



## Allegato 1

### CAPITOLATO SPECIALE D'APPALTO

**OGGETTO: Affidamento dei servizi integrati di comunicazione, organizzazione eventi "Road To", gestione Hospitality e allestimento Fan Zone per i Campionati Europei Maschili di Pallavolo 2026.**

#### 1. PREMESSA: IL CONTESTO E I NUMERI DELL'EVENTO

I **Campionati Europei Maschili di Pallavolo 2026** (34<sup>a</sup> edizione) rappresentano il principale evento continentale per nazioni, organizzato dalla **CEV** in collaborazione con la **FIPAV**. L'Italia, nazione ospitante principale, vanta una tradizione d'eccellenza e un movimento che conta oltre **320.000 tesserati** e 5.000 società.

- **Nazioni Ospitanti:** Italia (Fase finale), Bulgaria, Finlandia e Romania.
- **Periodo:** 9 – 27 settembre 2026.
- **Partecipanti:** 24 Nazionali divise in 4 Pool da 6 squadre.
- **Sedi Italiane (Pool A):**
  - **Napoli:** Gara inaugurale outdoor (10 sett.) in un'arena temporanea in Piazza del Plebiscito.
  - **Modena:** Fase a gironi (11-17 sett.) presso lo storico PalaPanini.
  - **Torino:** Ottavi e quarti di finale presso il Palavela.
  - **Milano:** Semifinali e Finali (25-26 sett.) nella nuova Arena Santa Giulia.
- **Impatto Economico Atteso:** Sulla scia del successo di EuroVolley 2023, che ha generato un indotto superiore ai **234 milioni di euro**, l'edizione



2026 mira a consolidare il valore dello sport come comparto industriale maturo.

## **2. OGGETTO DELL'APPALTO**

L'appalto ha per oggetto l'ideazione, la progettazione esecutiva, l'allestimento e la gestione delle attività promozionali e collaterali – chiavi in mano -nelle città di **Napoli, Milano, Torino e Modena**, e, per quanto necessario, nell'intero territorio nazionale.

## **3. CONCEPT NARRATIVO**

Il progetto deve sviluppare un tema unico e omogeneo di forte impatto e in grado di veicolare un potente messaggio di promozione dalla Pallavolo legata all'Evento.

Sotto questo profilo è essenziale ideare, sviluppare e declinare un unico "**Concept Narrativo**" che dovrà fungere da filo conduttore delle singole iniziative e delle campagne di promozione e comunicazione.

Il Concept dovrà trasmettere sensazioni di incontro, sfida ed energia che vibra nei palazzetti e si propaga nella città ospitante. Ogni gesto, grafica e installazione deve essere parte di un tessuto vivo e pulsante.

## **4. PIANO DI COMUNICAZIONE E MEDIA RELATION**

Il progetto, sulla base del Concept narrativo ideato, dovrà impostare la campagna di comunicazione e media relation secondo un piano preciso che dovrà essere declinato mediante la descrizione analitica di mezzi, strumenti, risorse umane, costi.

A titolo esemplificativo e non esaustivo si indicano seguito le principali aree di intervento, fermo restando che i candidati potranno proporre ulteriori ipotesi e sviluppi progettuali

- **Partnership Unconventional:** Presidio di Aeroporti, Grandi Stazioni, Centri Commerciali e Cinema.
- **Co-Marketing:** Azioni di cross-promotion con primarie Entità ed Istituzioni statali, Governative, imprenditoriali o sportive.



## 5. SERVIZI

Entro la cornice narrativa del CONCEPT l'aggiudicataria dovrà progettare e realizzare a propria totale cura e spese i conseguenziali servizi attuativi del piano di promozione sul territorio, sviluppando, con valutazioni prioritariamente condivisa con FIPAV le seguenti direttrici:

### 5.1 EVENTI "ROAD TO" E INSTALLAZIONI URBANE

In questo ambito, rimesso alla creatività e capacità progettuale dell'azienda dovranno comunque essere tenute in considerazione le seguenti esigenze ritenute prioritarie:

1. **Countdown** necessità di celebrare e spettacolarizzare il conto alla rovescia verso l'inizio dell'Evento, secondo le idee, formule e proposte che costituiranno fornitura e installazione di orologi digitali per il conto alla rovescia in posizioni storiche a Napoli (inizio campionati) e Milano (fasi finali). Le installazioni devono prevedere momenti di inaugurazione ufficiale con autorità (FIPAV, CEV, PA).
  - **Sfida:** Rendere i *Countdown* di Napoli e Milano installazioni "phygital" che spingano i passanti all'interazione quotidiana.

