

# ИННОПРОМ-2011: ЧТО В НЁМ ГЛАВНОЕ И ИЗ ЧЕГО ОН СОСТОИТ

Подготовлено для  
Экспертного Совета «ИННОПРОМ»  
15 декабря 2010 г.  
Докладчик: Виталий Неделский

# Задача Экспертного Совета ИННОПРОМа

(из текста приглашения к участию):

"Формирование **концепции**,  
основных идей, определение  
ключевых участников выставки и  
форума на 2011 год..."

Контуры такой **концепции** – на слайдах этой  
презентации

# Итоги ИННОПРОМа-2010

- ИННОПРОМ-2010 был эффективным и оперативно организованным мероприятием на актуальную тему – в авангарде тренда на модернизацию.

Но... был ли успешен ИННОПРОМ-2010?

# Итоги ИННОПРОМа-2010

- ИННОПРОМ 2010 не принес значимого количества заключенных контрактов о внедрении новых технологий, коммерциализации научных разработок, инвестировании в стартапы.
- В ИННОПРОМ 2010 не участвовали западные компании, которые могут быть поставщиками технологий, необходимых для перевооружения отраслей и модернизации российской промышленности.

# Итоги ИННОПРОМа-2010

- Главной инновацией ИННОПРОМа 2010 стал сам ИННОПРОМ.
- Это – успех, но успех неожиданный. В том смысле, что главным (и неожиданным) итогом стала спонтанно реализовавшаяся когнитивная технология взаимодействия между людьми – **доверие** вместо **манипулирования**.
- В данном случае – возникло **доверие** между организаторами мероприятия и людьми, посетителями ИННОПРОМа (в том числе и прежде всего – в «народный день»).
- Люди **поверили**. Оказалось, людям не чужда тема модернизации и инноваций, они вполне «в тренде».
- Атмосферу **доверия** люди оценили как реальную инновацию, какой она, по сути, и является. **Доверие** (особенно в системе отношений **бизнес-власть-социум**) – социальная и когнитивная инновация для России

Утверждение:

**Доверие** – главная инновация и успех ИННОПРОМа 2010.

Вопрос:

Что будет главной инновацией, определяющей успех ИННОПРОМа 2011?

# Что будет главной инновацией ИННОПРОМа-2011?

Предлагаем осознанно перенести **смысл** ИННОПРОМа из узкой (и традиционной для российских региональных форумов) системы «власть – приближённые аналитики – аффилированные инвесторы» в широкую систему «бизнес – власть – социум».

# Что будет главной инновацией ИННОПРОМа-2011?

- Очевидно, что **атмосферу доверия** необходимо «закрепить» за брендом ИННОПРОМ.  
**Доверие** должно стать базисом.  
Но это уже не будет «инновация» как на ИННОПРОМе 2010.  
Необходимо развитие.
- Чтобы понять направление развития ИННОПРОМа как инновационного проекта, рассмотрим его **целевые аудитории (ЦА)** в системе «бизнес – власть – социум»  
и поймем, что они могут получить в результате своего участия в ИННОПРОМе.

**Целевые аудитории  
ИННОПРОМа и мероприятия  
в программе ИННОПРОМа,  
подходящие для решения их  
задач:**

(Цитируется по работе Ильи Удачина, опубликованной в  
<http://extremepro.livejournal.com/4106.html>)

# 1. Промышленные компании

Целевые аудитории ИННОПРОМа	Какие задачи решают на ИННОПРОМе	Каковы их целевые аудитории	Мероприятия в программе, подходящее для решения их задач
<b>1.1 Крупные российские компании</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- купить технологии для перевооружения (заимствование как основной путь модернизации);</li><li>- представить свои новые проекты руководству страны, руководству регионов, бизнесменам, населению («белая металлургия», новый реактор...)</li><li>- презентовать результаты внедрения заимствованных технологий;</li><li>- представить компанию как (мирового) лидера отрасли,</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 1-ые лица страны;</li><li>- власти регионов;</li><li>- бизнес-среда;</li><li>- западные компании, заинтересованные в продаже своих технологий;</li><li>- пресса;</li><li>- люди</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- <b>выставка технологий,</b></li><li>- <b>форум</b></li></ul>

