



Allegato 2

LINEE GUIDA PER LA REDAZIONE DEL PROGETTO

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.

Ciascuno dei punti 2,3,4,5, 6 e 7 dovrà trovare adeguato sviluppo con documentazione esecutiva allegata al progetto e relativo dettaglio dei costi.

In particolare si forniscono le seguenti linee guida:

A. CONCEPT NARRATIVO

Sul punto il progetto terrà conto e se necessario metterà in evidenza le seguenti fasi:

1. Analisi e Ricerca (Briefing)

- Analisi dei bisogni
- Identificazione del target
- Ricerca di ispirazione

2. Ideazione (Brainstorming)

- Generazione di idee
- Sintesi creativa

3. Definizione del Concept



- Elaborazione grafica (allegare lay out, bozzetti o schemi che visualizzino la proposta).
- Storytelling

4. Prototipazione e Test

- Prototipi rapidi: Realizzazione di modelli fisici o digitali per testare ergonomia, ingombri e usabilità.
- Proof of Concept (PoC): Test mirati per validare specifiche funzionalità tecniche o concettuali.

5. Raffinamento e Validazione

- Ottimizzazione: Adeguamento del progetto ai vincoli tecnici, economici e realizzativi.
- Presentazione finale

B. PIANO DI COMUNICAZIONE

Sulla base del concept narrativo stabilito, il progetto fornirà la declinazione analitica del piano:

1. Partnership Unconventional

Per intercettare il pubblico nei "non-luoghi" e nei momenti di alta affluenza, il piano prevede il presidio fisico di:

- **Hub di Trasporto:** Installazioni interattive e branding scenografico presso Aeroporti (es. Bologna BLQ) e Grandi Stazioni Ferroviarie per colpire i flussi di viaggiatori nazionali e internazionali.
- **Retail & Leisure:** Circuiti video e corner informativi nei principali Centri Commerciali e attività di screen-domination in location strategiche.

2. Strategie di Co-Marketing

Attivazione di sinergie con Entità di rilievo per amplificare il messaggio senza sovrapposizione di costi:



- **Istituzioni e Governative:** Collaborazioni con Ministeri, Enti del Turismo e Amministrazioni Locali per il patrocinio e la promozione congiunta dell'eccellenza italiana.
- **Partnership Corporate e Sportive:** Accordi di cross-promotion con brand leader e altre federazioni o club sportivi per lo scambio di visibilità sui rispettivi canali digitali e database.

3. Risorse, Mezzi e Budget (Analitica)

Il progetto dovrà prevedere espressamente, a cura ed oneri dell'appaltatore, l'impiego di:

- **Risorse Umane:** descrizione del Team dedicato.
- **Mezzi e Strumenti:** in via esemplificativa: strumenti di email marketing professionale e acquisto spazi pubblicitari (Media Buying);
- **Costi:** Il budget dovrà evidenziare le spese vive di produzione, le fee delle risorse umane, i costi di acquisto spazi (OOH/Digital).

C. EVENTI "ROAD TO" E INSTALLAZIONI URBANE

1. Descrizione delle Iniziative

Il format "Road To" richiederà lo sviluppo progettuale di una serie di attivazioni urbane mirate a generare attesa e coinvolgimento locale attraverso tre pillar principali:

- **Urban Countdown:** Installazione di totem digitali o proiezioni laser nelle piazze principali di Napoli e Milano per scandire il tempo rimanente all'evento.
- **Monument Branding:** Illuminazione artistica di monumenti iconici mediante tecnologie laser ad alta potenza (tutte le città).
- **Circuiti di Affissione:** Campagna capillare di affissioni comunali (poster e digital OOH) per una copertura massiva del territorio (tutte le città).

2. Layout Tecnico e Visual - Effetti e Animazioni Grafiche

- **Visual Dinamici:** Proiezioni di testi animati (countdown), loghi rotanti e grafiche vettoriali che seguono i profili architettonici dei monumenti.



- **Tecnologia Laser:** Utilizzo di fasci coerenti per creare effetti di "scanning" e riempimenti grafici ad alta visibilità anche in presenza di inquinamento luminoso.

