



Fondazione
Regionale
per la
Ricerca
Biomedica

PIANO DI COMUNICAZIONE 2026

Rev. 0
del 16/02/2026

PIANO DI COMUNICAZIONE ANNO 2026



Fondazione
Regionale
per la
Ricerca
Biomedica

 Fondazione Regionale per la Ricerca Biomedica	PIANO DI COMUNICAZIONE 2026	
		Rev. 0 del 16/02/2026

INDICE:

- 1. PREMESSE**
- 2. SCOPO PRIMARIO**
- 3. ULTERIORI SCOPI**
- 4. AMBITO OPERATIVO**
- 5. DESTINATARI**
- 6. ORGANI STATUARI E SOGGETTI COINVOLTI**
- 7. STRATEGIA E MEZZI DI COMUNICAZIONE**
- 8. CONCLUSIONI**

Rev.	Data	Motivo	Redatto	Verificato	Approvato
0	15/4/2025	<i>EMISSIONE</i>	Comunicazione outsourcing	DG	CDA
1	25/02/2026	<i>1° REVISIONE</i>	Funzione Comunicazione e Formazione	DG	CDA

 Fondazione Regionale per la Ricerca Biomedica	PIANO DI COMUNICAZIONE 2026	
		Rev. 0 del 16/02/2026

1. PREMESSE

Fondazione Regionale per la Ricerca Biomedica, di seguito FRRB, nell'ambito territoriale della Regione Lombardia e ai sensi dell'art. 2 dello Statuto, ha lo scopo di promuovere, nel settore delle Scienze della Vita, la ricerca scientifica e sanitaria anche con riferimento alle aree sinergiche e complementari individuate dalle politiche regionali, sostenendo attività di:

- ricerca fondamentale, ricerca applicata e sviluppo sperimentale, con particolare riguardo alla ricerca preclinica, clinica e traslazionale;
- innovazione, trasferimento tecnologico e diffusione dei risultati della ricerca, promozione di nuove imprenditorialità originate dalla ricerca, scambio di conoscenze, valorizzazione economica dei risultati della ricerca anche attraverso la tutela della proprietà intellettuale.

Per il perseguimento delle proprie finalità, la Fondazione si propone di:

- diffondere presso i cittadini, le imprese, le istituzioni, gli enti, gli organi di informazione, una migliore conoscenza delle predette tematiche, favorendo anche il dibattito e la divulgazione dei risultati della ricerca;
- sviluppare relazioni istituzionali, sinergie e collaborazioni con altri organismi, pubblici o privati, italiani o esteri, anche tramite la partecipazione a bandi nazionali, europei e internazionali nei settori d'interesse della Fondazione.

La Fondazione, negli anni, si è fatta promotrice di progettualità innovative nel campo della ricerca biomedica, preclinica e clinica capaci di favorire sinergie tra Università, ospedali e I.R.C.C.S. (pubblici e privati).

Sin dalla sua nascita, avvenuta nel 2011 per volere di Regione Lombardia, la Fondazione Regionale per la Ricerca Biomedica è scesa in campo con continuità al fine di promuovere attivamente progetti di aggregazione regionali e nazionali per creare e favorire ecosistemi di ricerca e innovazione, in cui imprese ed enti hanno l'opportunità di lavorare insieme e a stretto contatto nella quotidianità.

 Fondazione Regionale per la Ricerca Biomedica	PIANO DI COMUNICAZIONE 2026	
		Rev. 0 del 16/02/2026

2. SCOPO PRIMARIO

Il presente piano di comunicazione viene strutturato con l'obiettivo finale di mettere a terra una strategia utile per accrescere ulteriormente la visibilità di FRRB in qualità di realtà lungimirante del proprio settore e delle iniziative, impattanti ed efficaci, a sua firma e dei suoi professionisti, rendendole così note ad un pubblico ampio e variegato, composto sia da stakeholder e ricercatori/figure del campo medico/scientifico/sanitario sia da comuni cittadini del territorio lombardo e nazionale.

