



Water Research to Market : Raport Laymana wersja PL

Projekt Water Research to Market (2010-2013) miał za zadanie przygotowanie strategii mającej na celu przyspieszenie transferu wyników prac badawczych do praktyki. Podczas trzech lat trwania projektu, strategia działania została obmyślona tak aby zaprojektować narzędzia, które pozwoliły by na skrócenie czasu wprowadzenia produktu z realizowanych prac badawczych na rynek. Pierwsze miesiące projektu poświęcono na zdefiniować głównych pojęć takich jak : "output, produkt, potrzeby rynku, ryzyko wynikające z wprowadzania innowacji", po to aby przejść do metod używanych przy ocenie produktów końcowych projektów badawczych z wykorzystaniem narzędzi opracowanych w ramach tego projektu czyli REMAS oraz Business Case.

Od początku trwania projektu zidentyfikowano, wprowadzono do projektowej bazy danych oraz oceniono ponad 200 projektów badawczych realizowanych we współpracy międzynarodowej (szczegół europejski - projekty współfinansowane ze środków programu LIFE oraz Interreg) lub realizowanych na szczeblach krajowych (dla Francji, Polski, Hiszpanii i Rumunii).

1. Wstęp

Projekt WaterRtoM jest inicjatywą czterech partnerów: Międzynarodowego Biura Wody (OIEau) z Francji, firmy konsultingowej Amphos 21 z Hiszpanii, centrum szkoleniowego- Gdańskiej Fundacji Wody z Polski oraz , Fundacji CFPPDA z Rumunii. Działania projektu zostały przewidziane na okres 3 lat, począwszy od września 2010 r. do sierpnia 2013 roku. Projekt jest odpowiedzią na potrzebę przyspieszenia transferu wyników prac badawczych związanych z gospodarowaniem wodą, na rynek. Podjęte działanie winno skutkować zwiększeniem skuteczności wdrażania w krajach unijnych Ramowej Dyrektywy Wodnej oraz jej „siostrzanych” dyrektyw, w celu osiągnięcia dobrego statusu wód (good ecological status) oraz przygotowania planów ich przyszłościowego zagospodarowania.

2. Działania w ramach projektu

Działania w ramach projektu obejmowały identyfikację i selekcję projektów badawczych (finansowanych ze źródeł programów LIFE, INTERREG oraz krajowych środków finansowych), dotyczących tematyki gospodarki wodno-ściekowej oraz ochrony środowiska. Jednym z zadań stojących przed partnerami projektu WaterRtoM było opracowanie narzędzi (pliki Excel, Word) ułatwiających wyznaczanie okresu wprowadzenia efektów badań naukowych na rynek. Zaprojektowane i opracowane narzędzia zostały przetestowane na 82 przykładach produktów, dzięki czemu około 30 z nich (w terminologii projektu „success story”) znalazło swoich użytkowników końcowych, a tym samym, znalazły zastosowanie na rynku innowacji. Równie ważnym działaniem w ramach strategii promocyjnej projektu było budowanie relacji pomiędzy zespołami badawczymi czyli autorami technologii a użytkownikami końcowymi mającymi te technologie stosować. Budowanie takich relacji miało miejsce poprzez organizację i uczestnictwo w wydarzeniach branżowych, krajowych i regionalnych, podczas seminariów i szkoleń oraz poprzez e-infrastrukturę (e-seminaria, e-wyszukiwarkę, newslettery, stronę internetową). Do końcowych działań projektu należało zaprojektowanie, wydanie i rozpowszechnienie zbioru Wytycznych projektu WaterRtoM (guidelines). Wytyczne projektu WaterRTOM oparto na najlepszych praktykach, wypracowanych w trakcie trwania projektu przez jego partnerów. Ich stosowanie pozwoli na przyspieszenia transferu efektów prac badawczych związanych z gospodarką wodną do praktyki.

KOMITET ŁĄCZNIKOWY



PLATAFORMA
TECNOLOGICA
ESPAÑOLA DEL AGUA



Aby rozwinąć ściślejsze relacje pomiędzy naukowcami a praktykami, czyli tymi którzy są zainteresowani wdrożeniem do praktyki efektów badań naukowych został, w ramach projektu, utworzony Komitet Łącznikowy. W jego skład weszli wysokiej klasy eksperci reprezentujący znane w Europie instytucje i organizacje związane z gospodarką wodną – Technologiczna Platforma ‘Water Supply and Sanitation’, INBO - sieć zarządców zlewniami, stowarzyszenia: Languedoc-Roussillon “Cluster EAU”, Hiszpańska Platforma Technologiczna, Romanian Water Association, projekt TASK, Instytut Meteorologii i Gospodarki Wodnej oraz Enterprise Europe Network. Rolą Komitetu łącznikowego było wspieranie działań partnerów projektu w tworzeniu dobrych relacji pomiędzy naukowcami a potencjalnymi użytkownikami produktów prac naukowych (reprezentującymi min. małe i średnie przedsiębiorstwa) oraz pomoc w ocenie użyteczności rynkowej wybranych produktów z realizacji projektów badawczych.