# 1. Промышленные компании

Целевые аудитории ИННОПРОМа	Какие задачи решают на ИННОПРОМе	Каковы их целевые аудитории	Мероприятия в программе, подходящее для решения их задач
<b>1.2</b> <b>Крупные западные компании – владельцы технологий</b>	- продать технологии в Россию (Украину, Казахстан, другие страны бывшего СССР)	- крупные промышленные компании из России, Украины, Казахстана	- выставка технологий; - форум

# 1. Промышленные компании

Целевые аудитории ИННОПРОМа	Какие задачи решают на ИННОПРОМе	Каковы их целевые аудитории	Мероприятия в программе, подходящее для решения их задач
<b>1.3 Средние промышленные компании</b>	- представить результаты модернизации и внедрения инноваций;  - заключить сделки по продаже своей продукции, произведенной с помощью внедренных заимствований и инноваций	- B2B потребители их продукции	- выставка технологий; - форум

# 1. Промышленные компании

Целевые аудитории ИННОПРОМа	Какие задачи решают на ИННОПРОМе	Каковы их целевые аудитории	Мероприятия в программе, подходящее для решения их задач
<b>1.4</b> <b>Малые R&amp;D компании;</b> <b>R&amp;D подразделения</b> <b>крупных компаний</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- представить инновации – технологизированные и готовые к коммерческому использованию изобретения и открытия;</li><li>- изучить особенности спроса на свой новый инновационный продукт;</li><li>- заключить сделки по продаже своего инновационного продукта;</li><li>- привлечь инвестиции (только для малых R&amp;D</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- потребители инновационной продукции;</li><li>- ученые;</li><li>-</li><li>предприниматели</li><li>;</li><li>- инвестиционные фонды разного типа</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- выставка технологий (возможно, <b>специальная зона на выставке</b>);</li><li>- форум</li></ul>

## 2. IT и интернет бизнес

Целевые аудитории ИННОПРОМа	Какие задачи решают на ИННОПРОМе	Каковы их целевые аудитории	Мероприятия в программе, подходящее для решения их задач
<b>2.1 Стартапы в начальной фазе</b>	- найти инвесторов	- посевные фонды; - бизнес-ангелы; - венчурные фонды	- <b>Startup Point'ы</b> и <b>Startup Camp'ы</b> ; - <b>мастер-классы</b>

## 2. IT и интернет бизнес

Целевые аудитории ИННОПРОМа	Какие задачи решают на ИННОПРОМе	Каковы их целевые аудитории	Мероприятия в программе, подходящее для решения их задач
<b>2.2 Успешные компании, выросшие из стартапов</b>	<p>- представить продукт, производимый компанией: тиражируемое ПО; монетизируемый интернет-ресурс; приложения в соц. сетях;</p> <p>- найти инвесторов на следующие проекты компании.</p>	<p>- B2B потребители продуктов компании;</p> <p>- люди – пользователи продукта;</p> <p>- бизнес-ангелы;</p> <p>- венчурные фонды</p>	<p>- форум;</p> <p>- мастер-классы;</p> <p>- Startup Point'ы</p>

## 2. IT и интернет бизнес

Целевые аудитории ИННОПРОМа	Какие задачи решают на ИННОПРОМе	Каковы их целевые аудитории	Мероприятия в программе, подходящее для решения их задач
<b>2.3 Инвесторы в стартапы, фонды разных стадий</b>	- найти объект для инвестиций	- стартапы на разных стадиях развития	- форум; - мастер-классы; - Startup Point'ы и Startup Camp'ы;

### 3. B2C компании

Целевые аудитории ИННОПРОМа	Какие задачи решают на ИННОПРОМе	Каковы их целевые аудитории	Мероприятия в программе, подходящее для решения их задач
<b>3.1</b> <b>Уральские компании, производящие продукты и услуги для людей:</b> <b>пищевая, лёгкая промышленность;</b> <b>строительство;</b> <b>туризм,</b>	- презентовать свои разработки и инновационные продукты; - представить (и продать) людям вкусную еду, красивые вещи, удобное жилье, интересные маршруты путешествий, приятные принципы торговли	- люди – потребители продуктов и услуг компаний; - оптовые и розничные торговые компании	<b>- ВДНХ Урала</b>