Questo concept si focalizza sull'attesa dell'evento e sul coinvolgimento fisico dei cittadini nelle piazze storiche (pp. 1, 4).

2. **Kick-off -100 giorni:** Organizzazione e realizzazione di un Evento promozionale mediatico a 100 giorni dall'inizio dei Campionati. L'evento deve generare visibilità nazionale e attivare i canali social.
3. **City Dressing:** Progetto di illuminazione scenografica di monumenti e luoghi iconici nelle 4 città, con l'obiettivo di creare una rete visiva coerente con l'identità del Campionato Europeo.



## 5.2 SERVIZI DI HOSPITALITY PREMIUM

In questo ambito, rimesso alla creatività e capacità progettuale dell'azienda dovranno comunque esser tenute in considerazione le seguenti esigenze ritenute prioritarie:

1. **Allestimento Aree:** Realizzazione di spazi esclusivi per partner istituzionali, corporate e dirigenti FIPAV/CEV, con arredi modulari e design premium.
2. **Catering Food & Made in Italy:** Offerta gastronomica di alto livello basata su prodotti regionali. Inclusione di **Show Cooking** per il coinvolgimento degli ospiti.
  - **Idee attivazione:** Creare idee di attivazione per rendere più movimentate e vitali le sale VIP.

## 5.3 FAN ZONE E PLAYGROUND ESPERIENZIALE IN MILANO

In questo ambito, rimesso alla creatività e capacità progettuale dell'azienda dovranno comunque esser tenute in considerazione le seguenti esigenze ritenute prioritarie:

1. **Strutture:** Realizzazione di ingressi scenografici, tribune e un **campo centrale multifunzionale** (arena teatro sportivo).
2. **Esperienze Immersive:** proposte di momenti esperienziali basati su tecnologie immersive dell'ultima generazione
3. **Animazione:** Programma di attività per famiglie, appassionati e praticanti, in coordinamento con i Comitati Regionali FIPAV.

## 6. CRONOPROGRAMMA E PENALI

1. **Milestone:** il progetto deve comprendere un cronoprogramma analitico, caratterizzato dall'individuazione delle milestones più significative. Tra queste dovranno essere inserite le date tassative, in particolare il 02/06/2026 (Kick-off) e le date di inizio gare.



2. **Penali:** Per ogni giorno di ritardo nelle installazioni o nell'avvio dei servizi, verrà applicata una penale pari allo (0, 5‰) dell'importo contrattuale. Il superamento di 10 giorni di ritardo costituisce grave inadempimento, suscettibile dalla dichiarazione di risoluzione del contratto da parte di FIPAV e della richiesta di risarcimento dei danni.

## 7. SOSTENIBILITÀ E LEGACY

1. **Impatto Ambientale:** Il progetto deve caratterizzarsi per definire e pianificare l'utilizzo di materiali riciclabili per gli allestimenti e piano di gestione rifiuti certificato.

**Sfida:** ottimizzare l'impatto ambientale e garantire il pieno rispetto delle disposizioni vigenti in materia

2. **Eredità (Legacy):** L'Appaltatore deve proporre soluzioni per il riutilizzo dei materiali o la donazione di strutture a società sportive locali al termine dell'evento.

## 8. PROPRIETÀ INTELLETTUALE E DIRITTI

1. **Titolarità dei Diritti:** Tutti i contenuti multimediali (video, foto, interviste) prodotti resteranno di proprietà esclusiva di FIPAV/CEV in quanto Organizzatori, secondo gli accordi e la regolamentazione approvata per la realizzazione del Campionato.
2. **Loghi:** L'uso dei loghi ufficiali è vincolato all'approvazione preventiva della Stazione Appaltante per ogni singolo supporto.

