attraverso il Future Lab, un processo di cambiamento su larga scala. E' richiesto all'Università un ulteriore sforzo di supporto organizzativo ad un processo insieme organico e fluido, ma è necessario segnare una discontinuità ed un cambio di passo. Il limite principale che il percorso dovrà superare è connesso alla difficoltà ad indirizzare lungo una linea strategica una struttura a rete come l'ecosistema appena descritto, in maniera che il ruolo di ognuno sia definito e complementare, piuttosto che concorrenziale con gli altri. Sarà quindi strategico un costante impegno istituzionale da parte dell'attore primario dell'ecosistema, ovvero l'Università del Salento, al fine di fornire quel contributo di leadership informale, necessario a garantire il corretto livello di commitment da parte di tutti gli elementi dell'ecosistema.

DECIMA SEZIONE

Indicare quanto la proposta progettuale segni una discontinuità rispetto alle prassi e al contesto in cui interviene (max 10.000 battute, spazi inclusi)

Gli elementi di discontinuità rispetto a quello che è stato svolto finora dall'Ufficio ILO dell'Università del Salento (nella nostra organizzazione è la Ripartizione Ricerca) sono costituiti da:

1. **L'organizzazione** di un percorso di pre-incubazione strutturato che ragiona in un' ottica di filiera e non di verticalizzazione. Il percorso di pre-incubazione permetterà alle idee di prender forma sviluppando un business plan e un MVP (Minimum Valuable Product) che possa garantire ai partecipanti l'accesso a programmi di accelerazione o incubazione. In ogni caso l'attività si caratterizza come un intervento di education che produrrà anche in modi diversi i risultati di un percorso di self powerment perseguito attraverso tecniche di apprendimento formale, informale e di learning by doing.

2. La **comunicazione** non sarà condotta in maniera istituzionale, il linguaggio utilizzato sarà semplice e privo di un gergo comunicativo tipicamente burocratico e istituzionale perché il target che si intende raggiungere è costituito da giovani compresi tra i 18 e i 30 anni.

3. I canali di comunicazione saranno prevalentemente basati sui social media (es. Facebook e Youtube), evitando stampe di brochure e locandine; per la prima volta la campagna di comunicazione sarà paper-less. Grande cura sarà invece posta nella generazione di un brand registrato che identifichi i partecipanti e

l'esperienza da loro condotta con un effetto di emulazione educativo per chi li guarda.

4. La **selezione** dei candidati sarà anch'essa paperless e completamente on-line. I candidati saranno valutati a seconda della loro idea e della loro motivazione a prendere parte al Future Lab, che dovranno raccontare in un breve video di 90 secondi. Parteciparanno al team di lavoro sin dalle selezioni esperti di formazione avanzata in grado di condividere competenze su temi quali la mappatura dei bisogni, il bilancio di competenze e alla realizzazione di interventi miranti alla promozione di benessere della comunità, empowerment, partecipazione, condivisione.

5. La **formazione** sarà completamente differente rispetto a tutto quello che l'ufficio ILO ha organizzato finora. La didattica frontale sarà sostituite dai MOOC e le lezioni d'aula saranno trasformate in momenti di dibattito ed esercitazioni pratiche che spostano l'attenzione dei partecipanti dal "saper fare" al "fare". La formazione sarà declinata anche attraverso con momenti di scambio e apprendimento in contesti non formali dove i partecipanti saranno messi a confronto con imprenditori, consulenti, personaggi di spicco del territorio nazionale. Con loro, i partecipanti potranno scambiare pareri e suggerimenti che permetteranno di sviluppare al meglio i rispettivi progetti d'impresa.

6. L'**interdisciplinarietà**, la formazione di tipo problem based porrà in modo naturale l'accento sull'approccio interdisciplinare. La diversa origine e formazione dei partecipanti sarà un valore costantemente promosso. Il know-how estremamente variegato originato dalla contaminazione di esperienza e saperi, portata dai partecipanti, dai docenti, dagli imprenditori che animeranno il Future Lab su base volontaria e personale sarà un ulteriore fattore di discontinuità e di successo.

7. **Legame con il territorio**: il coinvolgimento diretto ed attivo del tessuto produttivo locale e le sue modalità, la condivisione della valutazione dell'esperienza con i protagonisti della filiera che costituiscono l'anello successivo della catena; è infatti chiara la natura del Future Lab, connotato come un anello di una catena e non come un'esperienza interna e autonoma dell'Università.