## 4. ВУЗы

Целевые аудитории ИННОПРОМа	Какие задачи решают на ИННОПРОМе	Каковы их целевые аудитории	Мероприятия в программе, подходящее для решения их задач
<b>4.1 Университеты</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- продвинуть Университет как ключевое место подготовки инноваторов;</li><li>- продвинуть Университет как центр разработки инноваций в зоне своих ключевых тем и компетенций;</li><li>- закрепить за Университетом статус «кузницы» экспертов по актуальным темам;</li><li>- показать университет как «образ жизни», определяющий вектор развития страны</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- люди;</li><li>- компании;</li><li>- органы власти</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- выставка технологий;</li><li>- форум;</li><li>- <b>футурологический конгресс</b></li></ul>

## 5. Органы власти

Целевые аудитории ИННОПРОМа	Какие задачи решают на ИННОПРОМе	Каковы их целевые аудитории	Мероприятия в программе, подходящее для решения их задач
<b>5.1</b> <b>Руководство страны</b>	- иметь выставку технологий и форум мирового значения; - иметь площадку для подготовки <b>Большого Инфраструктурного Мегапроекта</b> , объединяющего людей, живущих в России; - выбрать и начать реализовывать Большой Инфраструктурный Мегапроект	- экспертные сообщества; - люди	- выставка технологий; - форум; - футурологический конгресс

## 5. Органы власти

Целевые аудитории ИННОПРОМа	Какие задачи решают на ИННОПРОМе	Каковы их целевые аудитории	Мероприятия в программе, подходящее для решения их задач
<p><b>5.2</b> <b>Руководство</b> <b>Свердловской области</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- привлечь инвестиции в экономику области;</li> <li>- стимулировать перевооружение отраслей промышленности через заимствование технологий;</li> <li>- создать и укрепить образ СО как интеллектуального лидера модернизации и инноваций;</li> <li>- поддерживать атмосферу доверия в системе бизнес-власть-социум, получать позитивный контакт с жителями региона;</li> <li>- предоставить свою работу</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- инвесторы;</li> <li>- руководство страны;</li> <li>- люди;</li> <li>- экспертные сообщества;</li> <li>- бизнес</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ВДНХ Урала;</li> <li>- выставка технологий;</li> <li>- форум;</li> <li>- футурологический конгресс</li> </ul>

## 5. Органы власти

Целевые аудитории ИННОПРОМа	Какие задачи решают на ИННОПРОМе	Каковы их целевые аудитории	Мероприятия в программе, подходящее для решения их задач
<b>5.3 Руководство других регионов</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- привлечь инвестиции в экономику региона;</li><li>- стимулировать перевооружение отраслей промышленности через заимствование технологий</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- инвесторы;</li><li>- руководство страны;</li><li>- экспертные сообщества;</li><li>- бизнес</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- ВДНХ Урала;</li><li>- выставка технологий;</li><li>- форум;</li><li>- футурологический конгресс</li></ul>

## 5. Органы власти

Целевые аудитории ИННОПРОМа	Какие задачи решают на ИННОПРОМе	Каковы их целевые аудитории	Мероприятия в программе, подходящее для решения их задач
<b>5.4 Руководство городов (муниципалитетов)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- презентовать свой город (муниципалитет) как «умную, лояльную к жителям среду для жизни»;</li><li>- представить свою работу руководству страны и региона, упрочить (или создать) положение «на хорошем счету»</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- руководство страны;</li><li>- руководство региона;</li><li>- люди;</li><li>- эксперты</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- ВДНХ Урала;</li><li>- выставка технологий;</li><li>- форум;</li><li>- футурологический конгресс;</li><li>- конкурс на «самую лояльную к жителям»</li></ul>

## 6. Самое главное - люди

Целевые аудитории и ИННОПРОМа	Какие задачи решают на ИННОПРОМе	Каковы их целевые аудитории	Мероприятия в программе, подходящее для решения их задач
<p><b>6.1 Жители города, региона</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- увидеть что-нибудь интересное, полезное; развлечься;</li> <li>- получить подтверждение, что объявленный курс на модернизацию (который их зацепил) действительно имеет место;</li> <li>- почувствовать себя жителем успешного и важного региона;</li> <li>- почувствовать себя жителем большой растущей мудрой страны;</li> <li>- осознать себя; повысить самоуважение, самооценку;</li> <li>- увидеть свой город (регион, страну), открытым миру;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- компании, производящие продукты и услуги для людей;</li> <li>- руководство страны, региона;</li> <li>- эксперты</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ВДНХ Урала;</li> <li>- выставка технологий;</li> <li>- конкурс на «самую лояльную к жителям среду для жизни»</li> </ul>

