Verslag deelname Startup-Village Skolkovo 2020

# Algemeen:

Website: [www.startupvillage.ru](http://www.startupvillage.ru)

Programma: <https://startupvillage.ru/docs/sessions.en.pdf>

# Verslag:

**Algemeen**

Startup Village vond dit jaar online plaats omwille van het Coronavirus. Er waren meer dan duizend deelnemers verspreid over verschillende online sessies. Parallel met de sessies liep ook een chat waar men commentaar kon geven en vragen stellen aan de sprekers. In de praktijk werden de chats echter vaak gebruikt om reclame te maken voor de eigen activiteiten of om investeerders warm te maken voor een project. Omwille van het uitgebreide programma moest er een keuze gemaakt worden tussen de verschillende sessies. Van deze sessies werden verslagen gemaakt die hieronder beschikbaar zijn.

**Sessie 1: Anticrismaatregelen Corona**

Sprekers:

Danny Perekalski – CEO Utkonos (online supermarkt: [www.utkonos.ru](http://www.utkonos.ru))

Maxim Akimov – Gen.Dir. Russische post

Ksenia Chudinova – Hoofdredactrice project SNOB (<https://snob.ru/basement/aboutsnob>)

Max Kraynov – CEO Aviasales ([www.aviasales.ru](http://www.aviasales.ru) )

Danny Perekalski van Utkonos vergadert sinds de uitbraak van de coronas pandemie in Rusland elke dag over het actieplan van de dag erop. Tijdens die vergaderingen wordt ook de situatie besproken en worden eventueel correcties aangebracht. Er is een voortdurende communicatie met personeel en klanten om ongerustheid te vermijden.

Max Kraynov van Aviasales verduidelijkt dat de crisis er voor Aviasales al was voor de Coronapandemie. De koers van de Roebel was ook al daarvoor vrij zwak waardoor mensen minder vlogen. Daarom werd 2 maanden voor de Coronacrisis een inschatting gemaakt van de situatie met instructies voor crisissituaties. De coronapandemie was dus enkel een trigger die het crisisplan (dat al bestond) in werking stelde.

Het crisisplan van Aviasales bevat (onderandere) volgende elementen:

* Geen traditionele marketing in die periode
* Geen ontslagen (want moeilijk en tijdrovend om opnieuw geschikt personeel te vinden)
* Aanpassing reclame: vb: was je handen + verwijzing naar Aviasales als goede raadgever
* Andere reclamekanalen: Investeren in bloggers die nu minder werk hebben en dus goedkoper
* Inspelen op toekomstige reizen: De „goesting“ warmhouden.

Volgens Max Kraynov zullen mensen ALTIJD reizen. Hij verwacht een heropleving van de internationale vluchten vanaf oktober. Aviasales rekent op dit model voor wat betreft de financiele planning. Het goede nieuws is dat studies uitwijzen dat mensen twee keer meer geld uitgeven aan reizen dan eerder gedacht werd, zo’n 200.000 Roebel (2.600 Euro) per jaar. Dat geeft hoop op een snelle heropleving van de sector. Dat die cijfers zo hoog zijn, heeft ook te maken met het feit dat veel inkomsten van de Russen niet duidelijk zijn en niet voorkomen in officiele statistieken.

Danny Perekalski (online retailer Utkonos) meldt dat de vraag bij hen met 100% gestegen is, 75% meer dan aanvankelijk gepland. De online sector (buiten mode en kledij) kent een actieve groei tijdens de verplichte „zelf-isolatie“. Hij denkt wel dat de mensen daarna opnieuw actief de „fysieke“ winkels zullen opzoeken en dat de online groeicijfers zullen stabiliseren. Deze boom was niet verwacht wat voor logistieke problemen zorgde. Op 2 dagen tijd werden goederen voor 14 dagen verkocht waardoor 12.000 bestellingen moesten geweigerd worden. De businessprocessen moesten dus op een minimumtijd worden aangepast. Zo werd een nieuw magazijn, veel vroeger dan gepland, geopend en kunnen klanten nu nog maar 4 dagen op voorhand bestellen waar dit vroeger drie weken was.