8. **Educazione alla responsabilità sociale**: la natura soggettiva della partecipazione al Future Lab da parte di ricercatori ed imprese è uno strumento di crescita nella relazione ricerca-impresa che, partendo dalla necessità di restituire al territorio, costruisce nuove forme di interazione fra i due mondi, passando per l'attività realizzata con il capitale umano qualificato che partecipa al Future Lab.

UNDICESIMA SEZIONE

Indicare una metrica specifica sulle attività da realizzare e i risultati da conseguire. Pertanto, definire e quantificare ex ante almeno n. 1 indicatore di risultato per ciascuna attività elencata nella precedente quarta sezione.

Inoltre, indicare almeno n. 2 milestones nell'arco delle attività progettuali, secondo il seguente schema:

Attività elencate nella precedente quarta sezione	Definizione degli indicatori di risultato	Quantificazione ex ante degli indicatori di risultato (intero progetto)
1.0 Fase di Lancio		
1.1 Comunicazione Bando	Il target che si intende raggiungere è composto da giovani compresi tra i 18 e i 30 anni. Per raggiungere il target, oltre che la diffusione presso le loro strutture di appartenenza, si utilizzerà una campagna di comunicazione non istituzionale ricorrendo all'utilizzo dei social media, alle tecniche di marketing non convenzionale quali viral marketing o guerrilla marketing nonché all'utilizzo di narrazioni e di story telling. In collaborazione con i Media Partners (e.g.I Move Puglia, Webtv Unisalento) sarà possibile lanciare una campagna di comunicazione paper-less, basata sui social network attraverso la realizzazioni di 3 spot virali. I tre spot saranno pubblicati su you tube e condivisi attraverso una pagina facebook dedicata all'iniziativa (Future Lab Lecce) che sarà gestita dal gruppo di progetto. **Indicatori:** n. di follower sulla pagina fb "Future Lab". n. video virali per la promozione del Future Lab n. di visualizzazioni degli	Raggiungere almeno un n. di 500 follower sulla pagina fb "Future Lab". Creazione di almeno 3 video virali per la promozione del Future Lab. Raggiungere almeno un n. di 1.000 visualizzazioni degli spot

Attività elencate nella precedente quarta sezione	Definizione degli indicatori di risultato	Quantificazione ex ante degli indicatori di risultato (intero progetto)
	spot	
1.2 Invio candidature	La fase di candidatura avverrà dal 15 Settembre al 15 Ottobre inviando una mail a futurelab@unisalento.it, i candidati dovranno compilare un formulario con i loro dati, allegare un resumè e preparare un video su youtube dove potranno illustrare l'idea progettuale e la motivazione a prender parte al progetto "Future Lab". Per supportare la candidatura di tutti i soggetti sarà attivato uno sportello dove il gruppo di progetto e i media partner potranno supportare le candidature e la creazione delle video-interviste. **Indicatori:** n. candidature pervenute.	40 candidature
1.3 Selezione candidati	La selezione dei candidati sarà svolta dal 16 Ottobre al 24 Ottobre da una commissione composta da cinque Membri selezionati in base all'esperienza nel contesto dell'imprenditorialità innovativa. La commissione prenderà visione del materiale inviato dai candidati e sceglierà i 30 partecipanti. L'esito della selezione sarà reso disponibile tramite la pagina facebook entro il 25	Max 30 selezionati

Attività elencate nella precedente quarta sezione	Definizione degli indicatori di risultato	Quantificazione ex ante degli indicatori di risultato (intero progetto)
	Ottobre 2014 per permettere ai candidati di essere presenti all'evento di START che avverrà il 4 Novembre 2014. **Indicatori:** n. candidature esaminate e ammesse	
Prima Milestone	Realizzazione Evento START di avvio della formazione	N° 1 evento organizzato
2.0 **Fase di Formazione**		
2.1 Formazione di base	Con modalità mista MOOC, discussione, affiancamento, testimonianze, consulenze **Indicatori:** n. moduli formativi	Realizzazione di almeno n. 12 moduli formativi
2.2 Mentoring	Al percorso di educazione si affiancheranno mentors della ricerca e dell'impresa Testimonianze portate da consulenti, imprenditori, liberi professionisti **Indicatori:** n. adesioni volontarie mentors n. adesioni testimonianze	Adesione di almeno 10 mentors Almeno 6 testimonianze programmate
Seconda Milestone	matching mentor - team	Almeno 2 matching mentor team definite in questa fase
2.3 Comunicazione	Implementazione di un modello di comunicazione tipo docufilm, real tv, format	Pianificazione e implementazione modalità comunicazione e avvio raccolta materiale

