



CAPITOLATO D'ONERI

Gara per la selezione

di un partner specializzato per la comunicazione
della Mostra d'Oltremare SpA

A handwritten signature in black ink, located in the bottom right corner of the page.



PREMESSA

Il presente **Capitolato d'oneri** ha per oggetto le attività per la realizzazione di una campagna di comunicazione multimediale e la realizzazione di iniziative idonee a generare visibilità, prestigio e affluenza di pubblico, in Mostra d'Oltremare, di cui al bando prot. n. 1657 del 17/03/2014.

In particolare, il piano di comunicazione ed eventi dovrà essere impostato su un'azione pluriennale in linea con la prospettiva del piano complessivo (Master plan 2014-2016) e sottoposta all'approvazione di Mostra d'Oltremare.

Il piano di comunicazione dovrà comprendere, tra l'altro, gli eventi di seguito descritti, relativi ai progetti denominati "**Isola del Territorio**" e "**Isola delle Passioni**", ed in ogni caso a tutte le manifestazioni prodotte e/o coprodotte dalla Mostra d'Oltremare non ancora definite.

PRINCIPALI EVENTI DA COMUNICARE

Gli eventi relativi al progetto denominato l'**Isola del Territorio** sono incentrati sui temi connaturati al Territorio, che potranno divenire nel medio-lungo periodo, i principali eventi fieristici della Mostra d'Oltremare. Tali eventi integreranno le attività commerciali già consolidate e programmate (fiere ospitate, congressi, eventi). In particolare, i temi individuati, sono:

- **turismo del mare** – Evento denominato "**Oltremare in Mostra**":
 - *cantieristica & componentistica* - Piccole e grandi imbarcazioni, motori, strumentazioni di bordo, accessori;
 - *chartering* - Noleggio imbarcazioni;
 - *itinerari turistici* - cabotaggio costiero
 - *Porti turistici e marina*, collegamenti marittimi turistici, servizi di accoglienza;
 - *sport di mare* - Pesca, diving, vela, canoa kayak, canoapolo, pallanuoto, nuoto di fondo, snorkeling, windsurf, kitesurf, beachtennis, beachvolley, etc.;
 - *cultura del mare* - Attività scientifiche e convegnistiche (es. incontri tra paesi del mediterraneo ed il mare e l'integrazione tra i popoli),



cinema, fotografia, danza, musica;

- *ambiente & sicurezza* - Gestione sostenibile delle aree costiere, disinquinamento marino, parchi e riserve marine, sicurezza;
- *Formazione* - I mestieri del mare, normative, corsi propedeutici alle patenti nautiche;

- **Musica: – Evento denominato “MIMO – Musica in Mostra, Musica in Movimento”:**

- *learning & music lab*: uno spazio dedicato alle scuole dove le realtà più significative del panorama nazionale creeranno una macro scuola con decine di aule in cui si terranno openclasses, dimostrazioni, seminari sulle tecniche strumentali e oltre. Il tutto a titolo completamente gratuito.
- *area expo*: Si tratta di un'area espositiva/ commerciale, con stand di negozi, aziende produttrici e distributrici di strumenti musicali, di booking e management, di tecnologie informatiche musicali.
- *danza*: uno spazio dedicato alla danza: accademica classica, moderna contemporanea, jazz, tango, flamenco, hiphop, break, salsa, bachata. All'interno dello spazio un palco centrale dove si avvicenderanno tutte le scuole di danza già coinvolte con esibizioni, stage e lezioni di artisti e docenti di caratura nazionale e internazionale.
- *etnica*: concerti e degustazioni che rappresentano le tradizioni culturali dei diversi luoghi del mondo, creando esperienze di linguaggi locali ed atmosfere originali, anche per favorire fertilizzazioni musicali e contaminazioni culturali.
- *artisti di strada*: è un evento a forte impatto emozionale, capace di coinvolgere gli spettatori grazie alla forza comunicativa dei suoi spettacoli e degli artisti, italiani e internazionali, che compongono il programma della manifestazione; musicisti, attori, acrobati, saltimbanchi, giocolieri, clown - sono loro i protagonisti dello Strit Festival.
- *mimo talent*: uno spazio della Mostra d'Oltremare ospiterà l'iniziativa di vari talent finalizzati allo *scouting* ed al lancio di nuovi artisti ed



alla formazione di una MIMORCHESTRA .Verrà organizzato un concorso ad hoc.

