

PIANO DI COMUNICAZIONE

Versione 2.0 del 19/10/2020

Sommario

1	Introduzione	2
2	Obiettivi Strategici	3
3	Tipologie di pubblico	4
4	Strategia di comunicazione	4
5	Strumenti di comunicazione.....	5
6	Cronoprogramma	6

Versione	Redatto da	Motivazione	Data
V1.0	MRo	Prima emissione	17/10/2018
V2.0	MRo	Integrazione e aggiornamento	19/10/2020

Rete Innovativa Regionale “Venetian Green Building Cluster”

1 Introduzione

Il presente documento descrive le modalità mediante le quali il coordinamento della RIR intende ‘animare, ampliare e consolidare’ il partenariato tra le aziende, le associazioni, i professionisti e le università che compongono la filiera di riferimento, ovvero la filiera delle costruzioni.

Il presente piano è da considerarsi come documento di lavoro, e verrà aggiornato mentre la RIR andrà consolidando la propria crescita, riflettendo le necessità e le strategie di coinvolgimento che emergeranno e risulteranno dallo sviluppo delle attività previste.

Lo stato attuale riflette dunque le necessità legate al consolidamento della RIR, operativa da inizio 2019, che in sostanza rimangono quelle del ‘far conoscere’ la rete e la sua mission, ovvero far pervenire il messaggio che la RIR è a servizio della filiera per accelerare la trasformazione green dell’intero settore, sostenendo processi virtuosi di rigenerazione urbana ed edilizia sostenibile, di contenimento del consumo di suolo, di configurazione di nuovi modelli di business connessi allo sviluppo delle città intelligenti, alla trasformazione del mercato immobiliare, e all’industria 4.0, con il fine ultimo di influenzare la qualità della vita e dell’abitare delle generazioni attuali e future nelle aree urbane.

Dove non esplicitamente indicato, è evidente che l’emergenza sanitaria scattata a marzo 2020 e ancora in corso, ha rallentato se non completamente impedito la definizione di incontri in presenza, costringendo la RIR a optare per eventi e incontri realizzati mediante piattaforme di web-conferencing.

L’importanza di un’evoluzione rapida della filiera delle costruzioni verso un modello di economia circolare, che porti alla drastica riduzione dei fabbisogni energetici, idrici e di risorse primarie di edifici e città, è stata rimarcata dalla pubblicazione dello ‘Special Report’ dell’IPCC, che indica che solo favorendo azioni immediate e di larga portata sarà possibile contenere l’aumento della temperatura media globale entro dei limiti che siano sostenibili per la tenuta dei nostri sistemi economici e soprattutto della nostra sicurezza e comfort; il tema della sostenibilità e in particolare delle costruzioni è al centro degli strumenti di ripresa dalla pandemia COVID19 (recovery fund) e della strategia EU “Green New Deal”.

Una efficace comunicazione è notoriamente un fattore cruciale per il raggiungimento degli obiettivi strategici di una organizzazione, specialmente in un settore in cui le esigenze di prodotti innovativi, edifici a maggior comfort e a più alte performance di sostenibilità devono essere supportate anche e soprattutto mediante la sensibilizzazione degli utenti, oltre che degli operatori stessi della filiera, in modo da influenzare la domanda e stimolare produttori, professionisti e imprese a innovare prodotti e servizi in tale direzione.

Per questo motivo, oltre che proseguire con le comunicazioni all’interno della rete stessa, favorendo la circolazione di idee progetto, know-how, aggregazioni commerciali e sistemiche, promuovendo il trasferimento di progetti di ricerca dal mondo accademico verso il mondo della produzione, si è optato per attivare un servizio di comunicazione esterna mediante operatori professionisti.

Nel corso del primo biennio di attività, avendo ‘varato’ il sito web della RIR (www.vegbc.org) si è potuto inoltre dar vita a una serie molto fitta di attività divulgative, organizzando (o partecipando a) eventi divulgativi e di sensibilizzazione, eventi di aggiornamento professionale, organizzazione di gruppi di lavoro, organizzazione di visite formative a casi di eccellenza, partecipazione collettiva a eventi fieristici nazionali e

Rete Innovativa Regionale “Venetian Green Building Cluster”

internazionali, disseminazione di notizie e risultati scientifici mediante newsletter e email di aggiornamento, con il coinvolgimento di studenti, ricercatori e docenti e in generale degli enti di ricerca per l'incontro con le realtà produttive del territorio.

2 Obiettivi Strategici

La RIR promuove lo sviluppo di servizi e prodotti innovativi ad uso diretto dei cittadini e delle comunità, nonché stimola la leva economica offrendo nuove opportunità di business alle imprese della filiera dell'edilizia e dell'industria delle costruzioni, e in tal senso il Piano Operativo che dà origine al presente Piano di Comunicazione, per ognuna delle 'leve' che la RIR intende utilizzare per raggiungere tale scopo, identifica alcuni obiettivi strategici di comunicazione, riassunti nella seguente tabella.