Maxim Akimov (Russische post) bevestigde dat online-en koerierdiensten een echte boom kennen tijdens de corona-pandemie. De Russische post moest externe partners aantrekken om aan de toegenomen vraag te voldoen. De Russische post heeft 42.000 afhaalpunten in het land waaronder 20.000 in afgelegen gebieden. Het netwerk is dus een stuk groter dan dat van de meeste online-retailers. Akimov merkt dat de klanten zich aanpassen aan de nieuwe situatie en dat het type dienstverlening daardoor wijzigt. Natuurlijk is niet te voorspellen wat de tweede helft van het jaar zal brengen. Er wordt door de klanten meer gebruik gemaakt van IT-toepassingen en ondertussen zijn er al 13.000.000 gebruikers, wat een recordaantal is. Het online portaal van de post wordt gebruikt door 75.000.000 gebruikers. Het antwoord van de Russische post op deze evolutie is een groei in IT toepassingen, een verandering in de dienstverlening, het aantrekken van nieuwe klanten (zoals de 55 plussers) en het uitbreiden van internationale logistieke samenwerking zoals bijvoorbeeld met Israel (waar veel Russischsprekenden wonen). Maxim Akimov is verder van mening dat een crisis de ongelijkheid tussen de mensen vergroot en dat de consumptie moet ondersteund worden (ook door de staat).

Een studie wijst uit (gegevens van Max Kraynov van Aviasales) dat 44 procent van de Russische bevolking meteen opnieuw het vliegtuig zal nemen voor binnenlandse reizen en dat 88% staat te popelen om opnieuw internationaal te vliegen. Hij ziet de situatie dus vrij rooskleurig in. Wel is aangepaste marketing nodig om de aandacht van de klant te behouden, ook al is het effect daarvan niet meteen gekend. Het aandeel van Aviasales in de totale ticketverkoop (in procent) is gegroeid van 10% tot 16%. Hoewel het aantal tickets dat verkocht werd/wordt gedaald is, betekent dit dat het charme-offensief via sociale en andere media toch vruchten afwerpt. Volgens Kraynov voelen de mensen de crisis nog niet hoewel die er al is en kan de situatie nog wijzigen.

**Sessie 2: Hoe humanistische kunstmatige intelligentie onze keuzes als ondernemers en uitvinders kan godsen en begeleiden**

Spreker:

Tom Gruber, ex-CTO SIRI (<https://tomgruber.org>).

Het bekende en populaire AI programma SIRI werd gekocht door Apple maar ontwikkeld door Tom Gruber. Hij baseerde en baseert zijn ontwikkelingen en uitvindingen op de filosofie van de visionair Doug Engelbart (<https://en.wikipedia.org/wiki/Douglas_Engelbart>).

Engelbart is de geestelijke vader van heel wat bekende uitvindingen zoals:

* De computermuis
* De User Interface
* Hypertext
* Videoconferenties
* Social Software
* Human-Computer Interaction

Tom Gruber ziet Doug Engelbart als de basis voor zijn ontwikkelingen in het kader van kunstmatige intelligentie. Zijn doel is het uitvinden van technologie die sneller en goedkoper werkt (1 muisklik in plaats van drie bijvoorbeeld). Dit kan echter negatief uitvallen voor mensen en werkplaatsen. Er moet dus AI ontwikkeld worden die samenwerkt met mensen en niet de mensen vervangt. De term hiervoor is „Humanistische AI“. Deze AI werd ontworpen om mensen te helpen (zoals bijvoorbeeld de AI die Stephen Hawkin hielp te communiceren). Een voorbeeld van een project is „Give speech to speechless people“.

Al in 1983 hield Tom Gruber zich bezig met „augmented communication“. Vervolgens werkte hij aan AI die moest raden wat de persoon wou zeggen zodat deze gemakkelijker en sneller met de buitenwereld kon communiceren.

