

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 610
van **EMMILY TALPE**
datum: 13 mei 2015

aan **PHILIPPE MUYTERS**
VLAAMS MINISTER VAN WERK, ECONOMIE, INNOVATIE EN SPORT

Radicale Vernieuwers - Ondersteuning

Sinds mei 2015 kan men in de krant De Standaard deelnemen aan een zelftest rond vernieuwing. Aan de hand van enkele meerkeuzevragen wordt geduid welk type persoon men is. De insteek lijkt meer op amusement te liggen en het warm maken van de lezer. Na het afleggen van de test wordt men wel doorverwezen naar een meer inhoudelijke website.

Deze website vinden we terug onder www.radicalevernieuwers.be. Via die site zoeken De Standaard en de Sociale InnovatieFabriek in samenwerking met Cera, de Koning Boudewijnstichting en IWT, dé Radicale Vernieuwers van Vlaanderen en Brussel.

De bedoeling is te achterhalen wie de innoverende burgers zijn en welke de trendsettende bedrijven zijn, aldus de website. Er is een wedstrijd aan gekoppeld, waarbij personen zichzelf kandidaat kunnen stellen met hun product of dienst. Ook is er de mogelijkheid anderen in te schrijven.

Een jury selecteert de meest opvallende voorbeelden, eind juni worden de winnaars bekendgemaakt en de prijzen uitgedeeld. De erkenning, media-aandacht, inspiratie, netwerkmomenten en een bootcamp behoren tot het prijzenpakket.

De mosterd voor dit initiatief werd bij twee buurlanden gehaald. In Nederland organiseert Kennisland met Vrij Nederland de Radicale Vernieuwers. In het Verenigd Koninkrijk is "Britain's 50 New Radicals", een organisatie van Nesta en The Observer, de tegenhanger.

Op de Vlaamse website van Radicale Vernieuwers vinden we zowel Vlaanderen als het Agentschap voor Innovatie door Wetenschap en Technologie (IWT) terug als partners.

1. a) Wat houdt het partnerschap van Vlaanderen en het IWT bij dit project in?
- b) Werden er (project)subsidies verdeeld voor dit initiatief vanuit de overheid? Indien ja, hoeveel bedragen die en voor welke concrete zaken werden ze vooropgesteld?
- c) Wat is de tijdsperiode voor de samenwerking?
- d) Welke ondersteuning gaat Vlaanderen achteraf bieden aan de winnende ondernemers en/of instellingen?

2. a) Welke concrete output beoogt dit initiatief?
b) Zijn er concrete doelstellingen geformuleerd?
3. a) Werd er voor het instappen als partner in dit project gekeken naar de evaluaties en de gerealiseerde output in het Verenigd Koninkrijk en Nederland?
b) Tot welke bevindingen is men daar gekomen?
c) Welke innovaties zijn daar door het project versterkt uitgekomen?
4. a) Kende het initiatief in het Verenigd Koninkrijk en Nederland, waarop deze Vlaamse versie gebaseerd werd, overheidssteun of kenden zij enkel private samenwerkingen?
b) Over welk bedrag of welke subsidie ging het daar?
c) Welke ondersteunende rol namen de overheidsdiensten van onze buurlanden op zich?