In continuità con il Piano di Comunicazione approvato dal CDA, in data 15 aprile 2025, il presente documento intende dare seguito a quanto è stato fatto durante il 2025 e negli anni passati, continuando a rafforzare la sinergia creatasi tra la Fondazione stessa e una serie di attori, quali, ad esempio, gli Enti pubblici, le Aziende Socio-Sanitarie Territoriali, le Agenzie di Tutela della Salute, le Università e gli Organismi di ricerca.

3. ULTERIORI SCOPI

Oltre a quanto già anticipato, il piano di comunicazione si prefissa ulteriori finalità, ovvero:

- promuovere con ancora più determinazione ed efficienza la ricerca biomedica;
- mettere ulteriormente in risalto, anche a pubblici/target non specializzati, le opportunità di finanziamento della ricerca stessa;
- diffondere e porre la lente d'ingrandimento, anche della stampa locale e nazionale, sui risultati e i traguardi della Fondazione e della ricerca biomedica;
- coinvolgere, in maniera mirata e strategica, gli stakeholder con lo scopo di fare pubbliche relazioni e networking;
- sostenere il partenariato pubblico-privato.

 Fondazione Regionale per la Ricerca Biomedica	PIANO DI COMUNICAZIONE 2026	
		Rev. 0 del 16/02/2026

4. AMBITO OPERATIVO

Sono considerate attività di comunicazione istituzionale quelle volte a conseguire:

- l'informazione ai mezzi di comunicazione di massa attraverso stampa, audiovisivi e strumenti telematici;
- la comunicazione esterna rivolta ai cittadini, alle collettività e ad altri enti tramite modalità tecniche e organizzative variegate;
- la comunicazione interna ai dipendenti.

Entrando ancor più nel dettaglio, ogni attività di comunicazione è finalizzata a:

- illustrare le attività (es. pubblicazione bandi, partecipazione alle partnership europee) e il loro funzionamento;
- favorire l'accesso ai servizi erogati, promuovendo la conoscenza;
- promuovere approfondimenti su temi di rilevante interesse pubblico e sociale;
- promuovere l'immagine della Fondazione nonché di Regione Lombardia favorendone la conoscenza e visibilità ad importanti eventi locali, regionali, nazionali ed internazionali.

5. DESTINATARI

Il presente piano punta a raggiungere diverse tipologie di audience:

- Enti del Sistema Regionale;
- Aziende Socio-Sanitarie Territoriali (ASST);
- Agenzie di Tutela della Salute (ATS);
- Istituti di ricovero e cura a carattere scientifico (IRCCS) di diritto pubblico e privato;
- le Università (pubbliche o private);
- gli Organismi di Ricerca;
- i Ricercatori;
- giornalisti appartenenti a testate e siti web sia specializzati sia generalisti/nazionali;

 Fondazione Regionale per la Ricerca Biomedica	PIANO DI COMUNICAZIONE 2026	
		Rev. 0 del 16/02/2026

- la cittadinanza in genere;
- il personale di Fondazione.

6. ORGANI STATUARI E SOGGETTI COINVOLTI

Organi Statuari:

- Consiglio di amministrazione;
- Direttore Generale.

Soggetti:

- Area Bandi, Progetti e Qualità;
- Area Amministrativa;
- Funzione Compliance;
- Funzione Comunicazione e Formazione;

7. STRATEGIA E MEZZI DI COMUNICAZIONE

Con riferimento alla strategia di comunicazione si intende proseguire con la stessa linea adottata nel corso del **2025** e, quindi, utilizzando diversi canali per incrementare e massimizzare la divulgazione delle attività e dei risultati conseguiti in termini di visibilità e di riscontri mediatici.