Ondertussen is de technologie al heel wat verder en kunnen mensen onderandere communiceren via hun ogen „speak using your eyes“. De firma van Gruber die dit ontwikkelt, heet Cognixion

( [www.cognixion.com](http://www.cognixion.com) ).

Een andere toepassing van „Humanistische AI“ wordt ontwikkeld door de firma „intraspect‘ ([www.crunchbase.com/organization/intraspect-software#section-overview0](http://www.crunchbase.com/organization/intraspect-software#section-overview0). Volgens Gruber is het probleem dat mensen steeds „dommer“worden. Daarom will hij mensen die samenwerken een collectief geheugen geven dat gecreerd wordt via hun eigen input. Kunstmatige intelligentie verzamelt die kennis en verdeelt het waar en wanneer nodig. Zo werd een tool ontwikkeld onder de naam „collected intelligence“ voor virtuele gemeenschappen (communities). Een goed voorbeeld van al bestaand collectief intellect is Wikipedia en RealTravel.

Een meer bekend project van Gruber is **SIRI**. De focus van SIRI ligt op „doen“en „E-commerce“. Het is een menselijke AI. Dit uiterst populaire product werd door Apple gekocht.

Andere firma’s waarbij Tom gruber betrokken is, zijn:

* Mindstrong (<https://mindstrong.com>) : ontwikkelde een programma dat psychische problemen voorspelt.
* <https://sherpa.ai/>: virtuele assistent die prognoses maakt. Dit programma voorspelde bijvoorbeeld het tijdstip van de Covid-19 epidemie in Spanje.
* <https://migraine.ai/>: Voorspelt migraine-aanvallen, screent covid-19 sympltomen vooraleer het kantoor binnen te gaan, monitort de ontwikkeling van ziektes en interpreteert data van patienten.

**Sessie 3: The Economy Of Isolation: Hoe de zakenwereld zich transformeert in de nieuwe realiteit**

Sprekers:

John Buttler – Bayer

Dmitry Medvedev – Vice Voorzitter veiligheidsraad Rusland (ex-eerste minister en president van Rusland)

Tatyana Naumova- Leider project NTV televisie

Abdulaziz Al Khalifa,Qatar Development Bank, CEO

David Sneddon – CEO Gtech professional services – Google

Timo Charakka – Minister van transport Finland

Tatyana Bakalchuk – CEO Wildberries ([www.wildberries.ru](http://www.wildberries.ru))

De Coronapapandemie had onmiddelijk zware gevolgen: De offline retail werd bruusk stopgezet, het toerisme viel weg en de transportsector werd zwaar getroffen.

Abdulaz Al Chalifa – CEI Qatarbank of development benadrukt dat dit probleem zich over de hele wereld stelde, zij het op verschillende tijdstippen. Er zijn volgens hem drie fasen in de crisis:

* Overleven
* Terugkeer naar de oude situatie
* Groei

De Qatarbank of development helpt bedrijven te overleven en daarna terug op het pad van groei te geraken. Dit gebeurt via verschillende instrumenten. Eerst en vooral is er natuurlijk de toegang tot kredieten voor huur en lonen (=overlevingsfase). Echter ook de toegang tot kwalificatie (bijvoorbeeld herorientering naar digitaal) en nieuwe markten (groeifase) is cruciaal voor het overleven van bedrijven en sectoren. Vooral kmo’s moeten zich (kunnen) herorienteren om te kunnen werken binnen de nieuwe realiteit (andere logistiek, meer digitale processen enzovoort).

Tatyana Naumova- Leider project NTV televisie die het panelgesprek modereert, merkt op dat de huidige technische ontwikkelingen toch niet voldoende bleken om de coronacrisis de baas te kunnen.

