



FRIULI INNOVAZIONE

Società consortile a responsabilità limitata

Parco Scientifico e Tecnologico Luigi Danieli di Udine

Sede legale ed amministrativa: Via Jacopo Linussio, 51 – 33100 Udine (UD)
Tel. 0432 629911 - Fax 0432 603887 - Cod. Fic. 94070140309 - P. IVA 02159640305
<http://www.friulinnovazione.it> e-mail: segreteria@friulinnovazione.it

OGGETTO: SERVIZI DI COMUNICAZIONE E ORGANIZZAZIONE EVENTI NELL'AMBITO DEL PROGETTO "SISTEMA DELL'INNOVAZIONE FVG 2021-22"

Acquisizione in economia mediante procedura negoziata ai sensi dell'art. 7 del Regolamento per l'Acquisizione di Lavori, Servizi e Forniture di Friuli Innovazione, come da ultimo approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 20.05.2021, nonché dell'art. 36, comma 2, lett. b) del Codice dei contratti pubblici (D.lgs. n. 50/2016)

Allegato 1: Capitolato Tecnico

CUP: J25F21000510002

CIG 9462250FB4

I. Il contesto

Nell'ambito del **progetto "Sistema dell'Innovazione FVG 2021-22"** Friuli Innovazione ha l'obiettivo di contribuire alla crescita della competitività del sistema economico territoriale attraverso attività volte allo sviluppo dell'innovazione, al sostegno alla digitalizzazione, allo sviluppo di centri di eccellenza e alla nascita di nuove imprese innovative.

Per agevolare lo sviluppo economico del territorio regionale, Friuli Innovazione opera in quattro ambiti di specializzazione (Development Center, in seguito DC):

- **FAST PROTOTYPING ADDITIVE** – con l'obiettivo di favorire l'introduzione della progettazione e modellazione 3D e delle tecnologie additive nelle imprese.
- **DATA DRIVEN TRANSFORMATION** – per favorire l'innovazione di processo delle imprese guidandole nella sperimentazione di metodologie e tecnologie di data transmission, storage e analysis & security, finalizzate alla corretta gestione e valorizzazione del dato.
- **ACCESS TO FINANCE & DESIGN** – che mette a disposizione di imprese ed enti le competenze e le metodologie acquisite sulla scrittura di progetti di ricerca, sviluppo e innovazione per ottenere risorse finanziarie su fondi regionali, nazionali ed europei. Il DC, inoltre, monitora e fa lo scouting delle opportunità di finanza pubblica, predispone proposte progettuali su fondi e bandi pubblici, offrendo anche la consulenza post-progettuale e l'attività di project management.
- **TALENT ATTRACTION & SUPPORT** – che mette in campo competenze e metodologie per sostenere - con attività di sistema ed interventi mirati – la crescita delle nuove imprese ad alto contenuto tecnologico attraverso:
 - Il sostegno alle giovani imprese innovative presenti sul territorio regionale;
 - Il sostegno ai talenti presenti sul territorio regionale intenzionati ad avviare un percorso di generazione di nuova impresa innovativa (spin/off, startup);

- o L'attrazione sul territorio regionale di talenti, aspiranti imprenditori e giovani imprese innovative da fuori regione.

Nel contesto del progetto "Sistema dell'Innovazione FVG 2021-22", a Friuli Innovazione è stato assegnato il compito di predisporre un "**Format di attrazione talenti**" ovvero individuare modalità e strumenti finalizzati all'attrazione e alla valorizzazione di talenti, idee imprenditoriali e giovani imprese innovative anche da fuori regione.

Per realizzare il "Format di attrazione talenti" nei tempi e nelle modalità definite dal progetto congiunto «Sistema dell'Innovazione FVG 2021-22», Friuli Innovazione ha la necessità di individuare **un'agenzia di comunicazione** in grado di supportare l'ente nella definizione e nello sviluppo del format e di tutte le opportune "attività propedeutiche" – legate all'immagine, alla notorietà e alla reputazione di Friuli Innovazione – necessarie a massimizzare l'impatto delle sue iniziative sul territorio regionale. Le "attività propedeutiche" pertanto dovranno riposizionare strategicamente l'immagine del Development Center *TALENT ATTRACTION & SUPPORT* in coerenza con gli altri Development Center di Friuli Innovazione e in modo funzionale all'implementazione del "format di attrazione talenti".