Si parte con i **social media** e, nello specifico, con i canali utilizzati e utilizzabili da FRRB:

- 1) **LinkedIn**: in questo momento si presenta come il social network più utilizzato dai lavoratori, dai professionisti e dalle aziende di tutto il mondo (solo in Italia si contano circa **20 milioni** di iscritti), consolidandosi come la piattaforma leader, soprattutto, per il networking, la ricerca di lavoro e il personal branding. Partendo da quanto indicato in questa breve premessa, FRRB utilizza e utilizzerà la piattaforma proprio per una questione di branding, mettendo in risalto sé stessa, i professionisti che ci lavorano e le iniziative strutturate; per il networking, interagendo e mettendosi in contatto con ricercatori/addetti ai lavori del proprio settore di riferimento, ma anche Enti pubblici e privati e Università, e, infine, per dare voce e ulteriore risalto alle

 Fondazione Regionale per la Ricerca Biomedica	PIANO DI COMUNICAZIONE 2026	
		Rev. 0 del 16/02/2026

offerte di lavoro, create con l'obiettivo di aggiungere risorse, Junior e Senior, al proprio team di lavoro. A livello prettamente operativo, il profilo LinkedIn della Fondazione Regionale per la Ricerca Biomedica, di seguito FRRB, da ormai **due** anni cresce in maniera costante. Rispetto al **2025**, la pagina ha superato quota **3mila** follower attraverso la pubblicazione di contenuti prettamente corporate così suddivisi nelle seguenti rubriche:

- **rassegna stampa**: gli articoli più importanti (sia carta sia web) sia le interviste effettuate dalle spokesperson di FRRB con radio e/o tv vengono condivise/pubblicate/programmate con l'obiettivo di far emergere la rilevanza mediatica della Fondazione stessa e l'attenzione che la stampa e i giornalisti riservano sia a FRRB sia alle sue iniziative, ma anche di creare un rapporto ancora più strutturato con i professionisti del mondo editoriale/giornalistico che ci riservano spazio e notorietà;
- **eventi**: a cadenza variabile, la Fondazione Regionale per la Ricerca Biomedica organizza appuntamenti/circostanze presso le sale più importanti di Palazzo Lombardia al fine di presentare sia i nuovi bandi sia i migliori progetti legati a bandi lanciati in passato. In questo modo si crea un rapporto ancora più stretto e collaborativo con gli Enti e i gruppi di ricerca. Sotto questo punto di vista, la ripresa degli eventi su LinkedIn attraverso post informativi, dotati anche di visual impattanti, risulta strategico per fare networking e accrescere la fan base di Fondazione;
- **speech opportunities**: le spokesperson di FRRB, in particolar modo il Presidente del CDA e il Direttore Generale, a cadenza variabile, prendono parte ad eventi organizzati da terzi in veste di relatori/speaker e, con l'obiettivo di pubblicizzare il loro ruolo istituzionale, vengono prodotti dei contenuti pubblicati in maniera istantanea, rispettando la temporalità delle loro partecipazioni agli eventi;
- **website**: tutti i più importanti aggiornamenti effettuati sul sito web di Fondazione verranno ripresi sotto forma di link su LinkedIn al fine di comunicare quanto pubblicato ad un'audience più vasta e variegata;

 Fondazione Regionale per la Ricerca Biomedica	PIANO DI COMUNICAZIONE 2026	
		Rev. 0 del 16/02/2026

- **trasferte/uscite di servizio**: il personale di FRRB e i componenti del CDA, a seguito di inviti e di accordi presi internamente, partecipano a congressi, fiere ed eventi sia all'interno del Comune di Milano (uscite di servizio), ma anche in Lombardia, in Europa e nel mondo (trasferte). La mission di questa rubrica è quella di far conoscere ai nostri utenti il ruolo, sempre più d'impatto, di Fondazione non solo a livello regionale e nazionale, ma anche europeo e mondiale;
- **offerte di lavoro**: a seconda delle esigenze e degli obiettivi annuali, Fondazione apre le proprie porte a professionisti junior/senior attraverso offerte di lavoro strutturate per target mirati e specifici. Tramite Linkedin, si vuole dare più visibilità alle offerte in quanto tali;
- **interviste**: attraverso brevi "interview" FRRB si pone l'obiettivo di far conoscere i propri dipendenti e le loro mansioni agli utenti della fan base di Linkedin al fine di creare, sempre con gli stessi follower, un rapporto più diretto ed empatico.