John Buttler van Bayer vindt dat een dergelijke pandemie een leerproces is waar men mee moet leren omgaan. Het belangrijkste volgens hem is het behouden van de transportverbindingen en logistieke keten. Verder mag men niet vergeten dat er ook nog de al bestaande ziektes zijn en dat die niet in de vergeethoek mogen geraken door de Coropandemie. Cruciaal is het (blijven) uitwisselen van informatie en ervaring en dit zowel door de staat als door de prive-sector en dat over de grenzen heen. De les die het Coronavirus heeft geleerd, is dat men meer transparant moet zijn in het uitwisselen van informatie.

Terwijl vele sectoren moeilijke tijden beleven, kent de E-commerce een ongekende groei. Tatyana Bakalchuk – CEO Wildberries spreekt van een echte boom behalve voor de e-commerce in mode die ook een dip kende. Echter, na een dip in april begon vanaf mei ook deze E-sector opnieuw te groeien. Daarentegen ging de online verkoop van voeding sterk de hoogte in. Ook kwamen verschillende traditionele foodretailers (voor de eerste keer) online, wat voor een verhoogde concurrentie zorgde. Voor de Coronacrisis werd slechts voor 10% van de leveringen met koeriers gewerkt, nu (tijdens de crisis) is dat percentage veel hoger. Het gevolg is dat Wildberries ruim 4.000 nieuwe koeriers heeft moeten aannemen wat het totale aantal werknemers op 53.000 bracht. Dit is een voorbeeld van hoe de coronacrisis bepaalde firma’s een stevige duw in de rug heeft gegeven.

Ook voor de partners van Wildberries betekent de boom in online retail een goede zaak. In mei had Wildberries 11 keer meer leveranciers dan de maand ervoor! Momenteel heeft het bedrijf 30.000 partners en kan men partner worden in 5 minuten (dat proces duurde vroeger veel langer).

David Sneddon van GOOGLE meent dat HET sleutelwoord tijdens deze crisis “onzekerheid” is waarbij het de taak van google is de mensen deze periode te laten “overleven”. Door de zoekfuncties en programma’s van Google kunnen mensen de nodige informatie vinden en in contact blijven met elkaar. Voor wat betreft Rusland verspreidt Google informatie over het Covid-19 virus in samenwerking met Sberbank. In samenwerking met het Bolshoy Teatr worden online translaties van voorstellingen getoond. Deze online voorstellingen trokken ondertussen al 3 miljoen kijkers. Verder wordt een groot aanbod van online trainingen aangeboden. Sneddon meent dat de crisis ook mogelijkheden biedt: zo zullen mensen nu meer bereid zijn zich te herscholen naar “modernere” richtingen zodat ze geen deel gaan uitmaken van de “useless” generation die er zit aan te komen.

De meest gebruikte zoekterm voor de Coronacrisis in de VS was “superball”. Nu is dat het Coronavirus. In april waren er 70 keer meer vragen over “hoe de ziekte te vermijden” en was er een grote stijging in het type vragen zoals “werk online” en “werken op afstand”. Het kijken naar filmen over infecties werd ook een stuk populairder.

De Finse minister van transport, Timo Charakka (een ex-journalist), wist te vertellen dat in Finland 59% van de werknemers thuiswerken, wat meer is dan in gelijk welk ander land. Hij merkt dat de innovatie in Finland sneller en sterker groeit dan voor de crisis en dat dit dus als een “positief” effect kan worden beschouwd.

**Sessie 3: Project Shazam**

Sprekers:

Kris Barton, oprichter Shazam ( [www.shazam.com/nl](http://www.shazam.com/nl))

Shazam is een programma dat toelaat elk gespeeld liedje te herkennen en de titel en uitvoerder ervan te geven. Shazam heeft op dit moment 1 miljard gebruikers en het begin van dit programma gaat terug tot het jaar 2000 toen Barton zijn startup in het leven riep. Shazam werd trouwens in 2018 door Apple gekocht.

