



Inschrijvingsformulier

Digitaal opsturen naar info@thuisindestad.be
U krijgt een ontvangstmelding

Waarvoor dient dit formulier?

Met dit formulier dingt u mee naar de 'Thuis in de Stad'-prijs 2011, U kunt per stad één, twee of drie projecten indienen. Gebruik voor ieder ingediend stadsproject een nieuw formulier.

Aan wie bezorgt u dit formulier?

Verstuur dit formulier voor 10 oktober 2011 om 17.00 uur online naar info@thuisindestad.be

Waar vindt u meer informatie?

U vindt meer informatie op onze website thuisindestad.be.

Gegevens van de stad die het project indient

1 Vul hieronder de naam in van de stad die het project indient.

Stad Kortrijk

Gegevens van de contactpersoon van het project

2 Vul hieronder de gegevens in van de contactpersoon van het project.

voornaam en achternaam Marianne De Meyere

functie architect

straat en nummer Grote Markt 54

postnummer en gemeente 8500 Kortrijk

telefoon 056 27 70 32

faxnummer

e-mailadres marianne.demeyere@kortrijk.be

Gegevens van het project

3 Vul hieronder de gegevens in van het project.

naam Innovation Festival Kortrijk

startdatum dag maand jaar

einddatum dag maand jaar Met een verlenging tot en met 28 februari 2012

naam van de partners Vzw Designregio

In samenwerking met Howest University, Lokale industrieën, Buda Kunstencentrum, Academie (KASK), Interieur Foundation, Broelmuseum, vzw Bolwerk, ...

naam van de coördinator Marianne De Meyere

budget 650.000€

Er is een cofinanciering van Europa voorzien van 50% of 325.000€ en een subsidie van de provincie West-Vlaanderen van 15% op de activiteiten (geen personeelskosten).

4 Geef hieronder een korte beschrijving van het project.

Het project moet al gerealiseerd zijn of moet zo ver gevorderd zijn dat het op zijn waarde en effectiviteit beoordeeld kan worden. Het mag op 10 oktober 2011 niet meer dan twee jaar geleden gerealiseerd zijn.

Het Innovation Festival Kortrijk is een festival dat kadert in een Europees project 'Innovation and Novelty Exhibition for the POpulation' (INNOEXPO) – onder het specifieke programma 'Samenwerking tot uitvoering van het zevende kaderprogramma van de Europese Gemeenschap voor activiteiten op het gebied van onderzoek, technologische ontwikkeling en demonstratie (2007-2013)'.

Naast Kortrijk organiseren ook Barcelona (22 oktober- 22 november 2009), Milaan (6-11 oktober 2010), Lissabon (19 november-12 december 2010), Vilnius (7-14 mei 2011), Tallinn (16-25 september 2011) een Innovation Festival onder de titel What IF... doelend op innovatieve mogelijkheden die de toekomst op een positieve manier kunnen beïnvloeden.

De uniforme What IF communicatie ontworpen door het communicatie bureau DieTwee uit Nederland zet aan tot creatief nadenken over de toekomst.

In oktober 2010 is in Kortrijk het Innovation Festival (IF) georganiseerd. Het programma sloot aan met de Interieur Biënnale 2010 en liep van 8 tot 25 oktober 2010.

What IF Kortrijk ...

Tijdens het Innovation Festival zijn Kortrijk en de regio in de ban gebracht van design, creatie en innovatie. Iedereen van jong tot oud, werd betrokken in de boeiende wereld van innovatie en creatie. De bedoeling is geweest om er een 'people' festival van te maken met internationale uitstraling. Er is daarbij beroep gedaan op creatieve ideeën van de bewoners van de regio Kortrijk door middel van een oproep tot het bedenken van innovatieve concepten. Dat kon gaan van een nieuw product in de aard van het TV programma 'de bedenkers' tot bijvoorbeeld een voorstel om in een woonwijk een tijdelijk openlucht cinema te bouwen. Uitgaand van het Europees basisconcept What IF... is op 25 maart 2010 gestart met een campagne om de bevolking aan te zetten tot creatief denken. Slogans als 'What IF... Wat als... internet niet bestond?', 'What IF... Wat als... auto's schietstoelen zouden hebben?', 'What IF... Wat als... je niet zou moeten kiezen?', 'What IF... Wat als... het ideeën zou regenen?', 'What IF... Wat als... je alle hebt gedroomd?', enz. ... zette de regio Kortrijk aan tot nadenken over innovatie en vormgeving.

