Allegato 2 – Specifiche tecniche

Servizio di ideazione e realizzazione di una campagna di comunicazione e marketing per l'attrazione di nuovi insediamenti nel parco scientifico e tecnologico di Area Science Park

INTRODUZIONE

Area Science Park, ente nazionale di ricerca, opera per favorire lo sviluppo dei processi di innovazione e da oltre 40 anni interpreta la missione di collegamento propulsivo tra il mondo della ricerca e quello delle imprese, tra il mondo pubblico e quello privato, con iniziative di rilievo anche internazionale capaci di alimentare lo sviluppo dei territori. Competenze specializzate nei servizi per l'innovazione aziendale, creazione e sviluppo di start-up innovative, infrastrutture e strumentazione di altissimo livello per le attività di ricerca, formazione avanzata delle risorse umane: sono questi i punti di forza che Area mette a disposizione dei sistemi economici a livello regionale e nazionale.

Area Science Park ha come missione lo sviluppo del sistema economico delle imprese basato sull'innovazione e la ricerca tecnologica, da attivarsi attraverso la valorizzazione dei risultati della ricerca, il loro trasferimento al mercato e il supporto a processi di creazione di nuove imprese innovative. Tale declinazione porta Area Science Park a ricoprire il ruolo di anello di congiunzione tra il mondo della ricerca e quello dell'impresa e di facilitatore nell'ambito dell'intero ciclo di vita del rapporto tra centri di ricerca e realtà imprenditoriali.

In quest'ambito rientra la linea di intervento di Area Science Park relativa alla **gestione, sviluppo e promozione del Parco S&T** con i suoi due Campus (Padriciano e Basovizza) dislocati sul Carso triestino. Nei Campus sono disponibili strutture e laboratori attrezzati per tutte le esigenze di ricerca avanzata. Alle imprese e ai centri di ricerca residenti vengono offerti servizi specialistici e di assistenza nello sviluppo dei programmi di attività. L'insediamento nel Parco favorisce la collaborazione tra i residenti e la contaminazione scientifica tecnologica tra diversi settori, in sinergia con le altre realtà del territorio: Area Science Park offre servizi, strumenti, infrastrutture e competenze ideali per sperimentare modelli avanzati di *open innovation*, che consentono la crescita delle realtà insediate e del Parco stesso. **Il Parco di Area Science Park si sviluppa su 80.000 mq di superfici attrezzate per attività di R&S e attualmente ospita 65 organizzazioni, di cui 57 imprese e 8 centri di ricerca, con un impiego lavorativo di oltre 2.700 addetti. I settori tecnologici prioritari sono: *Life Sciences*, Materiali, ICT, Energia e Ambiente, Servizi avanzati.**

Strettamente connessa al Parco S&T è la linea di attività **Piattaforme Scientifiche e Tecnologiche**, volta a valorizzare le infrastrutture di ricerca presenti nel Parco S&T quali Genomica, Epigenomica, Centro di Calcolo, Elettra Sincrotrone Trieste e altre presenti nell'ICGEB (Biotecnologie), CNR (studi sui materiali) e INFN (sensoristica e rivelatori) e per aumentare il networking e il coordinamento delle diverse realtà scientifiche locali, nazionali e internazionali, anche tramite l'allestimento di spazi e laboratori attrezzati con strumentazione di ultima generazione a servizio della ricerca fondamentale applicata e industriale. Vengono messe a disposizione di diverse tipologie di utilizzatori condizioni scientifico-tecnologiche ottimali per realizzare progetti di innovazione, attività sperimentali e servizi di eccellenza, grazie all'accesso a laboratori di ricerca caratterizzati da nuclei di competenze scientifiche e dalla disponibilità di attrezzature e strumentazioni di dimensione significativa e non facilmente replicabili.

Tutte le linee di attività di Area Science Park sono strettamente collegate al sistema Argo, coordinato da Area, un nuovo sistema industriale basato sull'innovazione di processi e prodotti in grado di aumentare la produttività economica e di generare nuova occupazione attraverso l'interazione tra ricerca e industria, attivato sulla base del protocollo d'intesa con MIUR, MISE e Regione FVG.

OGGETTO DELL'INCARICO

Lo sviluppo e la crescita del Parco S&T rappresentano quindi un focus essenziale per le attività di Area Science Park. E' fondamentale il suo sviluppo qualitativo e dimensionale individuando una nuova strategia di marketing per rafforzare la capacità di attrazione di realtà di elevata qualità, assumendo dimensioni più vicine ai migliori standard internazionali.