Komitet Łącznikowy Targi EXPOAPA, Bukareszt, czerwiec 2011.

3. Produkty prac badawczych “outputy”

Osiągnięcia projektu po trzech latach działania:

- Zbudowano listę 200 produktów prac badawczych (EU, PL, ES, RO, FR) zidentyfikowanych na podstawie prowadzonych przez partnerów projektu baz danych projektów, stron internetowych ministerstw i instytucji finansujących badania (dla projektów krajowych), na podstawie tematycznych wydarzeń branżowych oraz na podstawie informacji udzielonych przez potencjalnych użytkowników końcowych.
 - Dla tych produktów, które spełniają kryteria ustanowione przez członków Komitetu Łącznikowego, 82 zostało zakwalifikowanych do dalszej analizy.
 - 30 z nich przeszło do końcowego etapu analizy jako “gotowe do użytkowania”, terminem tym określone zostały te produkty, które są w końcowej fazie przygotowania do wyjścia na rynek.
- Zaprojektowano zestaw narzędzi do analizy strategii rynkowej (opisane szerzej w Wytycznych projektowych):
Wspomniane już wcześniej narzędzia zostały opracowane w trakcie realizacji projektu, aby ułatwić analizę

produktu oraz samego rynku. Narzędzia te nie są publicznie dostępne, stanowią instrumenty wewnętrzne i są własnością projektu WaterRtoM.

- Opracowano Kodeks 10 najlepszych praktyk służących ułatwieniu transferu wiedzy o dostępności produktów prac badawczych (opis praktyk znajduje się w Wytycznych projektu WaterRtoM → www.waterrtom.eu)
- Wypromowano 12 “success stories”, czyli produktów, które poprzez działania promocyjne projektu znalazły swoje zastosowanie na rynku zarówno polskim jak i zagranicznym.
- Przygotowano dokument dotyczący business planu opisujący przyszłość projektu WaterRtoM jako odpłatną usługę, po zakończeniu finansowania z programu LIFE .

4. Narzędzia

4.1. Obserwacja rynku

„Permanent watching” czyli permanentna obserwacja rynku jest pierwszym etapem wyszukiwania określonych produktów prac badawczych i prowadzi bezpośrednio do dalszej ich analizy, przy pomocy narzędzi projektowych. Wynikiem tego działania jest stworzenie obszernej bazy danych zawierających nazwy produktów, adres strony internetowej, tematykę ich zastosowania oraz dane kontaktowe do autorów lub właścicieli. Partnerzy projektu, na podstawie stworzonej bazy oraz po kontakcie z właścicielami określają na jakim etapie jest dany produkt oraz czy ewentualnie podjęte działania promocyjne skutkować będą skróceniem etapu przygotowania produktu i przyspieszeniem jego wyjścia na rynek.

4.2. Narzędzia analityczne

ReMAs, Fact sheet, Business case

- REMAS to narzędzie systemowe pozwalające na ocenę produktów badań naukowych, w tym ich szans wejścia na rynek, ryzyka po stronie interesariuszy, przewidywanych kosztów wejścia na rynek oraz niezbędnych kroków celu osiągnięcia zamierzonego celu. W miejsce aspektów naukowych, które są uwzględnione jedynie w niewielkim stopniu, bierze się pod uwagę funkcjonalność danej innowacji z punktu widzenia potrzeb praktyków.