Door middel van een doelgerichte oproep via een babbelbox, de lokale pers, websites, facebook, twitter en affichering in creatieve centra en scholen kwamen tegen 1 juni een bulk aan nieuwe ideeën en concepten binnen, waarvan er een vijftigtal geselecteerd werden en door de studenten van Howest verder vorm gegeven. Daarnaast werd een tentoonstelling opgezet, een dubbel IF Lab en een meeting point waar zowel de bevolking, de bezoekers van de Biënnale Interieur 10 als de industrie kennis kon maken met design als methode.

Van design als vorm naar design als denkproces

De voorbije 25 jaar heeft design vooral een rol vervuld als zingever door middel van zijn vorm. In tijden van crisis wordt duidelijk dat de werkelijke meerwaarde van design in het denkproces zit en niet in de statuswaarde. De veranderde maatschappij evolueert zo snel dat de consument en producent nood heeft aan nieuwe inzichten. De nieuwe manier van denken over productie en consumptie vraagt informatie en ervaring. Door middel van een tentoonstelling, lezingen en workshops hebben we het nieuwe, creatieve design-denken aan het brede publiek en de specialisten op een zo helder mogelijke manier voorgesteld. Daarnaast hebben we aan de hand van de doe-oproep mensen aangezet tot creatie en reflectie. In de What IF labs kon dan tijdens het Innovation Festival geëxperimenteerd worden met de steeds groter wordende mogelijkheden van rapid prototypen, experimenteren en storytelling, drie basis ingrediënten van het nieuwe design-denken.

Participatief ontwerp/Open design

Thomas Lommee en Christiane Hoegner hebben tijdens het Innovation Festival een tijdelijk ontwerplaboratorium gebouwd in de Budascoop, met uitlopers in de Paardenstallen van het Broelmuseum en in de Budatoren. Aan de hand van een actieve tentoonstelling visualiseerden ze het nieuwe design-denken. Door middel van foto's, tentoongestelde elementen en participatieve ontwikkelingen werd het de bezoeker duidelijk waar design vandaag voor kan staan. Vanuit het meeting point werden lezingen georganiseerd voor specialisten, bezoekers van Interieur en studenten. Brainstorm sessies met designers van de lokale bedrijven hebben geleid tot nieuwe concepten. Workshops met kinderen, studenten en designers werden gekoppeld aan de door

Lomme en Hoegner voorgestelde thema's. De groeiende resultaten van het participatief labo werden dagelijks in de Paardenstallen van het Broelmuseum geplaatst. De bezoekers werden 'getriggerd' om op zowel een passieve als actieve manier deel te nemen.

Passief: het bekijken en betasten van de reeds realiserde objecten.

Actief: zelf tot het ontwerpen overgaan.

De Buda-site werd het kloppende hart van het Innovation Festival en liet met zijn gelaagdheid en laagdrempeligheid zowel stad als industrie kennismaken met de toekomst van design.

5. **Beschrijf de rol van de stad in de realisatie van het ingediende project?**

De creatieve en innovatieve potentie die we hier in de regio hebben, werd door de stad gepromoot en optimaal in de kijker gezet. Om deze doelstelling te bereiken werden er een aantal evenementen en activiteiten georganiseerd en in het programma opgenomen.