Kris Barton vertelt dat eerst niemand in het idee geloofde, temeer daar smartphones nog niet ingeburgerd waren en er moest gewerkt worden met telefoons met knoppen (zoals de oudere Nokias). Het idee bleek dus moeilijk technisch realiseerbaar op dat moment. De informatie over het lied werd destijds per sms opgestuurd naar de gebruiker………Volgens Barton is het belangrijk te geloven in een idee en er 1000% voor te gaan. Zo moest hij in het begin (voor het bestaan van AI) ALLE mogelijke liedjes in een database opslaan om het programma te laten werken. Hoewel dit in die tijd op waanzin leek, is het resultaat ondertussen toch dat Apple het programma voor grof geld gekocht heeft.

Zijn boodschap voor start-ups is: Geloof in het product maar wees bereid er voor de volle 1000% voor te gaan.

**Sessie 4: Nieuwe investeringsinstrumenten om te groeien**

Sprekers:

Pekka Viliakainen, CEO Skolkovo Ventures (advisor to the President of the Skolkovo Foundation)

Jon Medved, CEO Ourcrowd ([www.ourcrowd.com/about](http://www.ourcrowd.com/about) , leading equity crowdfunding platform for investing in global startups)

Alexander Galitsky, partner Almaz Capital (VS) (<https://almazcapital.com/about/>, venture capitalist + <https://almazcapital.com/our-team/alexander-galitsky/>

Karen Braun, CEO Bridge Arrows (VS) (<https://bridgearrow.com/>).

Alexey Overchuk, deputy prime minister Russische regering <http://government.ru/en/gov/persons/622/events/>

De sessie wordt geopend door Karen Braun die stelt dat in de toekomst firma’s al in een vroeg stadium kapitaal zullen willen aantrekken. Investeerders zullen een grotere zeg willen in de bedrijven waarin zij investeren waarbij de firma’s in ruil zullen verkiezen een deel van de aandelen ter beschikking te stellen van de investeerders die dan later kunnen teruggekocht worden. Zij meent dat elke crisis nieuwe mogelijkheden biedt. Om te groeien moet het product voldoen aan de doelmarkt en omgekeerd. Om dit te bereiken moet gepland worden vanaf de eerste dag. Spijtig genoeg gebeurt dit nog te weinig en zijn startups niet genoeg voorbereid (wat men ook vaak merkt tijdens pitchsessies).

John Medved (Israel) stelt vast dat een groot deel van de start-ups tijdens de pandemie tot 30 procent van hun werknemers hebben moeten ontslaan. Investeerders stellen niet de hele som ter beschikking omdat de afgesproken termijnen niet kunnen worden gerespecteerd. Hij merkt dat vooral de startups die zich specialiseren in oplossingen voor de gezondheidszorg aan populariteit winnen. Volgens hem moeten startups zo snel mogelijk naar de VS of Azie en internationaliseren. De startups moeten zich vooral concentreren op de technologische component (is zo in Israel). Israel is vooral goed in deeptech waar het land een derde plaats inneemt in de wereld qua aantal start-ups (na de VS en China). Ruim 8 miljard USD werd in Israel in start-ups geinvesteerd wat drie keer meer is dan het totale risicokapitaal in Rusland. Het grootste deel van die 8 miljard kwam uit het buitenland. Medved vindt dat venturekapitalisten onvoldoende investeren in Rusland en dat daarom heel wat startups niet in het land blijven.

Alexander Galitsky ziet grote verschillen in aanpak tussen Europa en de VS. In Europa richt men zich meer op inkomsten en minder op groei (zoals in de VS). Vooral in Oost-Europa (waar hij zelf van afkomstig is) is zakendoen meer conservatief en meer terughoudend. Daarom is volgens hem de aanpak van investeerders ook verschillend, afhankelijk van de herkomst van het bedrijf.

Alexej Overchuk wil dat de regering grotere steun verleent aan technologische initiatieven en dat de staats-en gemengde bedrijven meer steun krijgen tijdens deze crisis (via de reservefondsen zoals het pensioenfonds).

