CNAO
Centro Nazionale di Adroterapia Oncologica

Via Erminio Borloni, 1 27100 PAVIA
Tel. 0382 0781 – www.cnao.it

Numero	*Data*	*Rev.*	*Pagina*
DOC-DC-ST-GEN-00170	12/11/2026	1	1 di 8

Documento tipo / Document type

SPECIFICA TECNICA

Titolo / Title

SERVIZIO DI UFFICIO STAMPA, COMUNICAZIONE STRATEGICA E CAMPAGNA DI "BRAND AWARENESS"

Autori (CNAO se non diversamente indicato) / Authors (CNAO if not differently indicated)

Silvia Meneghello

Referente / Contact person

Silvia Meneghello

Parole chiave / Keywords

Riassunto / Abstract

Emesso / Compiled	*Verificato / Controlled*	*Verificato / Controlled*	*Approvato / Approved*
S.Meneghello	**M.Quaroni**	**NA**	**S.Rossi**
		NA	

Informazioni strettamente riservate di proprietà della Fondazione CNAO – Da non utilizzare per scopi diversi da quelli per cui sono state fornite – Tutti i diritti riservati. Nessuna parte di questa pubblicazione può essere riprodotta, immagazzinata o trasmessa in nessuna forma o con qualsiasi mezzo elettronico, meccanico, registrato, fotocopiato o in qualsiasi altro modo senza il permesso della Fondazione CNAO.

Confidential information property of CNAO Foundation – Not to be used for any purpose other than that for which is supplied – All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the prior permission of the CNAO Foundation.

LISTA DI DISTRIBUZIONE / DISTRIBUTION LIST			
#	*Data / Date*	*Nome / Name*	*Ditta / Society*

ELENCO DELLE VARIAZIONI / HISTORY OF CHANGES			
Ver.	*Data / Date*	*Pag.*	*Descrizione / Description*
0	07/11/2023	11	Prima emissione
1	12/11/2026	8	Revisione dei contenuti 2026

INDICE

1 INTRODUZIONE 4

2 OGGETTO E OBIETTIVI DEL SERVIZIO 4

2.1 UFFICIO STAMPA NAZIONALE E INTERNAZIONALE 5

2.2 CAMPAGNA NAZIONALE E INTERNAZIONALE DI "BRAND AWARENESS" 6

3 TEAM DI LAVORO 7

4 REPORTISTICA E MONITORAGGIO 7

5 OBBLIGHI DI RISERVATEZZA E PROPRIETÀ INTELLETTUALE 7

1 INTRODUZIONE

Il CNAO (Centro Nazionale di Adroterapia Oncologica), con sede a Pavia, è una struttura innovativa e tecnologicamente avanzata, istituita dal Ministero della Salute con lo scopo di curare i pazienti affetti da tumori radioresistenti e inoperabili mediante l'uso di protoni e ioni carbonio. Oltre all'attività clinica, il Centro si distingue per un'intensa attività di ricerca radiobiologica e traslazionale, formazione multidisciplinare e trasferimento tecnologico.

Attraverso l'imponente Progetto di Espansione avviato di recente, il CNAO si appresta a consolidare il proprio ruolo di eccellenza assoluta, proiettandosi come l'unico centro al mondo a disporre delle seguenti caratteristiche tecniche e cliniche integrate:

- **Nuove specie ioniche:** erogazione di elio e ossigeno per l'innovazione della pratica clinica e ferro per le applicazioni in ambito industriale e spaziale, posizionando così il CNAO non solo nel settore *Healthcare*, ma anche nel settore *Deep-Tech e B2B Aerospace*.
- **Gantry rotante a 360°:** una nuova area di protonterapia specificamente pensata per ottimizzare e rendere ancora più preciso il trattamento dei tumori pediatrici e complessi.
- **Sedia "Marie":** un'installazione innovativa che rivoluziona il paradigma di trattamento consentendo l'irraggiamento dei pazienti in posizione seduta.
- **BNCT (Boron Neutron Capture Therapy):** sviluppo di una terapia sperimentale all'avanguardia a livello cellulare, ideale per neoplasie diffuse e lesioni metastatiche.

Parallelamente a questa espansione di portata globale, il CNAO detiene e deve rafforzare il suo primato quale unico centro in Italia in grado di erogare trattamenti con ioni carbonio, un elemento differenziante cruciale nell'attuale panorama oncologico nazionale.

2 OGGETTO E OBIETTIVI DEL SERVIZIO

Il presente appalto, della durata di 36 mesi, ha per oggetto il servizio di Ufficio Stampa nazionale e internazionale, la consulenza strategica, l'analisi di mercato dei competitor e l'ideazione e l'esecuzione di una campagna di Brand Awareness.