A livello prettamente strategico, l'obiettivo, nel corso dell'anno corrente, consiste nel proseguire con quanto di buono fatto fino ad ora, pubblicando almeno **uno o due** contenuti alla settimana a seconda del periodo e delle necessità istituzionali/corporate della Fondazione. Si punta a raggiungere almeno quota **4500** follower entro la fine dell'annata corrente.

- 2) **Instagram**: a differenza di Linkedin, si tratta di un social più smart e prettamente visual. Da segnalare che, da metà settembre **2025** ad oggi (**inizio 2026**) la fan base è passata da **16** a quasi **100** follower sfruttando solo ed esclusivamente contenuti organici. Ciò è avvenuto grazie a una strategia di comunicazione che prevede, appunto, sia post statici (**uno o due alla settimana**) presenti all'interno del feed sia stories, quindi proposte sia video sia fotografiche, le quali, attraverso l'opzione "Storie in Evidenza" risultano sempre visibili e suddivise in categorie specifiche, ovvero: "Eventi", "Press", "Workshop" e "Progetti". Durante il medesimo periodo citato a inizio paragrafo, sono stati realizzati anche contenuti in partnership con altre realtà del territorio quali, ad esempio, l'Università Statale di Milano (in occasione

 Fondazione Regionale per la Ricerca Biomedica	PIANO DI COMUNICAZIONE 2026	
		Rev. 0 del 16/02/2026

dell'evento "MeetMeTonight"), l'Istituto Neurologico Besta, nell'ambito del Bando di Ricerca Collaborativa Under 40, l'Associazione Farmaceutici dell'Industria (AFI) con focus sull'evento "Real World Data Revolution" organizzato in data **11 febbraio 2026** e, per ultimo ma non meno importante, l'ASST Cremona, con il quale è stata organizzata una conferenza stampa con il fine primario di comunicare il lancio del progetto MIND legato al "Bando From Bed to Bench: the Way to Innovation" (PDA2021).

Nel corso del **2026**, la parola d'ordine sarà **continuità**, soprattutto, a livello di pubblicazioni, favorendo anche e soprattutto la creazione di post video (es. pillole). Durante la seconda metà dell'anno si valuterà, a seguito di confronto e in comune accordo con il Direttore Generale, anche l'ideazione di campagne sponsorizzate a pagamento, con budget da concordare, al fine di accrescere, con maggiore velocità ed immediatezza, la fan base/brand awareness e il tasso di engagement della pagina.

- 3) **Facebook**: in linea generale, si tratta di una piattaforma dal carattere istituzionale proprio come LinkedIn. A livello di contenuti, rubriche, tone of voice e numero di contenuti settimanali, Facebook e LinkedIn viaggiano sulla stessa lunghezza d'onda. Proprio per questo, verranno programmati circa **uno** o **due** post alla settimana. Come per Instagram, per velocizzare la crescita della fan base e il tasso di engagement, si valuterà, nel corso della seconda metà dell'anno e in accordo con il Direttore Generale, di strutturare campagne sponsorizzate a pagamento mirate ed efficaci.

Dai social si passa alle attività di **PR & Ufficio Stampa**.

Entrando più nello specifico, la mission di questo asset strategico consiste nella creazione di comunicati stampa, sia **B2B** sia **B2C**, nell'organizzazione di interviste e nell'invitare reporter e giornalisti freelance agli eventi a cura della Fondazione Regionale per la Ricerca Biomedica, per i seguenti motivi:

- **comunicati stampa**: attraverso elaborati/contenuti sia di stampo istituzionale e locale (B2B) sia di carattere internazionale (B2C), poiché realizzati sotto forma di approfondimenti utilizzando anche fonti e giornali esteri, si vuole far