Attività elencate nella precedente quarta sezione	Definizione degli indicatori di risultato	Quantificazione ex ante degli indicatori di risultato (intero progetto)
	Indicatori: Scelta e implementazione	
2.4 Future-Moments	Una volta delineate le idee più promettenti e coagulati i team interdisciplinari attorno ad esse, verranno pianificati almeno 3 Future – Moments, incontri di educazione informale con guru-ispiratori che condivideranno la loro esperienza ed avranno modo di confrontarsi con i singoli formandi direttamente in occasioni informali (e.g. aperitivo, pizza, the, concerto, etc.). **Indicatori:** n. Incontri di educazione informale con guru-ispiratori	Almeno n. 3 Future Moments
3.0 **Fase di Chiusura**		
3.1 sviluppo progetti d'impresa	Predisposizione di elevator pitch e slide deck per eventuali processi di fundraising. **Indicatori:** n.° documenti presentazione progetti realizzati	Almeno 4 documenti di diversi progetti
3.2.0 Diffusione dei risultati	Video interviste per promuovere il lancio dei successivi percorsi formativi. **Indicatori:** n.° Video interviste realizzate	Almeno 4 video interviste
3.2.1	Documenti orientati allo	Almeno 2 documenti

Attività elencate nella precedente quarta sezione	Definizione degli indicatori di risultato	Quantificazione ex ante degli indicatori di risultato (intero progetto)
	story telling in forma di documentari o di format di tipo real TV. **Indicatori:** n.° Video interviste	
3.3 Terza Milestone	Evento finale pubblico al quale prenderanno parte una serie di partner già identificati in fase di progetto e costituiti da: imprenditori, acceleratori e incubatori nazionali, spazi di coworking, investitori. **Indicatori:** n.° partecipanti	Aprile 2015. Almeno n. 100 persone partecipanti all'evento finale
Controllo	Attività di Project Management e gestione **Indicatori:** Predisposizione della documentazione di rendicontazione	Almeno tutta la documentazione prevista nelle libnee guida

Attività elencate nella precedente quarta sezione	Descrizione e data della prima milestone	Descrizione e data della seconda milestone	Descrizione e data della terza milestone
1.0 Fase di Lancio	Evento START di avvio della formazione - 4 novembre 2014		
1.1 Comunicazione Bando			
1.2 Ricezione candidature			
1.3 Selezione candidati			
Prima Milestone			
2.0 **Fase di Formazione**		Definizione del matching mentor - team	
2.1 Formazione di			

base			
2.2 Mentoring			
Seconda Milestone			
2.3 Comunicazione			Evento finale pubblico 14 aprile 2015 al quale prenderanno parte una serie di partner già identificati in fase di progetto e costituiti da: imprenditori, acceleratori e incubatori nazionali, spazi di coworking, investitori.
2.4 Future-Moments			
3.0 **Fase di Chiusura**			
3.1 sviluppo progetti d'impresa			
3.2 Diffusione dei risultati			
3.3 Evento Finale Terza Milestone			
Controllo			

Attività elencate nella precedente quarta sezione	Quantificazione ex ante degli indicatori di risultato (alla prima milestone)	Quantificazione ex ante degli indicatori di risultato (alla seconda milestone)	Quantificazione ex ante degli indicatori di risultato (alla terza milestone)
1.0 Fase di Lancio	Realizzazione Evento START di avvio della formazione		
1.1 Comunicazione Bando			
1.2 Ricezione candidature			
1.3 Selezione candidati			
Prima Milestone			
2.0 **Fase di Formazione**		Almeno 2 matching mentor team definiti in questa fase	
2.1 Formazione			
2.2 Mentoring			
Seconda Milestone			Almeno n. 100 persone partecipanti all'evento finale
2.3 Comunicazione			
2.4 Future-Moments			
3.0 **Fase di Chiusura**			
3.1 sviluppo			

progetti d'impresa			
3.2 Diffusione dei risultati			
3.3 Evento finale (Milestone)			
Controllo			

DODICESIMA SEZIONE

Indicare l'impegno che, relativamente alla presente proposta progettuale, l'Ente Proponente prende in merito:

- all'impatto potenziale dei risultati delle attività progettuali sul sistema socio-economico-industriale regionale e locale;
- all'impatto di genere (con riferimento all'incremento della partecipazione delle donne alla vita economica e sociale) e all'impatto su politiche antidiscriminatorie in favore di persone diversamente abili e immigrate;
- alla sostenibilità ambientale;
- all'intensificazione delle relazioni internazionali;
- all'assorbimento di nuova conoscenza e di sviluppo dell'innovazione nelle imprese.