Gli obiettivi strategici del nuovo triennio sono i seguenti:

- **Posizionamento Competitivo Nazionale:** Affermare con forza la leadership del CNAO come unico centro italiano dotato di ioni carbonio e nuove specie ioniche.
- **Posizionamento Globale e Unicità:** Promuovere l'unicità mondiale del CNAO legata al completamento del Progetto di Espansione, posizionando il Centro come interlocutore di riferimento globale per la comunità medico-scientifica, i decisori istituzionali internazionali e i mass media esteri.
- **"Brand" Awareness:** Sviluppare ed eseguire una campagna di comunicazione strutturata (nazionale e internazionale) per aumentare la notorietà e la riconoscibilità di CNAO presso la comunità scientifica e i potenziali pazienti esteri.
- **Stakeholder Engagement:** Promuovere relazioni virtuose con istituzioni, enti di ricerca, associazioni di pazienti a livello nazionale ed europeo (es. network di advocacy oncologica) e opinion leader del segmento salute. L'agenzia dovrà promuovere ed organizzare incontri dedicati al CNAO.

Resta ovviamente inteso che tutte le attività di comunicazione, ufficio stampa, digital PR e posizionamento istituzionale dovranno essere svolte nel rigoroso rispetto della normativa vigente in materia di informazione e pubblicità sanitaria (in particolare dell'art. 1, commi 525 e 536 della Legge n. 145/2018), del Codice di Deontologia Medica e delle direttive dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM).

La comunicazione dovrà essere improntata alla rigorosa oggettività scientifica, alla trasparenza e alla corretta informazione sull'accesso alle cure e sull'innovazione tecnologica, evitando toni enfatici o promozionali. Il posizionamento del CNAO sarà perseguito attraverso la valorizzazione positiva delle

proprie specificità cliniche e delle dotazioni tecnologiche uniche, astenendosi da confronti diretti o riferimenti oppositivi rispetto ad altre realtà sanitarie o di ricerca.

Ogni contenuto (comunicati, materiali stampa, campagne, video, post social) dovrà ricevere la **preventiva approvazione scritta (nulla osta)** da parte dell'Ufficio Comunicazione di Fondazione CNAO prima della diffusione. In assenza di formale approvazione scritta, il materiale non potrà essere veicolato a nessun titolo.

2.1 UFFICIO STAMPA NAZIONALE E INTERNAZIONALE

L'Agenzia affidataria dovrà farsi carico di tutte le attività relazionali con i media (stampa, web, radio, TV) sia sul territorio italiano che su scala internazionale:

- **Elaborazione, diffusione e proattività:** Redazione di press kit, note informative e comunicati stampa (in lingua italiana e inglese) focalizzati sull'eccellenza clinica, le innovazioni tecnologiche e la ricerca del CNAO. **L'Agenzia dovrà garantire un approccio altamente propositivo sui temi da trattare:** è richiesta la redazione e la diffusione di **almeno 1 comunicato stampa ogni due mesi**. Tali comunicati dovranno essere incentrati su argomenti legati al CNAO, ma abilmente contestualizzati riprendendo temi di attualità in ambito oncologico e recenti studi di ricerca, offrendo sempre una visione ampia e aggiornata su quanto sta accadendo nel mondo in campo oncologico. L'agenzia dovrà inoltre garantire la diffusione dei comunicati stampa alle associazioni di pazienti e alle società scientifiche in target.
- **Comunicati stampa congiunti e networking nazionale ed internazionale:** Sviluppo e redazione di comunicati stampa congiunti in collaborazione con i principali enti e partner con cui CNAO collabora a livello nazionale e internazionale. Predisposizione e avvio del workflow autorizzativo formale per almeno 3 comunicati congiunti all'anno con i partner strategici che saranno di volta in volta indicati, gestendo i solleciti e il coordinamento delle approvazioni con gli uffici stampa terzi. .
- **Thought Leadership e Op-Ed:** Impegno a elaborare, proporre e sottoporre con contatti dedicati almeno 6 proposte di Op-Ed all'anno a testate concordate; qualora la redazione non proceda alla pubblicazione, l'Agenzia è obbligata a rielaborare e proporre tempestivamente il contributo a una testata alternativa concordata con CNAO fino al completamento delle opzioni percorribili.
- **Diffusione Estera:** Mappatura dei principali media scientifici, generalisti e di settore nei mercati esteri target e diffusione mirata dei comunicati stampa internazionali per valorizzare le caratteristiche uniche al mondo del Centro.
- **Media Relations:** Organizzazione di interviste giornalistiche e radiotelevisive (con garanzia di presenza di un senior account in affiancamento), conferenze stampa, press briefing e speaking platform. L'agenzia si impegna a proporre la partecipazione da parte dei vertici CNAO ad almeno 2 eventi/anno in ambito healthcare/ricerca.
- **Eventi e Press Tour:** Organizzazione annuale di almeno un evento stampa istituzionale e di un Press Tour altamente strutturato, comprensivo di media tutorial su tematiche preventivamente definite, per far conoscere da vicino le innovazioni del Centro.
- **Gestione crisi e Protocollo Operativo:** Supporto h24 alla gestione di eventuali situazioni di crisi mediatiche.