**Sessie 5: intelligente gebouwen**

Sprekers:

Alexander Ruchev, CEO firma „Osnova“ (<https://gk-osnova.ru/>)

Pavel Bryzgalov – Strategic Development Director bij FSK Leader (<http://justbuild.org/the-club-of-experts/pavel-bryzgalov/>). <https://fsk-lider.ru/>

Filip Tretyakov – CEO Kortros (Ekaterinburg) <https://en.kortros.ru/>

Alexander Ruchev, CEO van de groep „Osnova“ , voorziet dat in de (nabije) toekomst zo’n 50% van de werknemers van huis uit zullen werken. Voor wat betreft huisvesting zal het formaat „transformer“ aan populariteit winnen omdat thuis ook werkplaats wordt waarbij kamers een verschillende functie moeten kunnen hebben afhankelijk van de taken die er worden uitgevoerd. Volgens Ruchev zullen mensen minder samenwonen en zal de tendens gaan naar kleinere units die dan wel transformeerbaar zijn. Ook fitnessclubs, cinema’s en concertzalen zullen transformeren naar een format waarbij het aantal bezoekers wordt beperkt. Diensten zoals massage en haarsnit zullen eerder aan huis worden uitgevoerd.

Pavel Bryzgalov – Strategic Development Director bij FSK Leader meent dat de pandemie heel wat oude gewoontes zal veranderen. Zo zal het concept van bijvoorbeeld carsharing veranderen omdat mensen twee keer zullen nadenken vooraleer in een auto te stappen die om de paar uur van bestuurder wisselt. Appartementen zullen kleiner worden maar wel meer individueel aangepast en transformeerbaar. Waar vroeger files en stress op de werkplaats storende factoren waren, heeft men nu meer last van lawaai thuis (van de buren bijvoorbeeld) omdat men veel meer tijd in de woning doorbrengt dan vroeger. Ook de hygiene thuis wordt belangrijker wat een effect zal hebben op bijvoorbeeld lichtknoppen en deurklinken die contactloos zullen worden. Ook ventilatiesystemen die zorgen voor zuivere lucht zullen belangrijker worden. Door de pandemie werden deze thema’s een stuk actueler en zal hun realisering waarschijnlijk in een stroomversnelling terechtkomen. Theaters en bioscopen zijn psychologisch gezien een bron van besmetting en veel mensen zullen nalaten deze in de toekomst nog te bezoeken. Op dit moment is nog niet duidelijk in welke mate dit alles in de realiteit zal gebeuren maar dat er veranderingen zullen zijn, is nu al duidelijk.

Filip Tretyakov – CEO Kortros ziet in zijn project in Ekaterinburg in het district „Akademichesky“ een voorbeeld voor bouwprojecten in de toekomst. De wijk is volledig digitaal, zowel binnen als buiten, wat grote besparingen op alle vlakken ten gevolge heeft. Hij meent dat alle nieuwe projecten volledig moeten gaan voor het systeem van „slim huis“, zeker na de pandemie die de zwakheden van de huidige bouwprojecten heeft aangetoond. Een grote verandering die is opgetreden tijdens de pandemie is de online verkoop van onroerend goed. Dit was iets dat vroeger onmogelijk leek maar op korte tijd is ingeburgerd bij de bevolking. Om dit segment van verkoop aantrekkelijk te maken, zijn nieuwe IT-oplossingen nodig die de verkoop online gemakkelijker moeten maken zoals bijvoorbeeld een nog meer realistische voorstelling van het te koop aangeboden object.