De Strategische Cel van de stad Kortrijk stond in voor de projectcoördinatie maar coördineerde ook de samenwerking met de verschillende diensten /directies qua inzet van materiaal, ruimtes en personeel.

Specifieke activiteiten werden georganiseerd vanuit de stad: openingsevent met receptie, gekoppeld aan het Europees voorzitterschap, ontvangst Europese delegatie, tentoonstellingen, 250 jaar KASK - het luik toekomst, ...

Andere activiteiten werden georganiseerd in samenwerking met de lokale en regionale partners (zie punt 14).

6 **Kruis hieronder de twee hoofdaspecten aan waarop het project betrekking heeft.**

de huisvesting in de stad

de stedelijke ruimte

de mobiliteit in de stad

het leefmilieu in de stad

de plaatselijke economie

de sociale cohesie in de stad

de cultuurbeleving in de stad

het democratisch besturen van de stad

andere, namelijk:

Innovatie in de stad voor het brede publiek

7 **Geef kort de karakteristieken weer, indien het project zich uitdrukkelijk richt tot een bepaalde buurt of doelgroep.**

Het festival was opgebouwd rond vier topics: Het openingsfeest op 8 oktober, de IF Factory als contact punt, het IF Lab waar ideeën werden uitgewerkt en de Interieur Biënnale 2010.

- De **officiële opening** van het Innovation Festival Kortrijk vond plaats op vrijdag 8 oktober in de Budascoop. De aanzet werd gegeven met de presentatie van de 3de editie van Design X50 gevolgd door een openingsdebat met de waarnemende burgemeester Lieven Lybeer en Dhr. Büscher, hoofd van de afdeling innovatie van de Europese Commissie. Na een toelichting over "Territorial Design" van gastspreker Alexander D'Hooghe werd het festival officieel gestart door Stefaan De Clerck, president Designregio. Het officieel gedeelte werd gevolgd door een receptie i.s.m. Archipel, waarop lokale en internationale partners waren uitgenodigd. De doelgroep bestond uit beleidsactoren en partners van het project.
 - Voor de **IF Factory** werd de Budascoop gekozen als centrale plaats waar alle ontmoetingen en activiteiten plaatsvonden zowel voor de Kortrijkzaan als de interieurbezoeker, voor zowel de student, de doe-het-zelver als de ondernemer. Het bood ruimte aan tentoonstellingen, lezingen en workshops.
 - o De tentoonstelling van Thomas Lomme "Yes! We're open! - Open Design for sustainable innovation" toonde hoe het ontwerp- en productieproces een enorme verandering ondergaat
-
-

door de steeds groter wordende inbreng van de consument. Door het internet en het gemak waarop informatie gedeeld wordt, is de consument als het ware steeds meer producent. De tentoonstelling analyseerde en illustreerde dit nieuwe Open Design denken.

- o Workshops: Specifiek voor kinderen werden workshops aangeboden over duurzame energiebronnen en afvalbeheer, gekoppeld aan een actieve architecturale wandeling door Kortrijk. De workshops vonden plaats in de Budascoop en de Bluub, een mobiele ruimte geplaatst op de Grote Markt die kinderen initieert in kunst, architectuur en stadsplanning. Het Gentse Timelab demonstreerde enkele mogelijkheden waartoe het open source denken kan leiden. Gamelab liet studenten nieuwe computer spelen ontwikkelen waarbij duurzaamheid in elk aspect centraal stond.
- o Pers voorstellingen, lezingen en activiteiten zoals de prijsuitreiking van de mini-ondernemingen, Buda Libre XL, de uitreiking van de Innovation Award, de rondleiding van een delegatie van de Europese Commissie en het slotevent werden eveneens georganiseerd.

De doelgroep was divers maar per evenement of activiteit is gedacht om een specifieke doelgroep te kunnen aanspreken. Zo waren er workshops specifiek voor kinderen en jongeren en was de tentoonstelling voor de inwoners van Kortrijk of bezoekers, ... Het programma is zo opgebouwd dat een zo breed mogelijk publiek bereikt werd.