3. Risorse, Mezzi e Budget (Analitica)

Il progetto dovrà prevedere espressamente, a cura ed oneri dell'appaltatore, l'impiego di:

- **Risorse Umane:** descrizione del Team dedicato:
 - **Team Leader di Progetto:** Coordinamento tra fornitori e autorità locali.
 - **Tecnici Laser/Video:** Specialisti per il puntamento e la programmazione degli effetti.
 - **Squadra di Montaggio:** Personale qualificato per l'allestimento strutturale (Truss e Lift).
 - **Tempistiche:** Previsione di 1 giorno di carico/viaggio, 1 giorno di prove/puntamento notturno e presidio tecnico per tutta la durata dell'attivazione.

- **Specifiche Tecniche Installazione Monumenti**

Per ogni location, il set-up minimo garantito comprende:

- **Sorgente Laser:** 1x Laser RGB da **60 W** (Alta potenza per lunga gittata).
- **Strutture:** 1x **Truss orizzontale** (2-3 metri) montata su **2 Lift/stativi** certificati per sollevamento carichi pesanti.
- **Controllo:** Sistema di controllo professionale con interfaccia di rete.
- **Sicurezza:** Delimitazione area tecnica e presenza di operatore di sicurezza laser (LSO).

- **Sviluppo Analitico dei Costi**

Il progetto dovrà formulare compiute ipotesi di realizzazione sui territori urbani delle città coinvolte, indicando le location il numero e la distribuzione strategica delle installazioni. La stima dei costi, riferita alle suddette ipotesi, dovrà tenere conto delle seguenti voci di spesa:



Voce di Costo	Descrizione
Noleggior Tecnologie	Tecnologie varie, sistemi di controllo, strutture e cablaggi.
Affissioni Comunali	Diritti comunali (ICP), stampa e posa in opera
Logistica e Trasporti	Movimentazione materiali con mezzi dedicati da/per location.
Risorse Umane	Tecnici specializzati (montaggio, programmazione, presidio).
Trasferte e Diarie	Vitto, alloggio, viaggi e rimborsi
Permessi e Safety	Occupazione suolo pubblico, collaudi statici, pratiche burocratiche.

D. SERVIZI DI HOSPITALITY PREMIUM

1. Vision e Obiettivi

L'obiettivo è trasformare l'area Hospitality in un ecosistema di relazioni dove il prestigio del brand **FIPAV** si fonde con l'eccellenza del **Made in Italy**. La strategia si basa su tre pilastri: eleganza funzionale, autenticità gastronomica e amplificazione digitale.

2. Allestimento Aree

L'ambiente sarà progettato per garantire comfort e privacy a partner istituzionali e corporate, utilizzando un approccio architettonico modulare.

- **Design & Moodboard:** Utilizzo di arredi dalle linee pulite, con materiali che richiamano l'artigianalità italiana (pelle, legno chiaro, metalli satinati).
- **Modularità:** Sistema di pareti mobili e arredi componibili per adattare lo spazio a diverse densità di ospiti (dai briefing riservati ai cocktail di networking).



- **Brand Integration:** Integrazione discreta ma costante dei loghi FIPAV e CEV attraverso retroilluminazione LED e stampe su tessuti tecnici fonoassorbenti per migliorare il comfort acustico.

3. Food & Beverage

All'area ospitalità non potrà mancare il catering, che non dovrà essere solo un servizio, ma un percorso sensoriale che celebra il territorio ospitante.

- **Regionalità d'Eccellenza:** Selezione di materie prime DOP e IGP provenienti dai produttori locali. Menù stagionale che reinterpreta la tradizione in chiave gourmet.
- **Show Cooking Esperienziale:** Postazioni a vista dove chef professionisti prepareranno piatti iconici "al momento". Questo riduce i tempi di attesa e crea un punto di attrazione dinamico.
- **Sostenibilità:** Utilizzo di materiali compostabili di design e gestione degli sprechi attraverso partnership con enti caritatevoli locali.

4. Speaker's Social Corner

Si ipotizza inoltre un'area tecnica dedicata alla produzione di contenuti, posizionata strategicamente per catturare l'atmosfera dell'Hospitality senza interferire con il flusso degli ospiti.