## 6. Самое главное - люди

Целевые аудитории ИННОПРОМа	Какие задачи решают на ИННОПРОМе	Каковы их целевые аудитории	Мероприятия в программе, подходящее для решения их задач
<b>6.2</b> <b>Эксперты</b> <b>и</b> <b>экспертные</b> <b>сообщества</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изучать и формировать тренды модернизации;</li> <li>- изучать и формировать тренды развития различных отраслей;</li> <li>- участвовать в постановке задач, разработке видения и обсуждении проектов модернизации России;</li> <li>- предложить Большой Инфраструктурный Мегапроект</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- экспертное сообщество;</li> <li>- руководство страны;</li> <li>- руководство регионов;</li> <li>- бизнес;</li> <li>- инвесторы;</li> <li>- люди</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- форум;</li> <li>- футурологический конгресс;</li> <li>- выставка технологий;</li> <li>- <b>мастер-класс «Уроки инноваторов»</b></li> </ul>

## 6. Самое главное - люди

Целевые аудитории ИННОПРО Ма	Какие задачи решают на ИННОПРОМе	Каковы их целевые аудитории	Мероприятия в программе, подходящее для решения их задач
<b>6.3 Люди творческих профессий</b>	- отрефлексировать региональную идентичность; изменения в мире, стране, городе; изменения в способах чувствовать и мыслить.	- люди; - эксперты; - инноваторы: ученые и предприниматели	- <b>арт-проекты,</b> - <b>литературная премия «Аэлита»</b>

## 6. Самое главное - люди

Целевые аудитории ИННОПРОМа	Какие задачи решают на ИННОПРОМе	Каковы их целевые аудитории	Мероприятия в программе, подходящее для решения их задач
<b>6.4 Интеллектуалы</b>	- получать новые идеи, открывать и вбирать новые смыслы; - участвовать в мероприятиях, расширяющих кругозор и распространяющих новые идеи.	- эксперты; - руководство страны и региона; - инноваторы: ученые и предприниматели	- футурологический конгресс; - <b>TEDx конференция</b> ; - <b>проект Печа-куча</b>

## 6. Самое главное - люди

Целевые аудитории ИННОПРОМа	Какие задачи решают на ИННОПРОМе	Каковы их целевые аудитории	Мероприятия в программе, подходящее для решения их задач
<b>6.5 Дети и их родители</b>	Чтоб детям было интересно и познавательно		<b>- детский тематический парк</b>

Рассмотрение целевых аудиторий ИННОПРОМа приводит к выводу о разнообразии необходимых мероприятий.

# Мероприятия – составные части ИННОПРОМа-2011

## 1. Выставка технологий, разделенная на 4-5 ключевых разделов

Цели выставки:

- заимствование технологий для перевооружения промышленности;
- коммерциализация изобретений и открытий (превращение изобретений в инновации);
- представление достижений российских инноваторов;
- презентация перевооружения предприятий.

# Мероприятия – составные части ИННОПРОМа-2011

## 2. Форум

Темы форума:

- темы основных разделов Выставки технологий;
- более общие вопросы осмысления и реализации модернизационных планов в России;
- социальные, гуманитарные и антропологические инновации;
- презентации проектов победителей Конкурса русских инноваций, включая мастер-класс «Уроки инноваторов».

## Мероприятия – составные части ИННОПРОМа-2011

### 3. Специальная зона на выставке для стендов малых R&D компаний

- Не все из инноваторов (тем более, если они еще не коммерциализировали свои разработки) смогут позволить себе большие выставочные блоки. Поэтому необходимо разработать систему более плотной презентации инноваций на стендах, так, чтобы малые R&D компании могли позволить себе участие в выставке.

# Мероприятия – составные части ИННОПРОМа-2011

## 4. Startup Point'ы и Startup Camp'ы

- Специальные мероприятия, характерные для IT-бизнеса.
- Организуются инвесторами в IT-стартапы с целью выделения потенциально коммерчески успешных проектов.