- Voor het **IF Lab** werd vanaf april een open oproep What IF ... (Wat als ...) gelanceerd waarop iedereen een idee kon indienen. Van de 120 ideeën werd tijdens de Week v/h Ontwerpen, op de IF-day, de 40 weerhouden ideeën gekoppeld aan een bachelor en master student IPO. De ideeën werden samen met de bedenkers besproken en tijdens het IF Kortrijk uitgewerkt in prototypes. Door middel van live streaming konden bezoekers van de Budascoop de studenten aan het werk zien. Het uiteindelijk resultaat werd tentoongesteld in de Paardenstallen. Op de laatste dag werden de drie winnaars bekendgemaakt die mogen deelnemen aan de internationale IF competitie in Tallinn. De doelgroep was de inwoners van Kortrijk en omstreken zowel jong als oud.
- Op de **Interieur Biënnale 2010** was naast de tentoonstelling van Design X50, ruimte voor het Innovation Festival Kortrijk. Op de stand werden de bezoekers van de biënnale geïnformeerd over het programma, met de speciale DAMn° editie, en kregen zo de kans om de binnenstad alsook de activiteiten in de Budascoop te ontdekken. De doelgroep was de professional of toevallige bezoeker die een participatieve dimensie wilde ontdekken.

8 Wat zijn de beoogde effecten van het project?

Het objectief van het project is 'bring innovation to the citizens, by showcasing regional excellence and innovativeness'.

Met de organisatie van een Innovation Festival wilden we het brede publiek kennis laten maken met producten, diensten, ondernemingen en realisaties uit de regio die innovatief, creatief en duurzaam zijn. De doelgroep was niet enkel de professionals en de ondernemers maar alle burgers en vooral jongeren en studenten. Tezelfdertijd kan de creatieve en innovatieve potentie die we hier in de regio hebben gepromoot en optimaal gestimuleerd worden.

9 In welke mate zijn de beoogde effecten van het project gerealiseerd?

Het doel om zoveel mogelijk mensen te bereiken voor een project die doorgaans een exclusief publiek aanspreekt, is zeker geslaagd. Door doeltreffend de mogelijkheden van communicatie te gebruiken en door de intensieve samenwerking met Howest hebben we zeker het beoogde effect bereikt.

10 Op welke manier werden diverse beleidsdomeinen in het project geïntegreerd?

Vanuit de Strategische Cel werden verschillende beleidsdomeinen betrokken:

- Onderwijs: intense samenwerking met verschillende scholen, zoals workshops en lezingen in het KASK en vooral Howest voor het IF Lab, lager onderwijs via workshops, studenten via de lezingen, ...
 - Economie: bedrijven en KMO's werden betrokken bij de workshops en lezingen, bij de opstelling en materiaalgebruik van de tentoonstelling van Thomas Lommee, bij de uitwerking van prototypes voor het IF Lab, ...
 - Cultureel: de opzet van de tentoonstelling van Thomas Lomme in Buda, het IF Lab in de Paardenstallen van het Broelmuseum, de verschillende galerijen verspreid over de stad met een tentoonstelling aansluitend op IF, ...
 - Sociaal: samenwerking met vzw's, zoals de vzw Bolwerk voor de realisatie van een idee van het IF Lab, vrijwilligers als gids bij de tentoonstelling, de jeugdvereniging Scouts voor de logistieke ondersteuning, ...
 - City-marketing: de hele stad en regio werd ondergedompeld in het IF gebeuren door een sterke communicatie die perfect aansloot met de internationale communicatie van de Biënnale Interieur 10.
-

11 In welke mate is het project innovierend en draagt het bij tot stedelijkheid?

De stad Kortrijk en de initiatieven die genomen worden om zich als stad van Creatie, Innovatie en Design te positioneren, krijgen hier optimaal de kans. Tevens bood ons dat de kans om ons netwerk te verstevigen en om te komen tot nieuwe samenwerkingen rond innovatie.