 Fondazione Regionale per la Ricerca Biomedica	PIANO DI COMUNICAZIONE 2026	
		Rev. 0 del 16/02/2026

emergere Fondazione, le sue iniziative e i suoi professionisti, in particolar modo le spokesperson, e far conoscere il tutto ai giornalisti e alle redazioni delle più importanti testate italiane. A livello quantitativo ne verrà realizzato **uno, due** al massimo, al mese per coprire in maniera omogenea l'anno corrente;

- **interviste**: non solo carta e web, ma anche radio e tv grazie a “interview proposal” mirate al fine di attirare l'attenzione di reporter specifici quali conduttori e anchorwomen. Di recente, oltre a *Giornale Radio* con cui Fondazione ha già fatto diverse interview, il servizio a cura di *Radio24 – I Lavori di domani* con il Responsabile della Funzione Scientifica di FRRB come spokesperson e la puntata realizzata in collaborazione con il podcast “*Insider – Dentro la Tecnologia*”, è stato raggiunto un altro contenitore radiofonico di ottimo livello come *Radio Marconi*, rubrica “Belle Storie”. Senza dimenticare le cosiddette “TV opportunity” come la recente ospitata organizzata con l'emittente CR1 per il programma “La Piazza” e il contenitore, bergamasco di sede e lombardo di emissione denominato “*Sei la TV*”;
- **inviti stampa ad eventi**: in occasione degli eventi a cura di FRRB, l'invito a presenziare non verrà riservato solo ed esclusivamente a ricercatori e addetti ai lavori del settore medico-sanitario, ma anche a giornalisti appartenenti a website specializzati e testate generaliste. In questo modo, oltre a ricevere contenuti e proposte d'intervista, i reporter stessi avranno modo, in caso di presenza, di conoscere più da vicino la Fondazione e le figure istituzionali.

Si prosegue con il **sito web** (frrb.it) di FRRB: ogni sezione del portale istituzionale di Fondazione viene aggiornata a cadenza variabile a seconda del tipo di comunicazione da pubblicare/condividere. Le più soggette ad aggiornamenti sono le seguenti: “Bandi”, suddivisa in Bandi Regionali e Bandi Europei, “Homepage”, sia a livello di Slider sia di Avvisi, “Amministrazione Trasparente”, di comune accordo con il DG e nel rispetto delle scadenze ricordate anche dalla Responsabile Funzione Compliance di FRRB, ed “Eventi & News”. Per quanto riguarda quest'ultima, vengono caricati sia le uscite mediatiche/giornalistiche in cui viene citata Fondazione sia delle brevi news incentrate sugli eventi in fase di organizzazione.

Newsletter: al fianco di aggiornamenti di grande importanza effettuati sul sito web di Fondazione, vengono strutturate anche delle brevi newsletter, con visual

 Fondazione Regionale per la Ricerca Biomedica	PIANO DI COMUNICAZIONE 2026	
		Rev. 0 del 16/02/2026

d'impatto, aventi come obiettivo specifico quello di comunicare, in maniera rapida ed immediata, quanto pubblicato sul sito agli Enti appartenenti al network della Fondazione Regionale per la Ricerca Biomedica, di seguito FRRB. In termini numerici, il numero di newsletter condivise può variare di mese in mese: in genere ne vengono create e condivise **tre/quattro** a cadenza mensile e, dal punto di vista contenutistico, si basano, in particolar modo, sui bandi creati da FRRB e sulle partnership a cui la Fondazione stessa prende parte in veste di funding agency.

Incontri con enti e aziende del territorio: oltre al rapporto professionale, basato su call da remoto e condivisione di mail strategiche e operative, il personale di FRRB, passando soprattutto dalle decisioni del Direttore Generale e dal lavoro di mediazione del Responsabile Funzione Comunicazione e Formazione, si prefissa di effettuare nell'arco dell'anno corrente una serie di incontri in presenza con Direttori Responsabili, team di ricerca e professionisti degli Enti con cui collabora quotidianamente presso le loro sedi operative. Il tutto rientra anche nell'ambito del progetto "In-Contact" approvato in occasione del CDA tenutosi in data **22 ottobre 2025**. Un esempio concreto è la recente partecipazione, sia fisica sia in termini operativi, di una delegazione di FRRB alla conferenza stampa avvenuta a Cremona presso la sede dell'ASST Cremona con lo scopo di presentare ufficialmente il progetto "MIND", quest'ultimo ammesso a finanziamento nell'ambito del "Bando From Bed to Bench: the Way to Innovation" (PDA2021).