- *mimo free stage e palco giovani*: palco aperto sul quale si potranno esibire i gruppi di musica d'insieme delle scuole e chiunque abbia da raccontare in musica la sua storia. La selezione curata da esperti del settore durerà tutto l'anno e porterà ad una rassegna di giovani proposte lungo tutto l'arco della manifestazione.
 - *mimo classica*: all'interno del MIMO Live, di grande valore sarà il tributo reso alla musica classica.
 - *musica live e concerti*: spettacoli ed eventi speciali, sia singoli eventi che rassegne, quali attrattori ed integratori del programma della manifestazione.
- **Lifestyle**: – Evento denominato **"Fiera della Casa/Lifestyle"**:
 - *market*: prodotti utili e particolari da acquistare subito.
 - *enogastronomia e spettacoli*: la passione del cibo, della musica e dello spettacolo nello stile di vita
 - *body*: cura del corpo e le ultime tendenze in materia di: fitness, cosmesi, tatuaggi, dietologia/nutrizionismo;
 - *design*: i protagonisti di antiquariato, modernariato, design mostrano le loro anteprime;
 - *moda*: i brand dell'abbigliamento ed il loro know-how;
 - *hi-tech*: applicazioni di domotica e tecnologia avanzata;
 - *anima*: lo spiritualismo attraverso le religioni e le discipline orientali, letteratura, arte;
 - *education*: il momento dell'apprendimento della conoscenza, le competenze e le abitudini che vengono trasferiti attraverso l'insegnamento, la formazione e la ricerca;
 - *tempo libero*: tutto il resto delle nuove tendenze sociali.
 - Evento denominato **"Mediterranea Food & Beverage Style"**
 - *Prodotti*: esposizione e acquisto di prodotti organizzati per tipologia e per Aree geografiche. Prodotti tipici, tradizionali, particolari.



- *Cooking & degustazione*: degustazione di contaminazione e degustazione etnica. Confronto cucine di vari paesi. Gare di cucina. Celebrity Cooking (Realizzazioni con grandi Chef di Richiamo).
 - *culturale & entertainment*: editoria, proiezioni cinematografiche, spettacoli teatrali, arte sui temi del cibo
 - *scienza & salute*: idee e progetti dal punto di vista medico- scientifico. Dietologi- Tema dell'obesità e delle patologie legate all'obesità. Promozione cucine alternative con menù dedicati (celiaci, Vegetariani, Vegani, ecc.)
-
- Evento denominato **"Bicinmostra"** evento sulla bici e bike testing del Mediterraneo con area espositiva ed area prove (prove per mountain bike, bici con pedalata assistita, elettriche e da corsa). prodotti, attrezzature e novità per la bici

Il progetto relativo all' **"Isola delle passioni"**, prevede l'integrazione delle attività commerciali ordinarie con ulteriori iniziative di sviluppo, in ambito culturale/musicale/sportivo e del benessere/di intrattenimento e del tempo libero, che siano compatibili con i temi portanti indicati nel master plan 2014-2016. Finalità principale del progetto è l'attrazione, l'aggregazione e lo svolgimento di attività che possano incrementare i flussi di pubblico, valorizzando l'uso delle strutture e degli spazi esterni, rendendo la Mostra una piattaforma polifunzionale e multi tematica permanente per il territorio campano, nazionale e internazionale.

La Mostra si propone, quindi, come luogo dove singoli individui, aziende e associazioni, provenienti da mondi diversi della cultura, della ricerca, delle arti e dello sport possano incontrarsi, condividere e sviluppare progetti e attività, vivere le proprie passioni.

PIANO MEDIA

Di seguito i principali mezzi che l'azienda concorrente dovrà assicurare per la messa in esecuzione della campagna di comunicazione multimediale di cui al presente capitolato:

- web e social network, radio, public relations e direct marketing, spazi mediatici attraverso cui realizzare la comunicazione, eventuali opzioni - in aggiunta - nel mix di comunicazione (ad es. TV – manifesti etc);



- creatività del messaggio di comunicazione, con l'obiettivo di esprimere in modo efficace e multitarget l'identità ed i contenuti specifici e caratterizzanti di Mostra d'Oltremare e dei suoi eventi (Isola del Territorio, Isola delle Passioni, altri ...);
- proposta programma eventi, che dovrà prevedere al minimo tre eventi a pagamento, di elevata attrazione. Definire per tali eventi i contenuti culturali e/o dello spettacolo, gli spazi necessari, il mercato di riferimento, la tipologia di target, il potenziale pubblico attratto, le ricadute di comunicazione per Mostra d'Oltremare, i costi ed i ricavi attesi, i benefici diretti ed indiretti per la Mostra d'Oltremare.
- definizione di indicatori (kpi) idonei a misurare l'efficacia della campagna.

Tutte le attività di comunicazione dovranno prevedere l'utilizzo del logo di Mostra d'Oltremare.

Sulla base delle attività previste viene richiesta l'elaborazione di un piano *media*. Il concorrente dovrà presentare specifica e puntuale relazione inerente la descrizione dell'organizzazione delle proprie risorse umane e strumentali, dell'impiego logistico e temporale allo scopo di gestire correttamente la campagna di comunicazione.