Nello specifico, Friuli Innovazione, per realizzare gli obiettivi di cui sopra, ha valutato di realizzare un evento come momento di lancio del DC *TALENT ATTRACTION & SUPPORT*. L'evento, inoltre, metterà in contatto talenti e giovani imprese con realtà più consolidate al fine di agevolare lo sviluppo di un ecosistema che favorisca l'open innovation, la trasformazione digitale e il trasferimento tecnologico di nuove tecnologie.

II. Oggetto della prestazione e relative caratteristiche tecniche

La prestazione richiesta si espliciterà nella:

1. formulazione e implementazione del **Piano Strategico di Comunicazione**;
2. definizione del piano di lavoro e del budget per l'organizzazione e la gestione **di un evento di portata nazionale** per la valorizzazione e l'attrazione di talenti e giovani imprese al fine di agevolare lo sviluppo di un ecosistema che favorisca l'open innovation, la trasformazione digitale e il trasferimento tecnologico di nuove tecnologie.

Nello specifico:

1. OBIETTIVI DEL PIANO STRATEGICO DI COMUNICAZIONE

Per essere in linea con le aspettative il Piano Strategico di Comunicazione dovrà rispettare i seguenti requisiti:

- identificare un chiaro responsabile/coordinatore per le attività di comunicazione;
- prevedere l'inclusione, secondo un approccio dialogico, di una molteplicità di stakeholder;
- indicare quali sono gli obiettivi, i target (i partner, gli enti, la comunità scientifica, gli stakeholder...) e i mezzi di comunicazione ritenuti più idonei a raggiungerli,
- indicare la strategia dei contenuti più efficace in funzione dei target e mezzi scelti;
- prevedere una miscela di attività di comunicazione interna (per le startup coinvolte) ed esterna;

- indicare una specifica tempistica per le attività di comunicazione che inizia con l'approvazione del progetto e continua per tutta la sua durata, con periodicità costante e programmata, in modo da non interrompere il flusso di informazioni e contenere una chiara indicazione dei tempi di realizzazione per ogni attività di comunicazione;
- prevedere un budget adeguato che garantisca la completa realizzazione delle attività del piano;

L'azione di comunicazione che si intende avviare deve vedere il DC *TALENT ATTRACTION & SUPPORT* come protagonista, con un chiaro obiettivo di posizionamento a livello nazionale esaltandone i valori chiave.

L'azione di comunicazione dovrà essere anche uno strumento per valorizzare le singole imprese. Non necessariamente l'azione deve essere generalista ma può focalizzarsi in momenti diversi su vocazioni settoriali/tecnologiche/territoriali diverse. Occorre però dare a tutte le imprese e ai giovani talenti l'opportunità di fruire dell'azione.

L'azione di comunicazione dovrà essere integrata unendo iniziative "digitali" con "momenti" di incontro fisico in cui sia possibile esaltare anche le attività delle imprese e dei giovani talenti. Occorre inoltre esaltare "il modo" con cui il DC *TALENT ATTRACTION & SUPPORT* supporta in modo complementare e sinergico gli altri soggetti dell'ecosistema (incubatori, università, competence center, etc).

L'azione dovrà essere sinergica ed integrata ad iniziative "routinarie" di comunicazione (press release, presenza sui social, interviste, etc) in modo da massimizzare l'impatto. L'azione deve essere basata su modalità flessibili, adattabili e scalabili. L'azione deve prevedere chiari KPI di monitoraggio e controllo del successo o meno.

L'attività di comunicazione dovrà necessariamente assumere una connotazione eterogenea anche in relazione ai suoi destinatari. Pertanto, al fine di assicurare un'efficace strategia di comunicazione deve essere costruito, in relazione alle diverse azioni di comunicazione, un percorso metodologico caratterizzato da:

- identificazione e caratterizzazione degli stakeholders (a chi comunicare);
- focalizzazione degli obiettivi comunicazionali nei confronti dei diversi stakeholders (perché comunicare);
- definizione dei contenuti della comunicazione in relazione ai diversi temi trattati (cosa comunicare);
- selezione degli strumenti e delle azioni di comunicazione (come comunicare).