De georganiseerde evenementen hebben het brede publiek aangetrokken, dus zowel de burgers, ondernemingen, publieke en financiële instellingen, scholen, universiteiten en hogescholen, ...

Aan de bezoekers van de evenementen en de deelnemers aan de activiteiten werd de kans geboden om in aanraking te komen met innovatie uit de regio. Het bood ook de kans om tot een dialoog te komen en netwerken uit te bouwen. De bestaande samenwerking werd gestimuleerd maar leidde ook tot nieuwe vormen van samenwerking rond innovatie.

De Interieur Biënnale 2010 is al verschillende keren georganiseerd, is internationaal gekend en zeer succesvol. Maar nog nooit is het brede publiek op een zo intensieve manier betrokken geworden met een evenement dat meestal maar een zeer specifieke doelgroep bereikt.

Het project was innovierend niet enkel omdat het over innovatie ging maar ook omdat voor de eerste keer vanuit de stad acties werden ondernomen om er een 'people' festival van te maken.

12 Beschrijf waarom en op welke wijze dit project inspirerend kan zijn voor andere projecten?

Het project leek ogenschijnlijk niet gemakkelijk om participatief uit te werken en om dus het brede publiek, inwoners, bezoekers en anderzijds ook professionals, ... te bereiken. Het tegendeel is bewezen. Met de uitbouw van het IF Lab, onderdeel van het project is het festival zeer participatief gebleken. Het toont aan dat creativiteit en innovatie uiteindelijk iedereen (zowel jong als oud, zowel professional als niet, want we kregen ideeën binnen van een zeer divers publiek) aanspreekt en dat een rechtstreekse input van bewoners ook op dat gebied tot boeiende resultaten en samenwerkingen kan leiden.

13 Op welke wijze werd de bevolking betrokken bij de voorbereiding en de realisatie van het project?

Voor het IF Lab werd vanaf april 2010 een open oproep What IF... (Wat als...) gelanceerd waarop iedereen een idee kan indienen. Voor de open oproep werden verschillende kanalen gebruikt. Scholen werden rechtstreeks benaderd, ludieke labels werden aan de fietsen in de verschillende fietsstallingen in de stad gehangen, een eerste suggestieve posters werden in de regio verspreid, ...

Aangezien het IF Lab als rode draad doorheen het festival liep (voorstelling van de 40 geselecteerde ideeën tijdens de Week v/h Ontwerpen, ontwikkeling van de ideeën door de studenten Howest en streaming van de beelden, tentoonstelling van de 40 ontwikkelde ideeën, selectie van de 3 beste ideeën) was de bevolking van voor tot na het festival betrokken.

14 Wie waren de betrokken partners en wat was hun rol en aandeel in het project?

Geef aan of het om een horizontaal (publiek – publiek; publiek – privé) of verticaal (federale, regionale, lokale overheden) partnerschap gaat.

Zowel horizontaal (sterke betrokkenheid van de burger met de uitwerking van het IF Lab) als verticaal partnerschap (hoge betrokkenheid van de Europese commissie en de provincie West-Vlaanderen).

De betrokken partners zijn:

- **Lokale industrieën:** Verschillende bedrijven zoals Apple, Indie-meubels, byAMT, Extremis, ... werden gevraagd om op een actieve manier deel te nemen aan het open ontwerp laboratorium van Thomas Lomme en meer bepaald door het leveren van onderdelen van producten voor de workshops en de tentoonstelling. Ook voor het realiseren van een aantal ideeën van de IF competitie, als spreker voor workshops en voor de tentoonstelling Design X50 (innovatieve producten van lokale industriële bedrijven werden tentoongesteld) zijn bedrijven aangesproken.