Eventi: si tratta di due categorie di appuntamenti, ovvero istituzionale e di formazione. Per quanto riguarda i primi, vengono organizzati, in genere, per presentare nuovi bandi o i migliori progetti, vale a dire quelli ammessi a finanziamento, e vengono effettuati all'interno di sale d'impatto situate a Palazzo Lombardia quali, ad esempio, la Sala Belvedere o la Sala Biagi. Per quanto riguarda, invece, i secondi vengono ideati, a livello di tematiche, dalla Funzione Scientifica in accordo con il Direttore Generale e hanno come mission proprio la formazione di ricercatori e personale del mondo medico-sanitario.

Di seguito la prima bozza di **cronoprogramma** con tutti gli appuntamenti ad oggi fissati (il programma potrebbe subire delle modifiche):

- **4 maggio 2026:** evento formativo denominato "*TRIAL-ME - Essentials of clinical trial writing & protocol development*";

 Fondazione Regionale per la Ricerca Biomedica	PIANO DI COMUNICAZIONE 2026	
		Rev. 0 del 16/02/2026

- **24 giugno:** evento istituzionale – presentazione dei progetti vincitori del “Bando Consolidator I° Edizione”;
- **16 settembre:** evento formativo denominato “Comunica la tua scienza: strategie per un'efficace divulgazione pubblica”;
- **1-2 ottobre:** evento formativo denominato “Plan your Science: effective strategies and tools to get your project funded”;
- **22 ottobre:** evento formativo denominato “Fondamenti di Europrogettazione”;
- **11 novembre:** evento formativo denominato “DAL BANDO ALLA GESTIONE DEI RISULTATI: aspetti tecnico-amministrativi e valorizzazione della proprietà intellettuale nei progetti di ricerca”;
- **Fine novembre:** evento formativo organizzato con l'obiettivo di allineare ricercatori e personale medico-sanitario del territorio sulle call europee attualmente aperte;
- **Prima metà dicembre:** evento istituzionale – “Mid-Term – Progetti Bando Giovani II”.

8. CONCLUSIONI

Il presente piano di comunicazione, che può essere soggetto a modifiche/aggiornamenti nel corso dell'anno, rientra in un programma complessivo della durata di **tre** anni citato e definito all'interno del “**Piano di Comunicazione 2025**” approvato in data **15 aprile 2025** e, in vista dei prossimi mesi e del **2027**, si svilupperà attraverso la strategia anticipata al **punto 7** e in consecutio con quanto organizzato, pianificato ed effettuato nel corso del **2025** con focus sui seguenti punti cardine:

- organizzazione di eventi informativi aperti al pubblico, contestuali alla pubblicazione dei bandi di ricerca;
- pubblicazioni tramite sito web e newsletter relative ai bandi di ricerca e ai risultati conseguiti in materia di ricerca scientifica;
- creazione e lanci di comunicati stampa al fine di coinvolgere i giornalisti del territorio e avere massima rilevanza sui media;
- creazione e pubblicazione/programmazione di contenuti studiati ad hoc per ogni piattaforma social;

 Fondazione Regionale per la Ricerca Biomedica	PIANO DI COMUNICAZIONE 2026	
		Rev. 0 del 16/02/2026

- organizzazione di corsi di formazione rivolti ai principali stakeholder;
- incontri sul territorio con le aziende e con gli enti di riferimento.



Fondazione
Regionale
per la
Ricerca
Biomedica

PIANO DI COMUNICAZIONE 2026

Rev. 0
del 16/02/2026

frrb.it



Fondazione
Regionale
per la
Ricerca
Biomedica