ANTWOORD

op vraag nr. 610 van 13 mei 2015

van **EMMILY TALPE**

1. a) De actie rond 'De Radicale Vernieuwers' sluit aan bij de basiswerking van 'De Sociale Innovatiefabriek vzw', gesubsidieerd door het Vlaams Gewest via het IWT. De Sociale Innovatiefabriek wordt erkend (en gesubsidieerd) als een Lichte Structuur (innovatieplatform) vanaf 1 januari 2013 tot en met 31 december 2016. De belangrijkste doelstelling hierbij is promotie en ondersteuning van sociaal ondernemerschap en sociale innovatie in functie van het oplossen van belangrijke maatschappelijke uitdagingen in Vlaanderen. De Sociale Innovatiefabriek vermeldt de subsidie vanwege de Vlaamse overheid en het IWT op deze projectwebsite, cfr. de afspraken in de steunovereenkomst. Dit gebeurt ook bij de andere projecten en initiatieven van De Sociale Innovatiefabriek.
- b) De Vlaamse overheid kent geen specifieke projectsubsidies toe aan de campagne van 'De Radicale Vernieuwers'. De Sociale Innovatiefabriek investeert personeelstijd. Deze personeelstijd is een onvankelijke kost voor de algemene subsidie aan De Sociale Innovatiefabriek aangezien ze past binnen hun opdracht om sociaal ondernemerschap en sociale innovatie te promoten. Deze wordt gesubsidieerd aan 80%. De cofinanciering gebeurt via private financiering. De inzet van De Sociale Innovatiefabriek wordt geraamd op een 60-tal dagen voor projectmanagement en een 40-tal dagen voor logistieke en secretariaatsondersteuning en projectsupervisie. Alle andere kosten (media-campagne, organisatie van het slotevenement en innovatiebootcamp) worden betaald door private partijen (De Standaard en de stichtingspartners die ook vermeld worden op de projectwebsite). Door de campagne is er niet enkel zichtbaarheid via De Standaard, maar blijkt dat ook radio en televisie meer aandacht besteden aan sociale innovatie en sociaal ondernemerschap. Deze redactionele interesse zorgt voor een groot bereik (met voor een relatief beperkte overheidsbijdrage).
- c) De Sociale Innovatiefabriek werkt samen met De Standaard en de stichtingspartners in het kader van de campagne die loopt van zaterdag 18 april 2015 tot en met het slotevenement op 25 juni 2015.
- d) Alle personen die een voorstel indienen dat voldoende sociaal innoverend is en gericht is op sociaal ondernemen krijgen een voorstel van begeleiding door De Sociale Innovatiefabriek. Dit begeleidingsmechanisme wordt op vandaag aangeboden aan alle actoren die op vernieuwende wijze op maatschappelijke verbetering inzetten. Nu reeds is gebleken dat de Sociale Innovatiefabriek in staat is jaarlijks zo'n 140 concepten een betekenisvolle begeleiding te geven (zonder media-campagne). Dit wordt toegankelijk voor actoren die ze voor deze campagne nog niet in begeleiding hadden. De begeleiding van de Sociale Innovatiefabriek werkt toe naar een versterkte (door)start via intakes, versterkingsessies, hulp bij partnersearch,... De 10 verkozen Radicale Vernieuwers krijgen bovendien, zoals het reglement vastlegt, media-aandacht en een innovatiebootcamp, georganiseerd door de Sociale Innovatiefabriek en vergoed door de stichtingspartners.

2. a) De Sociale Innovatiefabriek beoogt extra zichtbaarheid van haar werking, sociale innovatie en sociaal ondernemerschap in Vlaanderen. Sociale ondernemingen die recent opgestart zijn (al dan niet gesubsidieerd via een IWT-kmo-project of IWT-kmo- haalbaarheidsstudie) kunnen hun activiteiten bekend maken aan een breder publiek. Algemeen wordt verwacht dat er na de campagne een groter draagvlak is bij het brede publiek met verhoogde kansen voor startende ondernemers en innovatoren. Via deze campagne kan Vlaanderen kennis maken met een groot sociaal innoverend potentieel.
Wij hebben geen informatie over specifieke output beoogd door de private partners.
- b) De hoofddoelstelling is om via media aan Vlaanderen aan te tonen dat we allemaal baat hebben bij sociale innovatie en sociaal ondernemerschap.
De campagne moet een hefboomfunctie hebben voor startende sociaal ondernemers en innovatoren (kapitaal verwerven, klanten bereiken, ...). Het gaat namelijk om projecten van private ondernemers die economisch kunnen voortbestaan, onafhankelijk van overheidssubsidies. Het bereiken van klanten en investeerders zijn belangrijke elementen voor dergelijke startende ondernemingen.
3. a) Het IWT en de Vlaamse overheid zijn partners via De Sociale Innovatiefabriek. Deze heeft overleg gehad met zowel Nesta (UK) als Kennisland (NL) en kreeg inzage in de resultaten en het mediabereik. Dit overtuigde om ook in Vlaanderen op zoek te gaan naar media die dit mee kunnen realiseren.
- b) Er werd aangetoond dat visibiliteit resulteert in extra draagvlak en extra kansen voor startende sociale ondernemers en sociaal innovatoren. Er werd aangetoond dat extra begeleiding na de wedstrijd de kans op een succesvolle doorstart verhoogt.
- c) De innovaties van de campagnes in het buitenland zijn te raadplegen via hun websites: <http://www.vn.nl/Radicale-vernieuwers.htm> en <http://www.nesta.org.uk/news/new-radicals-2014>
4. a) Nesta (UK) en Kennisland (NI) zijn eveneens overheidsgesubsidieerde organisaties en hebben de campagne uitgevoerd via de samenwerking met een media-actor. Ook bij Nesta en Kennisland bleek dat de grootste kosten gedragen werden door de media (The Observer in het Verenigd Koninkrijk en Vrije Nederland in Nederland).
- b) Er werden geen specifieke subsidies toegekend voor de campagne.
- c) Zie antwoord op 4.a) en 4.b)