ReMAs		MARKS (no fractions)		
		1		
		problem will not	no expenses or	no risk of any delay
		0		
		problem does not	problem does not	problem does exist/ not
		-1		
		problem will	requires financial	risk of serious delay
Risk1	Economic aspects			
1	Rating (if it is necessary to get loan)	0	0	0
2	Obtaining additional donations	-1	1	1
3	Rates of exchange (EUR-3.777)	0	0	0
4	Relationship with partners	1	1	0
5	Personal costs (salary, trainings for employ	1	0	0
Risk2	Legal and political situation			
1	Political sympathy for the output	1	1	0
2	Current legal regulations	1	0	0
3	Upcoming legal regulations	1	0	0
4	Accomplishment of copyrights	1	0	0
5	Accomplishment of documents (licenses,	1	0	0
6	Accomplishment of insurance	0	0	0
Risk3	Technical aspects			
1	Organisation of output distribution	1	0	0
2	Organisation of trainings for prospective	1	-1	-1
3	Organisation of service and helpdesk	1	-1	0
4	Organisation of equipment (any, for	1	-1	0
5	Organisation of offices, storage rooms, etc.	1	0	0
6	Researches, tests	1	0	0
7	Translation of documents	0	0	0
8	Improvement of the output	0	0	0
9	Maintenance of the output	0	0	0
Risk4	Market			
1	Market needs regarding the output (current	1	0	0
2	Changeability of market needs (in relation to	1	0	0
3	Understanding of the output usage	0	0	0
4	Expansion to a wider area (technical,	1	0	0
5	Advertisement of the output	1	0	0
6	Negotiations with end-users, partners, etc.	0	0	0
7	Environmental effect of output usage	1	0	0

Narzędzie do analizy ReMAs

Ocena ryzyka dla produktu z punktu widzenia:

- Ekonomicznego
- Prawnego
- Technicznego/ Środowiskowego
- Marketingowego

Factsheet:



OUTPUT FACTSHEET TEMPLATE

EHREK: Ekohydrologiczna rekultywacja zbiorników rekreacyjnych „Arturówek” jako modelowe podejście do rekultywacji zbiorników miejskich

Ten dokument dostarcza informacji dotyczących potencjalnych możliwości wynikających z wejścia produktu na rynek.

OPIS PRODUKTU	Celem proponowanego projektu jest podjęcie kompleksowych działań w oparciu o podejście systemowe wykorzystujące koncepcję ekohydrologii dla rekultywacji zbiorników w Arturówku, służących jako jeden z podstawowych terenów rekreacyjnych dla miasta Łodzi. Projekt proponuje innowacyjne podejście w zakresie:
	-konsolidowania wiedzy dotyczącej funkcjonowania wodnych ekosystemów miejskich,
	-metod planowania i podejmowania decyzji w zarządzaniu ekosystemami wodnymi na terenach miejskich,
	-opracowanych i zastosowanych technologii ekohydrologicznych i ich synergii dla osiągnięcia celów wyznaczonych przez dyrektywy europejskie (Dyrektywa 2006/7/WE dotycząca zarządzania jakością wody w kąpieliskach, Ramowa Dyrektywa Wodna 2000/60/WE) oraz
	systemu szkoleń, rozpowszechnienia wiedzy i współpracy w oparciu o współdziałanie a ramach platformy Interregiustzy.

Narzędzie do analizy Factsheet:

Dokument ten jest szablonem do wypełnienia w oparciu o wyniki z pliku ReMAs. Dokument zawiera najbardziej podstawowe informacje o produkcie, które mogą być rozpowszechniane dalej. Autorzy/ właściciele produktu poproszeni są o sprawdzenie lub wypełnienie brakujących informacji, tak aby dokument był zgodny z ich potrzebami i zawierał jak najaktualniejsze informacje o produkcie.

Business case (BC)

Głównym celem działań zmierzających do kwalifikowania produktu do analizy BC jest:

- Dokonanie dogłębnej analizy wybranego produktu pod względem jego gotowości do wyjścia na rynek.

- Opisanie, kolejnych etapów służących rozpowszechnianiu innowacyjności oraz tworzeniu planu działania dotyczącego promocji produktu podczas targów, seminariów, szkoleń, itd.

ETAPY ANALIZY

- **Rozdział 1 & 2:**
Opis projektu, opis produktu
- **Rozdział 3:**
Funkcjonalność produktu
- **Rozdział 4:**
Dostępność informacji o produkcie
- **Rozdział 5:**
Sytuacja rynkowa, polityczna i społeczna
- **Rozdział 6, 7 & 8:**
Działania rynkowe niezbędne do osiągnięcia statusu Produktu
- **Rozdział 9:**
Analiza ekonomiczna
- **Rozdział 10:**
Szacowany czas potrzebny na przeprowadzenie procesu wprowadzania Produktu na rynek
- **Rozdział 11:**
Wskaźniki liczbowe z działalności projektu

4.3. Narzędzia promocyjne

Strategia Marketingowa, czyli zbiór narzędzi oraz działań promocyjnych, dotyczy organizowania działań takich jak giełdy współpracy, seminaria, konferencje oraz zespół przedsięwzięć w komunikacji drogą elektroniczną „e-infrastrukturę”. Ich celem jest zidentyfikowanie produktów będących atrakcyjnymi dla potencjalnych praktyków/ użytkowników końcowych oraz przekonanie ich do rozpowszechniania informacji o tych produktach w całym sektorze gospodarki wodno-ściekowej. Strategia promocji będzie składała się z następujących działań:

- Wydarzenia branżowe (ilość 16) : na ogół w formie warsztatów 1- lub 2-dniowych, organizowanych równolegle z innym regularnym wydarzeniem (POLLUTEC we Francji, IFAT w Niemczech, WODKAN w Polsce, doroczny Światowy Tydzień Wody w Szwecji, EXPOAPA w Rumunii, itp.) lub z konferencjami organizowanymi przez partnerów projektów i partnerów z wspomnianych wcześniej stowarzyszeń (jak np. doroczne spotkanie EURO-INBO).
- E-Targi : Wyszukiwarka E-targi służy znalezieniu zbiorów produktów badawczych wybranych przez ekspertów projektu, które już istnieją albo dopiero zaczynają pojawiać się na rynku. Jest to stała przestrzeń wirtualna dostępna bez konieczności wniesienia opłaty (choć z koniecznością dalszego skontaktowania się z zespołem projektu)
- Seminaria (ilość 15) : na ogół wydarzenia jednodniowe organizowane na poziomie lokalnym (krajowym lub regionalnym) ukierunkowane na jeden wybrany temat. Więcej informacji na temat organizowanych seminariów znajduje się na naszej stronie internetowej → www.waterrtom.eu
- E-Seminaria (ilość 9) : E-seminarium jest częścią strategii marketingowej projektu WaterRtoM, którego celem jest przyspieszenie transferu wyników badań naukowych do praktyki. Cele e-seminarium skupiają się na aktywnym informowaniu i promocji produktów z projektów badawczych tak aby zainteresować i przyciągnąć potencjalnych użytkowników końcowych, gotowych do ich wdrożenia. Dzięki swojej formie, e-seminaria są

dostępne zawsze i wszędzie, eliminują koszty podróży oraz koszty dodatkowe związane z bezpośrednim uczestnictwem w szkoleniach. Jest to na ogół szereg 2-godzinnych konferencji internetowych ukierunkowanych na jeden wybrany temat i powtarzanych w ciągu roku.

- 10 Newsletterów
- 15 artykułów w pismach branżowych

PROMOCJA:



KIELCE (PL), marzec 2012



EURO-INBO (Istanbul, TR), listopad 2012



Barcelona
czerwiec 2013

(SP),



POLEKO, listopad 2012



POLEKO, listopad 2012

2012/11/20

5. Water RtoM jako usługa

Zespół partnerów rozważa możliwość kontynuowania projektu WaterRtoM jako usługi, po zakończeniu otrzymywanego dofinansowania. W tym celu opracowane zostały różne przypadki marketingowe, zależne od dostępnych źródeł finansowania, na podstawie informacji pochodzących z przeprowadzonych ankiet oraz od interesariuszy utrzymujących stały kontakt. Przeprowadzone badania rynkowe pozwoliły również określić warunki konieczne dla finansowej opłacalności tej usługi.

Głównym celem „WaterRtoM” jako usługi jest zapewnienie :

- wsparcia przy rozpowszechnianiu produktów (metodologie, technologie,...) na skalę krajową oraz międzynarodową,
- narzędzi oraz metodologii koniecznej do przyspieszenie transferu wyników prac badawczych oraz innowacji na rynek
- zapewnienie pełnej akcji promocyjnej (organizacja i uczestnictwo w wydarzeniach branżowych, projektowanie narzędzi, gadżetów , dokumentów).

Głównym celem „WaterRtoM” jako usługi jest zapewnienie :

- wsparcia przy rozpowszechnianiu produktów (metodologie, technologie,...) na skalę krajową oraz międzynarodową,
- narzędzi oraz metodologii koniecznej do przyspieszenie transferu wyników prac badawczych oraz innowacji na rynek,
- zapewnienie pełnej akcji promocyjnej (organizacja i uczestnictwo w wydarzeniach branżowych, projektowanie narzędzi, gadżetów , dokumentów).