Per garantire la reperibilità H24, l'Agenzia fornirà all'avvio dell'appalto una lista nominativa di almeno 2 referenti muniti di recapiti telefonici diretti per le urgenze fuori orario d'ufficio. In presenza di un alert o di un evento critico suscettibile di arrecare pregiudizio al CNAO, si applicano i seguenti Livelli di Servizio vincolanti:

- **Primo contatto e presa in carico:** entro 30 minuti dalla chiamata o segnalazione di crisi;
- **Predisposizione del primo draft di dichiarazione/comunicato (holding statement):** entro 4 ore dall'attivazione, il cui contenuto dovrà comunque essere preventivamente autorizzato e concordato con CNAO;

- **Monitoraggio continuativo delle uscite e rassegna d'urgenza:** aggiornamento ogni 4 ore per tutta la durata della fase acuta.

  La mancata osservanza di detti SLA costituisce inadempimento contrattuale sanzionabile con penale.

L'Agenzia dovrà consegnare, **entro 60 giorni dall'avvio del contratto**, un **Manuale di Crisis Communication** dettagliato, comprensivo di alberi decisionali, scenari di rischio pre-mappati e linee guida operative. Il Manuale dovrà prevedere un aggiornamento almeno annuale, o al verificarsi di cambiamenti organizzativi rilevanti.

2.2 CAMPAGNA NAZIONALE E INTERNAZIONALE DI "BRAND AWARENESS"

Per sostenere il nuovo posizionamento di CNAO nel mondo, l'Agenzia dovrà ideare una strategia di comunicazione integrata (PR, digital PR, media partnership) per costruire e rafforzare l'identità di CNAO su scala globale:

- **Gestione delle Media Partnership**:

  L'Agenzia curerà le relazioni con i media secondo due distinte modalità:

- **a) Partnership editoriale (compresa nel servizio):** interlocuzione ordinaria con le redazioni giornalistiche per proporre notizie, interviste e approfondimenti scientifici del Centro, valorizzandone il rilievo clinico e pubblico senza alcun costo pubblicitario.
- **b) Partnership commerciale e branded content (extra servizio):** sviluppo di contenuti informativi dedicati e progetti speciali su canali terzi, con testi e grafiche sempre soggetti alla preventiva approvazione scritta di CNAO e conformi alle norme sulla trasparenza pubblicitaria (es. dicitura *"Informazione Pubblicitaria"*).

  Si precisa, a tal fine, che l'appalto remunera unicamente l'ideazione e la redazione dei contenuti da parte dell'Agenzia: l'eventuale acquisto di spazi pubblicitari (media buying) è escluso dal presente appalto e resterà a carico di CNAO previa autonoma autorizzazione.

- **Mappatura e analisi dei target media:** l'Agenzia dovrà effettuare una mappatura delle principali testate a livello europeo più in target per CNAO, ponendo particolare attenzione ai media sensibili ai temi dell'innovazione, della ricerca scientifica e della medicina/sanità.
- **Definizione delle formule di collaborazione:** Sulla base della mappatura, occorrerà individuare le formule più coerenti con gli obiettivi (es. contenuti editoriali dedicati, interviste, videopillole, branded content, approfondimenti social/newsletter). L'obiettivo è strutturare uno storytelling autorevole per valorizzare l'unicità e le specificità del CNAO, evidenziando le tecnologie d'avanguardia a disposizione del Centro nell'ambito dell'oncologia di precisione.
- **Sinergia con Digital PR e LinkedIn:** I contenuti sviluppati a livello stampa e le iniziative internazionali dovranno essere sistematicamente declinati in chiave Digital PR, con particolare attenzione alla generazione di backlink autorevoli (SEO PR) verso il sito di CNAO per migliorarne il posizionamento nei motori di ricerca a livello globale. L'Agenzia dovrà fornire asset (testi, pillole video/infografiche) per alimentare i canali social istituzionali del CNAO, focalizzandosi su LinkedIn per raggiungere e ingaggiare la comunità medico-scientifica e gli stakeholder.
- L'eventuale coinvolgimento di divulgatori, figure scientifiche od opinion leader dovrà essere formalizzato mediante contratti scritti standard approvati dal CNAO.