Particolare attenzione verrà riposta nell'adozione di una comunicazione informata, consapevole e partecipata, nell'ottica dell'utilizzo di nuovi media e dell'ottimizzazione delle risorse economiche e strumentali.

STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE

In base agli obiettivi di comunicazione, verranno utilizzati di volta in volta gli strumenti reputati più adeguati al perseguimento dei risultati attesi. Il Programma di Comunicazione dovrà essere attuato attraverso i seguenti strumenti:

1. portale internet istituzionale;
2. social network;
3. media tradizionali;
4. editoria digitale;
5. eventi istituzionali locali, nazionali e internazionali;
6. collaborazione con i partner regionali e stakeholder nazionali.

ATTIVITA' OPERATIVE LEGATE ALLA COMUNICAZIONE

A titolo puramente indicativo ed esemplificativo si indicano gli elementi operativi di base per l'azione comunicativa:

Set up della comunicazione e predisposizione materiale:

- Supporto identificazione messaggi comunicativi chiave;
- Supporto alla predisposizione di materiale grafico;
- Progettazione di un piano editoriale;
- Realizzazione contenuti;
- Gestione e progettazione di conferenze stampa;
- Progettazione per la creazione di un video di presentazione;
- Ideazione di strumenti innovativi di promozione delle singole imprese (es. Video interviste).

Piano di Diffusione:

- Identificazione, ingaggio dei canali di diffusione e delivery dei contenuti;
- Identificazione attività e sinergie per "moltiplicazione delle informazioni (accordi con altre iniziative);
- Creazione di una strategia social e relativa gestione della Community per amplificazione dei contenuti;

Monitoraggio attività:

- Individuazione KPI e monitoraggio delle attività.

COMUNICAZIONE E SITO WEB

Il nuovo sito web avrà una funzione strumentale agli obiettivi dell'iniziativa e nel contempo deve garantire nel tempo un veloce e costante aggiornamento delle informazioni, un'assoluta completezza di dati e la loro più ampia diffusione sia all'interno che all'esterno dell'iniziativa.

Friuli Innovazione utilizzerà il sito web per informare, comunicare, ascoltare e favorire anche la partecipazione, il confronto e il dialogo con i propri partner e interlocutori.

Il sito web dovrà gestire i processi di registrazione legati alle attività dell'iniziativa.

Attività:

- Elaborazione del Concept del sito web;

- Art Direction;
- UX e UI del sito web;
- Sviluppo grafico.

Obiettivi generali del redesign del sito:

- Personalizzare l'esperienza dell'utente registrato sul sito;
- Facilitare la ricerca e l'accesso ai contenuti di interesse;
- Facilitare l'identificazione di contenuti e proposte collegati ai gusti e ai comportamenti degli utenti;
- Allineare l'immagine del sito web all'immagine di brand;
- Gestire i processi di ingaggio di tutti i player legati all'iniziativa,

2. EVENTO

Il principale obiettivo dell'evento sarà quello di creare un grande momento di aggregazione, formazione e condivisione per tutti i protagonisti del panorama dell'innovazione digitale italiana, tra cui partner regionali, aziende, startup, stampa.

La definizione del piano di lavoro e del budget per l'organizzazione e la gestione dell'evento dovrà dettagliare:

- Realizzazione di tutta la creatività legata all'evento;
- Progettazione contenuti e scouting di relatori esterni;
- Supporto tecnico: audio, video e streaming quando necessario;
- Location, logistica, allestimento, catering, supporto tecnico;
- Gestione partner/sponsor;
- Demand generation e ingaggio audience;
- Gestione del processo di invito, registrazione e check-in;
- Ogni altra attività prevista.

Udine, 27/10/2022

Il Responsabile Unico del Procedimento
Dott. Filippo Bianco