## 5. Мастер-классы в IT-зоне выставки технологий проводят успешные предприниматели, инвесторы разных раундов инвестиций, стартаперы, поднявшие денег через Startup Camp на предыдущем ИННОПРОМе.

# Мероприятия – составные части

## ИННОПРОМа-2011

### 6. ВДНХ Урала

- Главный инструмент поддержания атмосферы **доверия** между организаторами ИННОПРОМа и жителями города и региона.
- Необходимо теперь уже четко и осмысленно организовывать специально выделенную часть экспозиции выставки как **ВДНХ Урала**. Здесь ценны не инновационные изыски, а **атмосфера «полноты системы» - у нас всё есть, чтобы жить хорошо.**
- ВДНХ нужна именно всеуральская. Действуя в соответствии с девизом «Соединять!» как осознанным новым смыслом Урала, Свердловской области необходимо выступить лидером и объединителем Урала.
- Подробнее о новом смысле Урала см. здесь:

<http://extremenpro.livejournal.com/1912.html>

# Мероприятия – составные части

## ИННОПРОМа-2011

### 7. Футурологический конгресс

Перенести на площадку ИННОПРОМа футурологический конгресс, на котором обсуждаются идеи с горизонтом планирования 5-10 лет. Сейчас футурологический конгресс проводится ИНИОН РАН и спонсируется В.И.Якуниным.

- Задачей футурологического конгресса должно стать определение Большого Инфраструктурного Мегапроекта, который своей красотой, мощью, амбициозностью объединит жителей России.

### 8. Конкурс на «самую лояльную к жителям среду для жизни»

- Проводится между городами и муниципалитетами (вначале – уральскими, затем – российскими).

Необходимо разработать справедливые систему

# Мероприятия – составные части

## ИННОПРОМа-2011

### 9. Арт-проекты

- На ИННОПРОМ 2010 одним из самых заметных стендов была презентация Уральской индустриальной биеннале современного искусства. Необходимо и далее поддерживать связь ИННОПРОМа с актуальным искусством.

### 10. Литературная премия «Аэлита»

- Перевести на ИННОПРОМ ежегодный фестиваль научной фантастики «Аэлита», на котором присуждается старейшая (!) советско/российская **премия в области научной фантастики**. В рамках фестиваля — книжная ярмарка, встреча любимых авторов с благодарной публикой... В качестве награды для победителя — право составлять сценарий для следующего ИННОПРОМа

# Мероприятия – составные части

## ИННОПРОМа-2011

### 11. TEDx конференция, проект Печа-куча

- Проекты по распространению идей. Реализуются на основании франшизы.

Проводятся в период между ежегодными ИННОПРОМами.

### 12. Детский тематический парк

- Постоянно действующий проект.

Например, франшиза мексиканского по происхождению проекта KidZania .

Создание детского тематического парка KidZania в Екатеринбурге под эгидой бренда ИННОПРОМ позволит бренду постоянно встречаться со своими главными потребителями – активной частью населения, родителями детей в возрасте от 2 до 14

# Разнообразие необходимых мероприятий должно стать основной инновацией

## ИННОПРОМа 2011!

- Проведение отдельной выставки-ярмарки по типу Ганноверской ярмарки вряд ли даст яркий результат в современных российских условиях. Чёткая структура может сработать только в линейных, прогнозируемых условиях.
- Сейчас, когда страна проходит через точку бифуркации, необходимо извлекать пользу из турбулентности – «перемешивания» мероприятий под зонтиком одного, но главного смысла. Степень плотности главного смысла должна зашкаливать.
- По сути, ИННОПРОМ в ближайшие 3-5 лет сам должен стать одним из Больших Инфраструктурных Мегапроектов.

# **Разнообразиие необходимых мероприятий должно стать основной инновацией ИННОПРОМа 2011!**

- ИННОПРОМ, начиная с 2011 г., должен стать проектом международного значения.

Но с уральским акцентом.

- Поэтому инновацию ИННОПРОМа 2011 можно определить как проявление сути Урала, т.е. организовывать ИННОПРОМ 2011 в соответствии с максимой «Соединять!» - новый смысл Урала».

- Уточнение концепции по итогам работы Экспертного Совета «ИННОПРОМ» и разработка дорожной карты ИННОПРОМа 2011 может быть осуществлена в течение 1 месяца.
- СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!