

RCR04

Kmo's die innovatie op het gebied van marketing of bedrijfsorganisatie introduceren

Specifieke doelstelling	OS1.1	Ontwikkelen en versterken van de onderzoeks- en innovatiecapaciteit en het invoeren van geavanceerde technologieën			
Soort actie	3.	Ondersteuning van projecten ter begeleiding en ondersteuning van sociale innovatie <i>Budget (EFRO+BHG+Publieke Cofin.) - gemeenschappelijk budget voor acties 2, 3, 4 et 5*</i> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;"></td> <td style="text-align: right;">14.867.557,70</td> <td style="text-align: right;">4</td> </tr> </table>		14.867.557,70	4
		14.867.557,70	4		
4.	Ondersteuning van projecten ter begeleiding en ondersteuning van innovatie, met een voorbeeldfunctie wat betreft het milieu aspect <i>Budget (EFRO+BHG+Publieke Cofin.) - gemeenschappelijk budget voor acties 2, 3, 4 et 5*</i> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;"></td> <td style="text-align: right;">17.867.557,70</td> <td style="text-align: right;">9</td> </tr> </table>		17.867.557,70	9	
	17.867.557,70	9			
Type indicator	Resultaten				
Meeteenheid	Ondernemingen				
Is een sub-indicator	nvt				
Afhankelijkheid van een andere indicator	nvt				
Definitie	<p>Aantal KMO's die innovatie op het gebied van marketing of bedrijfsorganisatie introduceren dankzij de verleende steun. Ook micro-ondernemingen vallen onder deze indicator.</p> <p><u>De innovatie op het gebied van marketing</u> is de invoering van een nieuw marketingconcept of een nieuwe marketingstrategie die sterk afwijkt van de bestaande marketingmethoden van de onderneming en die nog niet eerder werd gebruikt. Dit vereist significante veranderingen in productontwerp- of verpakking, productplaatsing, promotie of prijsstelling. Seizoensgebonden, regelmatige of routinematige veranderingen in marketingmethoden vallen niet onder deze indicator.</p> <p><u>De innovatie op het gebied van bedrijfsorganisatie</u> is een nieuwe organisatorische methode in de commerciële praktijken van de onderneming (inclusief kennismangement). De innovatie op het gebied van bedrijfsorganisatie moet het resultaat zijn van strategische beslissingen genomen door het management en geïmplementeerd met ondersteuning van het project. De indicator heeft geen betrekking op fusies of overnames, zelf niet als het de eerste keer is.</p> <p><u>Voor de definitie van een onderneming</u> - zie RCO01</p>				
Berekeningsmethode	<p><u>Doelwaarde 2029</u>: schatting van het aantal KMO's die innovaties op het gebied van marketing of bedrijfsorganisatie introduceren op 31/12/2029</p> <p><u>Berekening van de resultaten</u>: berekening van het aantal KMO's die innovaties op het gebied van marketing of bedrijfsorganisatie introduceren. De berekening dient te gebeuren ten laatste één jaar na de voltooiing van de resultaten van het ondersteunde project, en ten laatste op 31/12/2029</p>				
Aandachtspunten	<p>- <u>Tijdstip van het meten van de resultaten</u>: één jaar na de voltooiing van de resultaten van het ondersteunde project</p> <p>- Een KMO kan slechts één keer meegerekend worden als resultaat op projectniveau, zelf indien ze meerdere innovaties introduceert</p> <p>- <u>Opgelet</u>: deze indicator mag niet verward worden met indicator RCR03 <i>Kleine en middelgrote ondernemingen (kmo's) die product- of procesinnovatie introduceren</i></p> <p>* Dit is het beschikbare bedrag voor projecten gelinkt aan acties 2, 3, 4 en 5. Aangezien er op voorhand geen opsplitsing werd gemaakt tussen de verschillende acties, is dit een louter indicatief totaal. Wat betreft de doelwaarden van de indicatoren, dit zijn de verwachte resultaten per actie. De totale prestatie van deze indicator wordt bepaald door de schattingen voor de acties 3 en 4 bij elkaar op te tellen. De selectie van de projecten voor deze 3 acties moet er dus voor zorgen dat de voor deze indicator vastgelegde doelwaarden worden behaald.</p>				

Verantwoording van de resultaten	<ul style="list-style-type: none"> - Een tabel, met de volgende gegevens: <ul style="list-style-type: none"> > de naam van de onderneming > het ondernemingsnummer > de rechtsvorm van de onderneming > de "begindatum" van de onderneming (zie kruispuntbank ondernemingen) > een beschrijving van de innovatie op het gebied van marketing of bedrijfsorganisatie - Een document dat de innovatie op het gebied van marketing of bedrijfsorganisatie beschrijft en dat de effectieve implementatie ervan door de onderneming bevestigt
Bron van gegevensverzameling	Projectdragers/Eindbegunstigden
Frequentie van de gegevensverzameling	Een jaar na de voltooiing van de resultaten van het ondersteunde project in het semestriële rapport, en ten laatste in het eindrapport