## 9. COPERTURE ASSICURATIVE E RESPONSABILITÀ

1. **Polizza RCT/RCO:** Obbligo di polizza RCT/RCO stipulata con primaria Compagnia di Assicurazione con massimale minimo di € 5.000.000,00 per sinistro, per persona.



2. **Responsabilità:** L'Appaltatore risponde di ogni danno a persone, cose o monumenti storici derivante dalle attività di allestimento, realizzazione e gestione.

## **10. RISERVATEZZA E GDPR**

1. **Segretezza:** l'appalto avrà carattere altamente fiduciario, pertanto sarà fatto divieto di divulgare strategie o dati sensibili degli sponsor, nonché informazioni o notizia sul know How della Federazione o della CEV in ordine alla organizzazione delle gare e regolamentazione delle sue varie fasi.
2. **Dati Personali:** L'Appaltatore opera come Responsabile Esterno del Trattamento (GDPR) per i dati raccolti durante l'evento (registrazioni fan zone, concorsi), con ogni conseguente obbligo e adempimento sua totale cura ed onere.

## **11. SICUREZZA E COORDINAMENTO**

1. **Sicurezza sul Lavoro:** L'Appaltatore deve redigere il Piano Operativo di Sicurezza (POS) e cooperare alla stesura del Documento Unico di Valutazione dei Rischi da Interferenza (DUVRI), specialmente per i cantieri nelle piazze storiche.
2. **Cantieri Aperti:** Le aree di allestimento (Fan Zone, City Dressing) devono essere delimitate e presidiate per garantire l'incolumità del pubblico e del personale, nel rispetto delle vigenti disposizioni, anche comunali.
3. **Autorizzazioni amministrative e permessi:** la fase esecutiva della progettazione, ove necessaria, così come il conseguimento di ogni eventuale e necessaria autorizzazione o permesso amministrativo od sicurezza, da acquisirsi presso le competenti Autorità, restano a cura ed onere dell'appaltatore.

## **12. OSSERVANZA DELLE DISPOSIZIONI NORMATIVE RETRIBUTIVE DEI CONTRATTI COLLETTIVI DI LAVORO.**

1. Nell'esecuzione dei lavori che formano oggetto del presente appalto, l'Appaltatore è tenuto ad osservare, integralmente, il trattamento economico e normativo stabilito dai contratti collettivi, nazionale e



territoriale, in vigore per il settore e per la zona nella quale si svolgono i lavori.

2. L'Appaltatore si obbliga, altresì, ad applicare il contratto o gli accordi medesimi, anche dopo la scadenza e fino alla loro sostituzione, e, se cooperative, anche nei rapporti con soci. I suddetti obblighi vincolano l'Appaltatore, anche se non sia aderente alle associazioni stipulanti o se receda da esse, e ciò indipendentemente dalla natura industriale o artigiana, dalla struttura, dalla dimensione dell'Impresa stessa e ad ogni altra sua qualificazione giuridica, economica o sindacale.
3. L'Appaltatore è responsabile in solido, nei confronti della Stazione Appaltante, dell'osservanza delle norme anzidette da parte degli eventuali subappaltatori nei confronti dei loro dipendenti, anche nei casi in cui il contratto collettivo non disciplini l'ipotesi del subappalto.
4. Il fatto che il subappalto non sia stato autorizzato non esime l'Appaltatore dalla responsabilità di cui al comma precedente e ciò senza pregiudizio degli altri diritti della stazione appaltante. In caso di inottemperanza agli obblighi precisati nel presente articolo, accertata dalla Stazione Appaltante o ad essa segnalata dall'Ispettorato del Lavoro, la stazione appaltante medesima comunicherà all'Appaltatore e se del caso anche all'Ispettore suddetto, l'inadempienza accertata e procederà ad una detrazione del 20% sui pagamenti in acconto, se i lavori sono in corso di esecuzione, ovvero alla sospensione del pagamento a saldo, se i lavori sono ultimati, destinando le somme così accantonate a garanzia degli obblighi di cui sopra.

### **13. FORO COMPETENTE E RISOLUZIONE CONTROVERSIE**

1. **Legge Applicabile:** Il contratto è regolato dalla legge italiana.
2. **Foro Competente:** Per ogni controversia derivante dall'interpretazione o esecuzione del presente appalto, il Foro esclusivamente competente è quello di Roma.