



Al servizio della ricerca pubblica europea



Funded by the Horizon 2020
Finance & Progression of the
European Union

ICONS



Icons, organizzazione esperta in science communication, social e business innovation, collabora con la Ue e con partner pubblici e privati



Elena Gaboardi

Una struttura dall'esperienza ormai ventennale, che oggi si presenta come un player storico - sul mercato italiano, ma anche su quello europeo - per affiancare qualsiasi partner in attività di comunicazione, di disseminazione e (sempre più) di misurazione degli impatti e di engagement per progetti europei di ogni tipo, H2020 in primis. Parliamo della Fondazione Icons di Lodi, nata nel 2016, a seguito di un'esperienza nel settore che parte dalla fine degli anni Novanta. Oggi è un'entità non profit, completamente autonoma dal punto di vista economico, che ha lo scopo di valorizzare la ricerca pubblica europea e fornire consulenza agli operatori coinvolti. "Nell'arco di un ventennio

abbiamo partecipato ad una settantina di progetti Horizon, e oggi ne abbiamo 22 in corso - racconta Elena Gaboardi, founder e co-chair di Icons assieme a Mario Martinoli. Se all'inizio l'approccio principale era la comunicazione, oggi ci occupiamo di tutto quel che sta fra ricerca e società, quindi anche business e social innovation. Inoltre, lavoriamo anche per le agenzie europee e direttamente per l'Unione Europea: siamo fra i partner di Horizon Results Booster, ovvero il più grande servizio di divulgazione dei progetti europei". Un lavoro corposo, che occupa una quarantina di collaboratori (fra dipendenti e consulenti) di diverse nazionalità e che, come detto, ha il suo "core business" nella partecipazione attiva a numerosi H2020. "Ne vorrei citare due in particolare - prosegue Gaboardi - Il primo si chiama

eNeuron, e si propone di realizzare tool finalizzati allo sviluppo di local energy communities. Un concetto innovativo, con molte sfide applicative: bisogna mettere assieme diversi attori, trovando metodologie di approccio, dalla raccolta dei bisogni all'analisi del contesto. E per questo la nostra esperienza è importante. L'altro si chiama dRural, e sviluppa un marketplace digitale per le aree rurali che coinvolge gli utilizzatori attraverso metodologie di co-development e di validazione. Sono state scelte aree rurali in diversi paesi europei, e sulla base dei bisogni dei territori ci occupiamo di fare analisi di come le varie fasce di popolazione accettino il digitale. Abbiamo creato un framework di misurazione con indicatori economici, ma anche socio-economici e ambientali: è un progetto molto stimolante". ■



Mario Martinoli