- Lokale en kleine bedrijven en vzw's:

- Gallery X5: 5 galeries (Coup de foudre-, D-Galerie Art House, Galerie Gyselinck, Galerie Cellaar en Benedengalerie) uit Kortrijk werkten tezamen en organiseerden tentoonstellingen en nocturnes in het kader van IF Kortrijk.
- Innovatie in de detailhandel in samenwerking met K in Kortrijk en het Handel district Kortrijk: Near Field Communication, 3D, Virtuele portemonnee, spaarpunten op uw mobiele telefoon ... Dit is slechts een deel van de recente technologieën in de detailhandel. Een demonstratie is gegeven van deze verschillende technologische toepassingen, marketing tools die noodzakelijk worden in de sector van de detailhandel, vandaag en morgen ...
- Bolwerk vzw: Bolwerk is een platform van creativiteit die workshops over textiel, muziek en theater ondersteunt. Uniek is dat zij textiel workshops voor allochtone meisjes organiseren. Eén idee "Meer morsen, minder wassen?" van de IF competitie wordt samen met de bedenker Ester Stevesyns door hen uitgewerkt.
- Studio Basta: Een tweede idee werd bedacht en uitgevoerd door Studio Basta. Als tuin- en landschapsarchitecten voelen zij zich de tussenpersoon tussen de inwoners van Kortrijk en de ruimte. Met een "groene straatkar" wilden ze een impuls geven aan het grijze straatbeeld om tot vergroening, een gezellige straat met "tegel"tuinen te komen.
- Steyt Pena: Een derde idee werd uitgewerkt door Steyt Pena en bestond uit het maken van 'dia' een open

source magazine over Kortrijk en de innovatieve betrokkenheid van de inwoners.

- **Intrastructures:** Intrastructures is een pragmatische utopisch ontwerp studio van Thomas Lommee die modellen, gereedschappen en producten genereert voor de sociale en ecologische gebruik. De tentoonstelling "Yes! We're open!" van Thomas Lommee toonde een visie op Open Design door het tentoonstellen van producten, diensten en systemen die bedacht, ontworpen, geproduceerd, verkocht, verbruikt of gerecycleerd zijn in een netwerk.
- **Timelab vzw:** Timelab herbergt een FabLab in Gent en tijdens IF Kortrijk resideerde Timelab tijdelijk in de Budascoop. Tijdens de demo's en workshops werd rapid prototyping en 3D printen toegelicht en werden allerlei gereedschappen, oude en nieuwe technieken en DIY machines onderzocht volgens de methode van open source (samenwerking en gedeelde kennis kunnen inspireren en stimuleren tot creatie en innovatie).
- **Eurowheels vzw (Gamelab):** Het Innovatie Festival en EW32 dompelde 70 studenten in een 'real life game'. Onder begeleiding werd op zoek gegaan naar een concept van een 'Serious Urban Game'. Dit is een spel waarin jongeren oplossingen moesten zoeken door gebruik te maken van moderne technologie en communicatiemiddelen (blogs, films, facebook, mobiele toepassingen, GPS, ...). Op het einde van de workshop werd het best ontwikkelde spel geselecteerd.
- **Science Planet vzw:** Organiseert workshops over duurzaamheid en wil de interesse voor wetenschap en techniek bevorderen bij kinderen. Tijdens het IF Kortrijk kwamen workshops over duurzame energiebronnen, afvalbeheer aan bod en werd dit gecombineerd met een actieve wandeling langsheen architecturale hoogstandjes in Kortrijk.
- **BLUUB vzw:** Is een mobiele centrum voor kunst en architectuur voor kinderen en hun ouders waarin een veelheid van workshops worden georganiseerd. Tijdens het festival werd de BLUUB gebruikt als plaats voor workshops maar ook als aantrekker/link met het IF Kortrijk in de Budascoop.
- **Impe Catering nv:** Verzorgde de catering voor alle evenementen tijdens het Innovatie Festival Kortrijk.