(max 15.000 battute, spazi inclusi)

Il progetto Future Lab Lecce si pone come un elemento di novità dirompente nel panorama delle relazioni fra ricerca, società ed impresa. Non si tratta infatti di uno spazio culturale o di un percorso formativo tendente a fornire mere nozioni, nemmeno di un'iniziativa spot di comunicazione ed incontrofra l'università ed il territorio.
La matrice universitaria del progetto punta a generare un hub di interessi di ricerca, impresa e capitale umano attraverso l'attuazione di un asset strategico dell'Ateneo, la formazione, declinata in nuovi modi collaborativi di apprendimento attorno a nuove idee e nuove leve, con un forte coinvolgimento ed empowerment dei singoli. E' sempre più frequente la richiesta da parte anche di singoli imprenditori non di "acquisire innovazione", ma di conoscere possibilità di partenariato e coinvolgimento in nuove idee e processi, segno che la sensibilità e la maturità del tessuto socio-imprenditoriale si stanno evolvendo.
L'Università si impegna a soddisfare tali nuove necessità di collaborazione e a farne leve di sviluppo. Alla stessa maniera, l'Ateneo punta a costruire consapevolezza in relazione non solo alla qualità, ma alla potenzialità del capitale umano costituito dai suoi studenti come mezzo importante diassorbimento di nuova conoscenza e di sviluppo dell'innovazione nelle imprese: i laureati non devono essere le nuove risorse a cui insegnare tutto e riconoscere livelli stipendiali bassi, ma devono essere percepiti anche come germi di crescita e nuova linfa all'interno delle imprese.
La grande importanza data alla comunicazione dell'esperienza punta a stimolare l'emulazione e la partecipazione, in modo da amplificare e rendere costante l'interazione diretta fra ricercatori ed impresa in un ambiente pensato per condividere e contaminare saperi e necessità.
Un altro elemento di impatto sarà il collegamento che con realtà internazionali attraverso il confronto e l'esperienza della collaborazione remota. Tale paradigma, tipico della ricerca, che sulle reti di collaborazione di qualità fonda spesso l'operato dei suoi ricercatori, attraverso la collaborazione con le camere di commercio all'estero, verrà mutuata nel percorso dei team, educando formandi e mentor a tale modalità operativa e a proporsi su uno scenario internazionale. L'Ateneo si impegna per le

prossime edizioni a proporre a diversi interlocutori stranieri una forma di accompagnamento e collaborazione da remoto fra formandi di matrice diversa (e.g. team fra Lecce e Canada). Emerge, inoltre, dalla proposta progettuale come la multidiciplinarietà e la diversità di origine, esperienza e formazione sia la vera ricchezza dei partecipanti e tale visione include tutte le diversità socialmente spesso ritenute debolezze: dalla costituzione del Comitato Scientifico, ai canali di diffusione, alla definizione del gruppo dei formandi, invece, l'Ateneo dimostra come donne, immigrati, diversamente abili siano ritenuti preziosi portatori del loro bagaglio di esperienza e conoscenza. Non è un asset nuovo per l'Ateneo, impegnato negli ultimi due anni, ad esempio, in maniera specifica sulla definizione di servizi di placement dedicati ai suoi laureati ed agli studenti stranieri.

TREDICESIMA SEZIONE
Descrivere le prospettive di continuità e di sviluppo della proposta progettuale dopo la conclusione delle relative attività (se approvate) e le strategie che saranno attuate per garantirne la prosecuzione (max 10.000 battute, spazi inclusi)

Il Future Lab, nella sua valenza sperimentale, intende proporsi sin dall'inizio come un' iniziativa pienamente sostenibile.