3 TEAM DI LAVORO

Il fornitore dovrà mettere a disposizione un team altamente qualificato con un'esperienza minima di 10 anni in ambito healthcare, con specifiche competenze nel settore oncologico e/o med-tech. Il team dovrà obbligatoriamente comprendere:

- **Supervisor:** Responsabile strategico e coordinatore di tutte le attività, con comprovata esperienza nella gestione di grandi clienti istituzionali del settore salute e un'ottima conoscenza della lingua inglese parlata e scritta.
- **Senior Account (e relativo backup):** Figure operative specializzate in media relations nazionali e internazionali (ottima padronanza dell'inglese richiesta).
- **Team di Giornalisti:** Esperti per la stesura dei comunicati stampa e gestione e crisis communication.

4 REPORTISTICA E MONITORAGGIO

Il fornitore sarà tenuto a rendicontare costantemente le attività mediante report dettagliati. L'Agenzia dovrà impegnarsi al raggiungimento di **KPI quantitativi minimi di performance** (es. un numero minimo annuo di uscite su testate *Tier-1* nazionali e internazionali, e un target percentuale di incremento dello *Share of Voice* rispetto ai competitor). L'efficacia del servizio e della campagna internazionale sarà misurata secondo il seguente schema:

Attività di Monitoraggio	Frequenza	Descrizione dei Deliverables
Rassegna Stampa e Analisi AVE	Post-comunicato / Trimestrale	Raccolta delle uscite generate (cartaceo, web, TV) in Italia e all'estero, con indicazione di testata, data, reach stimata e valorizzazione AVE. L'analisi dovrà includere anche una valutazione qualitativa (Message Pull-through), ovvero la percentuale di articoli che contengono effettivamente i "key messages" del CNAO e non solo la mera citazionedel logo.
Report Campagna "Brand Awareness" e KPI	Semestrale	Analisi qualitativa e quantitativa delle azioni intraprese per il posizionamento di CNAO, impatto globale e verifica del raggiungimento dei KPI minimi concordati.
Analisi del settore sanitario healthcare (Share of Voice)	Trimestrale	Documento di intelligence per monitorare lo share of voice e le iniziative mediatiche aventi ad oggetto "mission analoghe" (al fine di calibrare tempestivamente le strategie CNAO.
Monitoraggio Fake News e Minacce	Continuativo (Alerting)	Segnalazione tempestiva e monitoraggio di contenuti non autorizzati o potenzialmente lesivi per il CNAO.

5 OBBLIGHI DI RISERVATEZZA E PROPRIETÀ INTELLETTUALE

Tutti i diritti di utilizzazione economica, sfruttamento, riproduzione, adattamento e diffusione dei materiali prodotti dall'Agenzia nell'ambito dell'appalto (testi scientifici, campagne, video, testi,

comunicati, grafiche, presentazioni, infografiche, ecc.) vengono ceduti a Fondazione CNAO in via esclusiva, per tutto il mondo e per l'intera durata di protezione legale dei diritti d'autore. L'Agenzia garantisce che tutti gli elaborati, immagini, software grafici, font e materiali terzi utilizzati sono liberi da pesi, vincoli o diritti di terzi che ne impediscano l'uso al CNAO.
L'Agenzia si obbliga a **manlevare e tenere indenne** Fondazione CNAO da qualsiasi azione, richiesta risarcitoria, sanzione o pretesa avanzata da terzi per asserita violazione di diritti d'autore, marchi, brevetti, diritti all'immagine o segreti commerciali derivante dall'esecuzione delle prestazioni contrattuali.

Si precisa sin d'ora che in relazione alle attività che l'Agenzia affidataria dovrà svolgere per conto del CNAO, agirà in qualità di Responsabile del Trattamento dei dati (GDPR 2016/679) dei dati personali, sensibili di dipendenti e pazienti che potrà conoscere durante l'incarico, così come sarà definito in successivo specifico accordo.

Resta ovviamente inteso che l'Agenzia e suoi collaboratori sarà tenuta alla più stretta riservatezza e segretezza su tutte le informazioni tecniche, strategiche, commerciali non di cui potrebbe venire a conoscenza durante l'incarico