Si richiede pertanto:

- la redazione di una strategia di marketing volta all'attrazione di nuovi insediamenti nel parco scientifico e tecnologico
- la sua declinazione in una campagna promozionale identificando i messaggi chiave da utilizzare
- l'identificazione e la realizzazione di strumenti di comunicazione online e offline più adatti alla sua implementazione, La strategia di marketing ideata dovrà rispondere adeguatamente alle linee di sviluppo strategiche e alle tendenze prevedibili per i parchi scientifici e tecnologici per i prossimi anni.

Obiettivi

Attrarre nel PS&T nuovi insediamenti di aziende e centri di ricerca, leader nei settori tecnologici prioritari per i Campus di Area Science Park (Life Sciences, Materiali, ICT, Energia, Sostenibilità, Economia circolare).

Target

- Imprenditori (business community e investitori)
- Aziende innovative che svolgono attività di R&S nei settori *Life Sciences*, *Green Economy* e *ICT* interessate a lavorare in un ambiente innovativo e tecnologicamente avanzato in cui è possibile usufruire di importanti Piattaforme Scientifiche e Tecnologiche quali Genomica, Epigenomica, Centro di Calcolo, Open Lab ed altre già presenti nel PS&T

Messaggi

Di seguito alcuni spunti per la definizione dei messaggi:

- Area Science Park è un sistema di eccellenza, in grado di operare con efficacia ed efficienza nel campo della ricerca e dell'innovazione, con laboratori, uffici, spazi e servizi comuni in cui lavorare
- Area Science Park è un driver di connessione tra il mondo della ricerca e dell'impresa, che opera da oltre 40 anni quale facilitatore dell'intero ciclo di vita delle realtà imprenditoriali e dei centri di ricerca
- il PS&T di Area, una community di 68 imprese e centri di ricerca, tra cui Elettra Sincrotrone Trieste, ICGEB, diversi istituti del CNR: realtà affermate con forte identità scientifica, tecnologica e industriale;
- il PS&T di Area, un ambiente giovane e dinamico con un'importante gamma di servizi di alto valore che garantisce alle aziende clienti di svilupparsi e generare innovazione
- accesso privilegiato a Piattaforme tecnologiche di eccellenza (Open Labs, Centro di Calcolo, Piattaforma

Genomica ed Epigenomica, ...)
- attività di *customer care* personalizzata
- borse di studio annuali per lo svolgimento di attività tecnico-scientifiche e di ricerca

Stile di comunicazione

Lo stile di comunicazione desiderato è diretto, essenziale, informativo.

Tempistiche

Definizione della strategia di marketing e della campagna promozionale: 30 giugno 2021

Produzione strumenti di marketing e comunicazione identificati: dicembre 2021

ALTRE INDICAZIONI DI MASSIMA

- Definizione di una strategia di marketing volta all'attrazione di nuovi insediamenti nel parco scientifico
- Definizione di una campagna promozionale
- Ideazione e realizzazione degli strumenti di marketing e comunicazione offline e on-line più adatti all'implementazione della campagna promozionale individuata, quali a titolo di esempio:
  - tour virtuali in 3D di alcuni spazi esemplificativi del parco scientifico e tecnologico sia interni che esterni (es. matterport)
  - video promozionali basati sulla testimonianza di alcuni degli imprenditori/imprenditrici già residenti, *influencer* del PS&T
  - video sulle *facilities* e piattaforme tecnologiche presenti nel PS&T
  - video animazione che illustri in maniera comunicativa le modalità di insediamento e i vantaggi presenti nel PS&T
  - pianificazione di una serie di campagne Google Ads / Linkedin …
  - ideazione di altri strumenti di marketing ritenuti idonei all'implementazione della campagna promozionale proposta
  - …

(Per le ideazioni e realizzazioni prodotti video: Soggetti, storyboard, concept e location dovranno essere concordati con l'Amministrazione. La narrazione potrà fare ricorso anche all'uso di soluzioni in time-laps, animazioni, infografiche, …; Formato: Video HD; realizzazione dei video in lingua italiana con sottotitoli sia in lingua italiana che in inglese (in due differenti versioni); Montaggio; Espletamento delle pratiche SIAE ove necessario; consegna del video in diversi formati (in bassa ed alta risoluzione: mp4, avi, wmv per caricamento su piattaforme Internet, ad esempio YouTube, Vimeo)
Il pagamento di qualunque royalties e/o l'acquisizione dei relativi diritti d'autore per l'utilizzo delle immagini proposte nei video promozionali saranno a carico esclusivo del fornitore.
Ai sensi di quanto stabilito dall'art. 11 della legge 22 aprile 1941, n. 63 e s.m.i., l'Amministrazione sarà esclusiva titolare del diritto d'autore, di ogni diritto di utilizzo del materiale prodotto e delle immagini girate, esercitabile senza limitazioni di tempo e di luogo, nell'ambito e per gli scopi ritenuti congrui dall'Amministrazione.