COMPETENZE SPECIALISTICHE del PARTNER

Viene richiesta, inoltre, la trasmissione dei Curricula di esperti individuati per affiancare Mostra d'Oltremare nel periodo di attività, il monte ore disponibile e le modalità di interfaccia con lo staff di Mostra d'Oltremare. Nel gruppo di lavoro indicato nell'offerta dovranno essere inserite le seguenti figure professionali:

- un esperto, con funzione di capo-progetto/coordinatore "account executive", con almeno 10 anni di esperienza lavorativa nel settore della comunicazione d'impresa e/o istituzionale maturata alla data di pubblicazione del presente bando;
- un direttore creativo d'agenzia con almeno 3 anni di esperienza nella comunicazione d'impresa e/o istituzionale maturata alla data di pubblicazione del presente bando;
- un community manager con almeno 3 anni di esperienza nella comunicazione d'impresa e/o istituzionale maturata alla data di pubblicazione del presente bando;
- profili professionali adeguati agli obiettivi media indicati (web e social network,



radio, public relations e direct marketing);

Il rispetto di tale requisito verrà verificato sulla base dei curricula del gruppo di lavoro allegati alla domanda di partecipazione.

Inoltre, il concorrente dovrà presentare anche un **crono-programma** che identifichi la successione logico temporale delle attività, che possa garantire un rapido ed efficiente raggiungimento degli obiettivi di comunicazione.

CORRISPETTIVI ed ONERI del PARTNER

La MdO a fronte del progetto di comunicazione di cui al bando prot. n. 1657 del 17/03/2014, concederà, quale controvalore, la disponibilità per la durata di quattro anni, rinnovabile a discrezione di Mostra d'Oltremare, di aree da destinare ad uffici di 790 Mq, ubicate nell'edificio del Teatro Mediterraneo, *a cui si attribuisce un valore convenzionale stimato in euro 120.000/anno*, e inoltre una *success fee* progressiva su tre scaglioni di fatturato MdO, rispetto al raggiungimento di risultati misurabili, quantificabili nei ricavi generati dalle attività MdO, **relativi agli introiti di bigliettazione dei progetti ISOLA DELLE PASSIONI (biglietto accesso e tessere mensili) ed all'ISOLA DEL TERRITORIO (bigliettazione degli eventi prodotti da Mostra d'Oltremare).**

Saranno a carico dell'aggiudicatario:

- i costi di manutenzione ordinaria degli uffici
- i consumi energetici, e le utenze in generale
- gli oneri di realizzazione e diffusione della campagna di comunicazione, compreso i materiali di produzione e l'acquisto degli spazi pubblicitari di qualsiasi natura (ad esempio radiofonici, televisivi, web, affissioni, etc...).

Le società partecipanti dovranno presentare **una sola (1) proposta di campagna di comunicazione**. In caso di presentazione di campagne superiori a una unità, la Commissione valuterà esclusivamente la prima campagna in ordine di presentazione.

Diritti di Utilizzo ed Esclusiva

Nel caso in cui lo sviluppo dei progetti creativi rendesse necessario l'utilizzo di foto/immagini/illustrazioni, video, brani musicali/tracce audio e/o materiali affini, questi dovranno essere originali e liberi di diritti da parte di terzi. L'Aggiudicatario



dovrà quindi garantire il libero utilizzo dei materiali senza limiti temporali e territoriali. Dovrà inoltre fornire tutte le idonee licenze d'uso esclusive, la documentazione relativa all'estensione dei diritti, eventuali credits, liberatorie nel caso di materiale in cui siano presenti beni e/o persone e ogni altra documentazione richiesta dalla legge in materia.

Resta salva in ogni caso l'assenza di qualunque responsabilità di Mostra d'Oltremare in merito al pregiudizio recato a diritti di terzi di qualsivoglia natura.

Mostra d'Oltremare avrà il diritto di uso esclusivo e senza condizione di tutti gli elaborati prodotti durante il periodo contrattuale e rientranti nell'ambito dei servizi oggetto di gara. Il Committente avrà quindi libera e completa disponibilità del materiale. L'Aggiudicatario dovrà garantire che tutto il materiale creativo prodotto in sede di gara e durante il periodo contrattuale sia originale, pienamente disponibile e tale da non dar luogo, né in Italia né all'estero a contestazioni per plagio, imitazione o contraffazione da parte di terzi sul piano del diritto e dell'autodisciplina pubblicitaria.

Si precisa che a conclusione del contratto, l'aggiudicatario si impegna a fornire, in via esclusiva, a Mostra d'Oltremare l'intero archivio delle produzioni creative (foto, immagini, audio, video, copy,...) su supporto hardware, completo di file di progetto aperti e file definitivi non modificabili. Tale materiale deve essere accompagnato da liberatoria sull'utilizzo esclusivo organizzato in cartelle, data, campagna e mezzo utilizzato.

Si evidenzia, infine, che Mostra d'Oltremare diventa proprietaria esclusiva e unico utilizzatore del materiale oggetto del presente contratto, e che l'aggiudicatario o terzi, non potranno vantare alcun diritto sullo sfruttamento e utilizzo di esso.

Il Responsabile del Procedimento

Arch. Paolo Stabile

Il Presidente
Prof. Andrea Rea