Obiettivo Strategico RIR	Obiettivo di Comunicazione
Sviluppo di nuove metodologie di promozione della qualità edilizia, in primis attraverso l'innovazione dei processi costruttivi e la certificazione volontaria delle performance di sostenibilità della filiera.	Comunicare i vantaggi dei processi costruttivi sostenibili, l'aumento del valore degli edifici, della qualità della vita e del comfort a cittadini, amministratori pubblici e a tutti i portatori di interesse della filiera; far conoscere gli strumenti a disposizione per innovare i processi costruttivi a garanzia di una maggiore sostenibilità e qualità di componenti, sistemi, edifici e città.
Studio e sperimentazione di nuovi schemi di ingegneria finanziaria volti a liberare i capitali detenuti dai potenziali investitori e indirizzarli verso investimenti in progetti immobiliari di elevata qualità architettonica e ambientale.	Mettere in comunicazione investitori privati e istituzionali del territorio con i più avanzati programmi di riqualificazione e rigenerazione basati sui risparmi energetici, sul miglioramento della qualità sociale e aumento del valore. Far conoscere questi schemi innovativi ai potenziali utenti, pubblici e privati.
Sviluppo di materiali avanzati più performanti o funzionalizzati, il cui ciclo di vita sia coerente con i principi della sostenibilità e circolarità economica.	Trasferire conoscenza e sperimentazioni a livello universitario al mondo produttivo, stimolando la nascita di prodotti e servizi innovativi da far crescere sul territorio, informando spin-off e start-up sui programmi di incubazione e sostegno messi a disposizione dagli attori pubblici e privati.
Sviluppo di nuove tecnologie derivanti dalla ricerca applicata alla gestione intelligente del territorio, delle infrastrutture, dell'ambiente e della mobilità.	Far circolare le idee, stimolare le aggregazioni al fine di accelerare i tempi di maturazione delle tecnologie derivanti dalla ricerca applicata.
Favorire l'internazionalizzazione al fine di far crescere le aziende del territorio.	Informare e organizzare la valorizzazione delle eccellenze già presenti sul territorio mediante la partecipazione a eventi e fiere nazionali e internazionali in forma aggregata presentandosi come sistema in grado di lavorare in modo integrato.

Tabella 1- Obiettivi di comunicazione

Rete Innovativa Regionale “Venetian Green Building Cluster”

3 Tipologie di pubblico

In coerenza con quanto sopra esposto, differenziando tra la componente interna ed ‘esterna’ delle azioni di comunicazione da attuare nei primi tre anni di attività della RIR, possiamo identificare un primo elenco di tipologie di pubblico e specifici target group, riassunti nella seguente tabella in relazione ai principali obiettivi.

Livello di comunicazione	Obiettivo	Pubblico	Esempi di Target group
Comunicazione “esterna”	Promozione della domanda di edifici e città più vivibili e più sostenibili.	Utenti di edifici e città	<ul style="list-style-type: none"> • Associazioni di cittadini • Associazione dei Comuni Italiani • Amministratori di condominio • Media • ...
	Promozione delle eccellenze del territorio a livello nazionale e internazionale, benchmark con gli attori della filiera di altre regioni e Paesi	Operatori esterni potenzialmente interessati a prodotti e servizi innovativi di operatori Veneti della filiera.	<ul style="list-style-type: none"> • Studi di progettazione internazionali • Developer internazionali • Amministrazioni e aziende partner di altre Regioni • Università ed Enti di Ricerca nazionali e internazionali
Comunicazione “interna”	Innovazione di processo, promozione di metodologie di progettazione integrata, strumenti di certificazione della sostenibilità di prodotti, edifici e città.	Professionisti e operatori della filiera	<ul style="list-style-type: none"> • Altre RIR e distretti • Iscritti agli albi professionali • Artigiani • Tecnici aziendali • Ricercatori • RUP e tecnici delle amministrazioni
	Aggregazione e integrazione della ricerca, nascita di nuovi prodotti e servizi, sviluppo di progetti innovativi,	Membri della RIR Università ed Enti di Ricerca Incubatori e investitori	<ul style="list-style-type: none"> • Aziende e dipartimenti membri della RIR • Incubatori certificati • Innovation investors • Business Angels

Tabella 2 - Tipologie di pubblico ed esempi di target group

4 Strategia di comunicazione

La strategia di comunicazione adottata è volta al coinvolgimento più ampio possibile degli utenti e degli operatori della filiera, in particolare al fine di amalgamare le competenze di Università ed Enti di Ricerca

Rete Innovativa Regionale “Venetian Green Building Cluster”

con le esigenze e le opportunità legate al mondo produttivo e dell’industria del territorio Veneto, attraendo investitori nazionali e internazionali in partenariati con gli operatori del territorio.

Gli aderenti alla RIR sono aziende dotate di propri canali comunicativi, e in tal senso la strategia sarà volta a creare messaggi che possano essere facilmente amplificati dagli attori della filiera, in quanto di interesse per l’intero settore e orientati alla creazione di valore per tutti gli operatori.