- **Media:**

- **OWI:** Is een kantoor van woord en beeld en is gespecialiseerd in volledige reportages, met inbegrip van tekst en afbeeldingen op het gebied van architectuur en interieur. Voor de IF Kortrijk werden 517 contactpersonen aangesproken en kregen 988 nationale en internationale relaties het persbericht en de uitnodiging van het festival.
- **DAMn °:** Is een tweemaandelijks magazine over hedendaagse cultuur met een speciale editie voor de Interieur Biënnale. In de editie van 2010 werd het programma van IF Kortrijk geïntegreerd in de speciale uitgave. Voor de IF Kortrijk werden 10.000 edities verdeeld.
- **Roularta Media Group:** In diverse edities van tijdschriften en kranten (week en weekend edities: Zondagskrant, Streekkrant, Weekend Knack) werden verschillende artikels opgenomen.
- **VAR:** Om het festival kenbaar te maken aan het grote publiek werden 31 radiospots op de Belgische radio - radio 1 voor en tijdens het festival uitgezonden.

- **Buda AGB:** De Budascoop was de bruisende ontmoetingsplaats van de Innovatie Festival en bood ruimte voor de tentoonstelling, lezingen, workshops en de verschillende evenementen. Voor de start van het IF werden de centrale ruimte en de bar opgefrist. Kleuren en materialen werden gekozen in samenwerking met Thomas Lommee om het thema van duurzame innovatie te accentueren.

- **Academie van Kortrijk (KASK):** Een aantal activiteiten die werden georganiseerd door het KASK in het kader van het 250 jaar werden opgenomen in het programma van het IF Kortrijk. Studenten van de academie werden in een workshop geïnspireerd door de nieuwe media en de virtuele wereld van Rapid Prototyping. Tegelijkertijd was er een tentoonstelling over Rapid Prototyping in samenwerking met mATX, een debat over kunst versus economie in samenwerking met Art Economie en futuroloog - trendwatcher Herman Konings vertelde over de toekomst en ontwikkelingen in de maatschappij.

- **Interieur Foundation:** Het samenvallen van het Innovation Festival met de Interieur Biënnale 2010 was een vereiste van het Europese project. De biënnale toont het nieuwste in de hedendaagse design en samen met de lezingen worden bezoekers aangetrokken van over heel de wereld. Met een standplaats van het IF Kortrijk op de biënnale kon info en documentatie over de activiteiten in de Budascoop gegeven worden aan de bezoeker. Ook de Europese context werd duidelijk aangetoond. De IF-stand was gelegen naast de tentoonstelling van DesignX50.

- **Howest / Industrial Design Centre:** Tijdens de Week v/h Ontwerpen op 23 juni 2010, werd een speciale IF-dag georganiseerd om de geselecteerde ideeën te matchen met studenten IPO van Howest. In het IF lab werden de 40 ideeën uitgewerkt in prototypes. Tijdens het festival kon iedereen vanuit de Budascoop de studenten aan het werk zien in het IF Lab en was men in staat om de ontwikkeling te volgen door live streaming. Prototypes werden in de tweede week van het festival tentoongesteld in de IF Factory (Budascoop & Paardenstallen).

- **Leiedal:** Een 2-daagse internationaal congres met workshops over de relatie tussen de stedelijke / regionale ontwikkeling, creativiteit en ruimte werd georganiseerd door Leiedal. Het bracht deskundigen, bedrijven en steden tezamen binnen het netwerk van Interreg IVB North Sea project "Creative City Challenge" en Eurotowns met als doel steden en regio's te inspireren. De conferentie werd opgenomen in het programma van het IF Kortrijk.

- **VOKA:** Een workshop "Groeï door design management", met praktijkvoorbeelden over "merk"management, de perceptie van de klant en zakelijke omgeving, werd georganiseerd door Voka ism Flanders InShape. De prijsuitreiking van de Innovatieve miniononderneming, die een link legt tussen onderwijs en bedrijfsleven, ging door tijdens het IF Kortrijk in de Budascoop.