Le linee di azione attraverso cui l'iniziativa Future Lab intende sostenersi nel tempo sono sostanzialmente tre:

- mettendo sul mercato le idee sviluppate ed i talenti che le hanno sviluppate, attirando l'attrenzione di incubatori, acceleratori e investitori ma anche di imprese del territorio;
- veicolando come prodotti i contenuti di comunicazione realizzati per la diffusione dell'iniziativa;
- intercettando sponsorship di imprese interessate a veicolare la propria immagine attraverso uno strumento alternativo quale il Future Lab.

Il contributo richiesto alle aziende per supportare nel tempo le attività del Future Lab potrà essere oggetto di detrazione fiscale per le aziende con le stesse percentuali degli investimenti in attività di Ricerca & Sviluppo.

Ancora potranno esserci finanziamenti di partners e verrebbero reinvestiti nel Future Lab eventuali ricavi ottenuti dalla messa ibn valore delle attività di comunicazione.

Alla fine della sperimentazione triennale, l'attività di valutazione e riprogettazione potrà indicare all'Ateneo un modello strutturale da inserire stabilmente nella sua offerta.

TABELLA DEI COSTI PER ATTIVITA' (in Euro)

ATTIVITA' (elencate nella precedente quarta sezione)	**COSTO TOTALE DEL PROGETTO**	**CONTRIBUTO RICHIESTO DALL'ENTE PROPONENTE**	**(Eventuale) CONTRIBUTO RICHIESTO DALL'ENTE CO-PROPONENTE n. 1**	**(Eventuale) CONTRIBUTO RICHIESTO DALL'ENTE CO-PROPONENTE n. 2**	**TOTALE CONTRIBUTO RICHIESTO**
1.0 Fase di Lancio	**12.000**	**12.000**			**12.000**
1.1 Comunicazione Bando	3.000	3.000			3.000
1.2 Ricezione candidature					
1.3 Selezione candidati	4.000	4.000			4.000
Prima Milestone	5.000	5.000			5.000
2.0 **Fase di Formazione**	**36.000**	**36.000**			**36.000**
2.1 Formazione	8.000	8.000			8.000
2.2 Mentoring	7.000	7.000			7.000
Seconda Milestone					
2.3 Comunicazione	15.000	15.000			15.000
2.4 Future-Moments	6.000	6.000			6.000

3.0 **Fase di Chiusura**	**17.000**	**17.000**			**17.000**
3.1 sviluppo progetti d'impresa	10.000	10.000			10.000
3.2 Diffusione dei risultati	2.000	2.000			2.000
3.3 Evento Finale Terza Milestone	5.000	5.000			5.000
Controllo	**20.000**	20.000			**20.000**
TOTALE GENERALE DEI COSTI PREVISTI IVA INCLUSA	*85.000*	*85.000*			*85.000*

TABELLA DEI COSTI PER TIPOLOGIA DI VOCI (in Euro)

COSTI AMMISSIBILI	COSTO TOTALE DEL PROGETTO	CONTRIBUTO RICHIESTO DALL'ENTE PROPONENTE	(Eventuale) CONTRIBUTO RICHIESTO DALL'ENTE CO-PROPONENTE n. 1	(Eventuale) CONTRIBUTO RICHIESTO DALL'ENTE CO-PROPONENTE n. 2	TOTALE CONTRIBUTO RICHIESTO
Costi relativi al personale interno	20.000	20.000			20.000
Costi relativi ai collaboratori esterni integrati nella struttura operativa	10.000	10.000			10.000
Costi relativi a servizi e consulenze specifiche per la realizzazione delle attività	20.000	20.000			20.000
Costi relativi ad azioni di comunicazione e promozione	20.000	20.000			20.000
Costi relativi a viaggi e spese di missione	15.000	15.000			15.000
Costi relativi alla costruzione o acquisizione di programmi SW e strumenti di aggiornamento specialistici					
Costi relativi a noleggio o leasing di attrezzature specialistiche					
TOTALE GENERALE DEI COSTI PREVISTI IVA INCLUSA	85.000	85.000			85.000

TABELLA DELLA COPERTURA FINANZIARIA DEL PROGETTO (in Euro)

FONTI	**IMPORTO**
Contributo regionale richiesto	85.000 Euro
Costi a carico dell'Ente Proponente/Raggruppamento	
Costi a carico di altri soggetti	
Costo totale del Progetto	85.000 Euro

Luogo, Data, Timbro e firma in originale del Legale Rappresentante dell'Ente Proponente

LECCE 19/06/2014

IL PRORETTORE VICARIO
Prof. Vittorio BOSCIA