**Sessie 6: Technology of Quarantaine: Heeft de pandemie de digitalisatie versneld?**

Sprekers:

Anatolyi Chubais – Rosnano

Alexander Akopov – Stichter Amedia, Amediateka en Cosmos studio

Alexander Kuleshov – President Skolkovo Institute of Science

Anatolyi Chubais (Rosnano) meent dat digitalisering niet zoveel geld kost als andere sectoren en dat de crisis hier niet zo een grote impact zal hebben. Het probleem is dat werknemers en leidinggevenden moeten klaar zijn om verdere stappen te nemen in dit proces. De coronacrisis zou een duw in de rug kunnen zijn voor die mensen en bedrijven die het nut van verdere digitalisering (nog) niet inzien. Anderzijds heeft de mensheid tijdens de Coronacrisis duidelijk gekozen voor het menselijke leven/welzijn ten nadele van de economie (buiten landen zoals Wit-Rusland en Zweden). De levensstandaard zal hierdoor dalen en de economie zal nog jaren het verlies ervan moeten goedmaken. Chubais voorziet een revolutie in mobiliteit. Zijn visie is dat in de toekomst capsules ons overal zullen brengen, in plaats van gebruik te maken van verschillende transportmodi (vliegtuig, boot, auto….). Dergelijke ontwikkeling zou ook passen in de nieuwe sfeer van isolatie en sociale afstand.

Alexander Akopov (Amedia) merkt dat de sterke groei in het aantal online-kanalen niet steeds resulteert in betere kwaliteit. Immers, het aantal mensen dat kwalitatieve inhoud kan maken, is beperkt en kwantiteit is niet hetzelfde als kwaliteit.

Alexander Kuleshov (President Skolkovo Institute of Science) denkt dat het online onderwijs een duw in de rug zal krijgen door de pandemie. Echter, het traditionele onderwijs zal volgens hem blijven bestaan. Online onderwijs zou het massa-onderwijs (zoals in auditoria) kunnen vervangen in moeilijke tijden (zoals epidemies). Het doel van IT zou ook moeten zijn de programma’s en toepassingen gemakkelijker te maken (in plaats van 5 klikken slechts twee of nog beter 1). De IT infrastructuur moet nog verbeteren en efficienter gemaakt worden en gelijkaardige systemen moeten in elkaar overvloeien. Kunstmatige barrieres zoals verschillende adapters en besturingssystemen die niet compatibel zijn, moeten verdwijnen. Volgens Kuleshov zijn online meetings een stuk efficienter dan in het echt en zal het ineenstuiken van zakenreizen een positieve invloed hebben op het klimaat (minder vluchten, minder verplaatsingen). De crisis zal grote sociale gevolgen hebben en 195 miljoen mensen kunnen werkloos worden. Wereldwijd wordt er opnieuw gesproken over een basisinkomen wat een revolutie kan betekenen op wereldschaal. Immers, tijdens de zelfisolatie werd (pijnlijk) duidelijk dat niet alle werknemers “nodig” zijn wat firma’s ertoe bewoog hen te ontslaan. Dit is GOED volgens Kuleshov want nu krijgen deze mensen de kans zich te herscholen naar een functie die “moderner” en meer gevraagd is (modernization of the work force). De reflex om iedereen te helpen is NIET GOED want dit kan tot inactiviteit en passiviteit leiden. Herscholing is het sleutelwoord.

**Start-Up pitching wedstrijd**

Tijdens Start-Up Village was er traditioneel ook een pitching wedstrijd waar Russische start-ups konden dingen naar prijzengeld en aandacht van investeerders. De prijzenpot bedroeg 20 miljoen Roebel (ongeveer 260.000 Euro).

Finalisten waren:

[www.crunchbase.com](http://www.crunchbase.com)

[www.native-robotics.com](http://www.native-robotics.com)

[www.bio-smart.ru](http://www.bio-smart.ru)

[www.medvr.pro](http://www.medvr.pro)

[www.fdmz.com](http://www.fdmz.com)

[www.expasoft.com](http://www.expasoft.com)

[www.monqlab.com](http://www.monqlab.com)

[www.climateguard.ru](http://www.climateguard.ru)

Aangezien er per categorie maar een drietal kandidaten waren, vielen de meeste in de prijzen (derde plaats = 1 miljoen Roebel, tweede plaats 2 miljoen Roebel en eerste plaats 3 miljoen Roebel).