- **Designregio vzw:** Als subcontractor van de stad Kortrijk stond Designregio in voor de organisatie van de communicatie campagne, het samenstellen van het programma en het uitvoeren van een aantal specifieke operationele taken (zoals de begeleiding van de tentoonstelling, contacten leggen met de verschillende partners, ...).

Een Buda Libre XL werd i.s.m. met Buda Kunstencentrum georganiseerd waarbij de formule van "netwerk evenement tijdens een one-night cafe" perfect aansloot met de IF Kortrijk gebeuren.

15 Hoe werd het project bekendgemaakt?

Voor de **communicatie** van het festival is beroep gedaan op diverse communicatiemiddelen en mediakanalen.

Een uniforme What IF... communicatie is ontworpen voor de festivals van het Europese project door het communicatie bureau DieTwee uit Nederland (corporate identity). Binnen het uniforme, Europese What IF ... concept is het communicatieplan voor het festival in Kortrijk opgemaakt. Voor de verspreiding van de info over het festival werden zowel het lokale netwerk (krant, tijdschriften, televisie & radio, ..) en diverse websites aangesproken. Ook het netwerk van de partners van het project en dat van de Europese Commissie werden aangesproken. Ook is er aandacht besteed aan de visualisering in het straatbeeld (banners, affiches, bus, flyers, ludieke acties, ...).

- De communicatie is gestart met de teasing door het verspreiden van posters, het brengen van een promofilm en de opstart van een website en facebookpagina (van 1 tot en met 15 april 2010).
 - Daaropvolgend werd een open oproep What IF ... gelanceerd om ideeën en voorstellen van burgers te ontvangen. Om een grote betrokkenheid bij de burgers teweeg te brengen werd een babbelbox geïnstalleerd in de bibliotheek en werden posters en hangers verspreid. Op de IF-dag, georganiseerd tijdens de Week v/h Ontwerpen, werd de tweede fase van het communicatieplan afgerond (van 15 april tot half juni 2010).
 - Intussen kreeg het IF Lab vorm en startte na de zomervakantie de eigenlijke campagne met pers ontmoetingen, artikels in de stadskrant en kranten, mailing, newsletters, TV en radio, posters, bus posters, vlaggen, stickers, postkaarten, flyers, ... (van 1 september tot in oktober 2010).
-
-
-

16 Vermeld hieronder eventuele andere elementen die uw kandidatuur kunnen ondersteunen, bijvoorbeeld een onafhankelijke evaluatie van het project.

Een positieve evaluatie is gegeven door de EUROPESE COMMISSIE: Omdat het IF Kortrijk georganiseerd is tijdens het Europese voorzitterschap van België was er speciale aandacht voor het IF project en het Kortrijkse festival. Op maandag 11 oktober heeft een delegatie van de Europese Commissie het festival bezocht. Men was heel enthousiast over de samenwerking met de verschillende regionale actoren en de uitwerking en betrokkenheid van zowel kinderen , studenten als alle burgers in het project. De uitwerking van ideeën van burgers door studenten Howest en de interactie met het meeting point door middel van streaming werd geprezen. Ook het thema van het festival waar duurzaamheid, netwerken, Open Design denken en de centrale rol van de consument werd zeer boeiend gevonden.

.....

17 Omschrijf hieronder waarvoor u de geldprijs eventueel zult gebruiken.

Het project in zijn geheel en dan vooral het IF Lab bleek zeer boeiend en had een ongelooflijke impact op de bevolking. We zouden dus graag een vervolg organiseren omdat we overtuigd zijn dat een tweede editie nog veel beter kan worden en het een ultiem middel bleek om mensen te bewegen. De geldprijs zouden we daarvoor gebruiken.

.....

.....

.....

.....