Przy tak ustanowionych celach, głównymi produktami wyżej wspomnianej usługi będą trzy rodzaje świadczonych zadań:

- ✓ **Ciągłe obserwowanie rynku :** Na życzenie/zlecenie klienta, po sprecyzowaniu rodzaju poszukiwanego produktu (na przykład: procedury laboratoryjne, oprogramowanie komputerowe, technologie) zleceniobiorca zakłada bazę danych w których umieszczane są potencjalne produkty spełniające, wcześniej określone a później sprawdzane przez zleceniodawcę, kryteria.
- ✓ **Obserwacja rynku wraz z pełną analizą produktu:** Powstała baza danych, będąca rezultatem wcześniejszej obserwacji rynku, poddana jest dalszej analizie - przy użyciu narzędzi zaprojektowanych podczas trwania WaterRtoM. Zleceniodawca, poprzez szczegółowe określenie kryteriów i parametrów produktu, ma wpływ na kształt narzędzia do analizy – dzięki czemu zyskuje większą kontrolę nad podjętym zleceniem,

- ✓ **Pakiet usług WaterRtoM:** Pełen pakiet usług oferowanych przez WaterRtoM, uwzględniający tworzenie bazy danych, analizę produktów z pomocą zaprojektowanych narzędzi, jak również aktywne rozpowszechnianie informacji o produkcie wraz z poszukiwaniem potencjalnych klientów oraz organizowaniem wydarzeń mających na celu promocję produktu (e-infrastruktura, seminaria, wydarzenia branżowe, itd.)

Aby uzyskać więcej informacji zapraszamy do kontaktu contact@waterrtom.eu

6. Podsumowanie

Projekt WaterRtoM ma na celu wprowadzenie dodatkowego etapu pomiędzy badaniami a istniejącymi systemami transferu technologii do Małych i Średnich Przedsiębiorstw (MŚP) polegające na aktywnym poszukiwaniu, ocenianiu i promowaniu produktów oraz wyników badań wśród tych firm i ich klientów. Ponieważ obecnie mniej niż 40% całości wód spełnia kryteria Dobrego Stanu Ekologicznego 2012 (Good Ecological Status 2012), konieczne jest więc stworzenie nowej wiedzy i innowacyjnych rozwiązań. Aby osiągnąć cele założone w polityce wodnej, wymaga się przeniesienia do praktyki produktów badań i badań pilotażowych szybciej niż kiedykolwiek wcześniej. Narzędzia do oceny strategii rynku, testowane są wspólnie z członkami Komitetu Łącznikowego (poprzez grupy dyskusyjne oraz osobiste konsultacje). Konsultacje te wzbogacają ReMAS o doświadczenia wynikające z punktu widzenia praktyków i instytucji zajmujących się SPI (Science Policy Interface). Przy wsparciu członków Komitetu Łącznikowego, ReMAS, Business Case oraz zespół przedsięwzięć „e-infrastruktura” poddawany był ciągłemu procesowi ulepszania wynikającego z ich uniwersalnego charakteru dopasowującego się do ocenianego projektu. Projekt WaterRtoM uczestniczył i organizował krajowe oraz międzynarodowe wydarzenia w celu promowania innowacyjnych produktów związanych z tematyką wodno-ściekową a także szeroko rozumianą tematyką ochrony środowiska. Jednym z efektów końcowych projektu WaterRtoM było zaprojektowanie i wydanie wytycznych mających za zadanie zapewnienie najlepszych, sprawdzonych praktyk w celu przyspieszenia transferu wyników badań badawczych związanych z zasobami wodnymi do praktyki na podstawie doświadczeń partnerów projektu, zdobytych w trakcie jego realizacji. Zebrane Wytyczne oferują perspektywę dla realiów panujących na krajowych rynkach wody czterech partnerów projektu. Powstałe Wytyczne przeznaczone są dla praktyków z sektora wodnego, jak również pracowników wodociągów, dostawców technologii, naukowców, podmiotów finansujących badania i instytucje transferu wiedzy, które są zaangażowane w proces zarządzania sektorem wodnym i dostępne są na stronie projektu → www.waterrtom.eu lub w bezpośrednim kontakcie z partnerami projektu. Wraz z zakończeniem okresu trwania projektu, partnerzy projektowi wyrazili chęć kontynuacji swoich działań w formie usług o różnych wariantach, bazujących na dotychczasowych doświadczeniach związanych z rozpoznawaniem, ocenianiem, rozpowszechnianiem i promocją produktów. Poza wytycznymi, WaterRtoM proponuje trzy różne usługi do wyboru, w zależności od potrzeb i charakteru potencjalnego klienta gdzie min. do wyboru są usługi częściowe polegające na tworzeniu bazy danych poszukiwanych produktów, analizowaniu ich za pomocą narzędzi ReMas oraz BC, jak również usługi kompletne: od tworzenia bazy danych poprzez analizę (za pomocą narzędzi projektowych) aż do samego rozpowszechniania informacji i akcji promocyjnych. Ze względu na brak dofinansowania na prowadzenie takiej działalności wszystkie usługi działałyby odpłatnie, ustalając stawki zależne od wielkości zlecenia.