Di particolare rilievo sarà il coinvolgimento dei gruppi di ‘utenti’ come testimonial dei benefici legati allo sviluppo green della filiera (come positivamente sperimentato da alcuni membri fondatori in passato), sia per quanto riguarda l’evoluzione sostenibile dei prodotti (che in tal modo possono essere promossi su mercati di dimensione internazionale) sia di edifici (che aumentano di valore sia per gli investitori che per committenti e utenti) sia di città (che diventano più sostenibili anche socialmente ed economicamente).

La strategia è volta alla creazione di una community di esperti, alla creazione di maggiore scambio e conoscenza e stimolo all’azione di ricerca aggregata e alla progettazione integrata.

5 Strumenti di comunicazione

Gli strumenti che verranno sviluppati nei primi tre anni di attività, sono riassunti nella seguente tabella, che li mette in relazione con i potenziali pubblici e target group che ne potranno fruire / beneficiare.

Strumento	Pubblico / Target group beneficiario
Sito web – parte pubblica Social media (facebook, twitter, instagram, etc.)	General public, Media
Comunicati stampa	Media, Community, Territorio
Sito web – sezione ad accesso dedicato ai membri	Referenti dei membri della RIR
Newsletter esterna	Iscritti dal sito, contatti, partecipanti a eventi
Newsletter interna	Membri della RIR, RIR partner, collaboratori interni ed esterni, esperti.
Eventi e seminari tecnici (perlopiù virtuali in ottemperanza ai vari DPCM emergenza COVID-19)	Gruppi target per lo specifico argomento dell’evento. Es.: evento di aggiornamento sullo stato dell’arte dei ‘Mutui Green’ e altri strumenti avanzati di finanziamento dell’edilizia sostenibile: Target: istituti di credito, investitori, imprese, ESCo, economisti, fondazioni, amministrazioni pubbliche, etc.
Gruppi di lavoro	Referenti dei membri della RIR esperti in particolare tematiche di interesse per la filiera. Partecipanti a specifici progetti di ricerca e innovazione.
Fiere e visite nazionali e internazionali (se compatibile con i vari DPCM emergenza COVID-19)	Aziende innovative, referenti tecnici aziendali, ricercatori, studenti.

Tabella 3 - Strumenti di comunicazione e target

Rete Innovativa Regionale “Venetian Green Building Cluster”

6 Cronoprogramma

Quanto sopra esposto sarà attuato nell’arco temporale dei primi due-tre anni di attività. Ciò nonostante alcune azioni potranno avere inizio in breve termine; si elenca una bozza di crono programma del primo anno di attività, naturalmente da rivedere a valle dei primi mesi di definizione organizzativa della RIR.

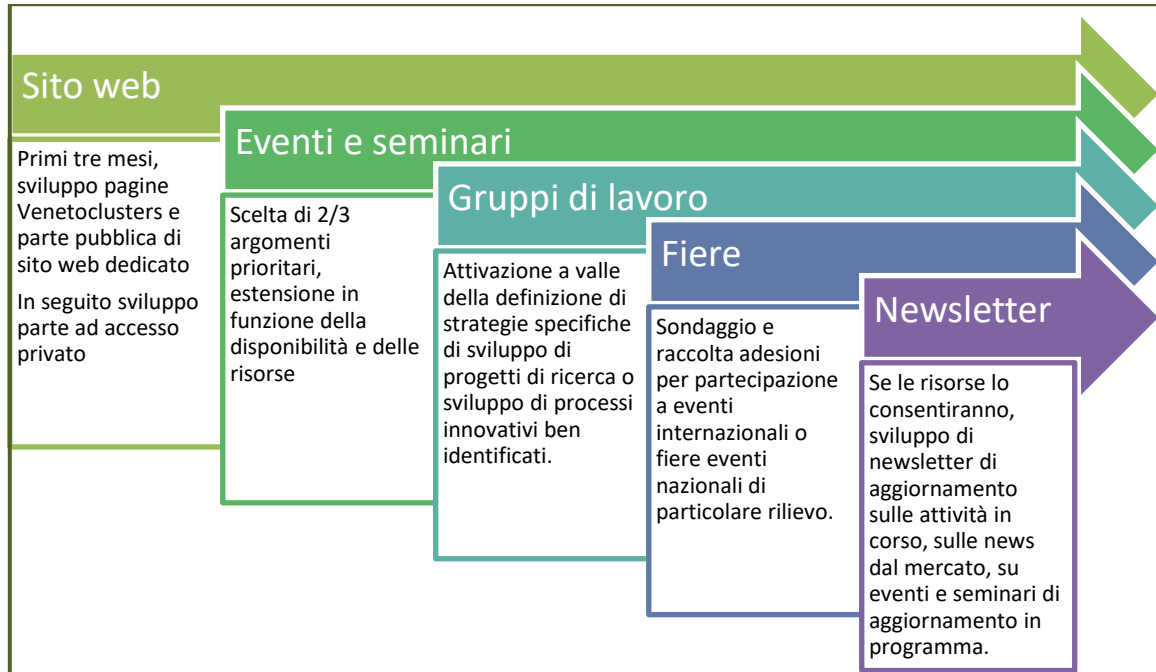


Figura 1 - Cronoprogramma