- **Set Tecnico:** Back-drop personalizzato, illuminazione professionale a tre punti (softbox) e microfonia broadcast per garantire una qualità audio/video di livello televisivo.
- **Format Interviste (10 min):** Programmazione di "pillole" narrative con VIP e Ambassador. Il focus sarà il dietro le quinte, il commento tecnico e il legame emotivo con lo sport.
- **Social Delivery:** Gestione della regia per la produzione di clip brevi (Reels/TikTok) e pillole per i canali istituzionali, ottimizzando il coinvolgimento della fan-base in tempo reale.

5. Dati tecnici

-400 mq Superficie al netto di allestimenti catering ed aree animazione

-Numero ospiti 260 in media al giorno



- min.9 ore di apertura al giorno

6. Risorse, Mezzi e Budget (Analitica)

Il progetto dovrà prevedere espressamente, a cura ed oneri dell'appaltatore, l'impiego di:

- **Risorse Umane:** descrizione del Team dedicato.
- **Mezzi e Strumenti:** in via esemplificativa: piattaforme di monitoraggio media, strumenti di email marketing professionale, produzione di contenuti video/grafici e acquisto spazi pubblicitari (Media Buying).
- **Costi:** Il budget dovrà evidenziare le spese vive di realizzazione e allestimento, le fee delle risorse umane, i costi del catering e ogni altro aspetto rilevante

E. FAN ZONE & PLAYGROUND

L'obiettivo per la **Fan Zone & Playground** di Milano è quello di trasformare l'evento sportivo in un'esperienza immersiva urbana, fondendo l'architettura storica della città con l'energia del volley moderno e creando un polo d'attrazione che non sia solo un'area d'attesa per i match, ma una destinazione iconica per i Campionati Europei 2026.

1.Strutture: L'Arena Teatro Sportivo

Trasformandolo il campo da pallavolo in un palcoscenico urbano.

- **Ingressi Scenografici:** Portali monumentali che utilizzano materiali leggeri e tecnologici (LED mesh o tessuti tesi). Il design deve richiamare la dinamicità della rete da gioco, fungendo da "tunnel dei giocatori" per il pubblico, creando immediato coinvolgimento emotivo. L'accesso all'area avviene tramite un portale monumentale di 8x4 mt realizzato in strutture tubolari metalliche, con grafiche personalizzate in polionda.
- **Il Campo Centrale (Arena Teatro):** Un playground multifunzionale in materiale sintetico di alta qualità (rimovibile). Non solo per esibizioni, ma configurato come un teatro a 360°:
- **Tribune Evolute:** Strutture modulari con un design "light" per minimizzare l'impatto visivo sui monumenti circostanti. Prevederanno



aree *lounge* integrate e zone per il *social storytelling* (angolazioni perfette per foto e video): per garantire il coinvolgimento del pubblico, sono previste tribune a panche completamente personalizzate su spalle e retro per massimizzare la visibilità dei partner.

2. Palinsesto Attività

Si richiede l'elaborazione e produzione di un palinsesto studiato per generare contenuti *social* h24 e coinvolgere target diversi. In via esemplificativa:

- **Morning Session (Community & School):**
- **Afternoon Session (Show & Engagement):**
- **Evening Session (Entertainment):**

3. Esperienze Immersive: proposte di momenti esperienziali basati su tecnologie immersive dell'ultima generazione: l'idea concettuale da realizzare con il progetto è quella di una struttura che rappresenti un ponte tra la tradizione e futuro.

4. Strategia e Gestione Contenuti Social

L'arena dovrà generare contenuti digitali h24. La gestione si articolerà su tre direttrici:

- **Social Storytelling & Live Production**
- **Engagement & Leaderboard Digitale**
- **Influencer & Legend Management**

5. Area Giochi e Skill Challenges

Per l'engagement attivo del pubblico, vi saranno zone dedicate alla pratica e al test delle abilità:

- **Minicampo:** Un'area 12x6 mt completa di rete e accessori per brevi sessioni di gioco.
- **Speed Test & Saltometro:** Zone tecniche dotate di impianto di rilevamento velocità con cartellone digitale e strutture telescopiche per misurare l'elevazione (saltometro).

6. Allestimenti e Atmosfera Urbana

L'intera Fan Zone sarà caratterizzata da elementi iconici per il *social storytelling*:



- Ambassador a grandezza naturale: sagome autoportanti degli atleti più rappresentativi per foto ricordo.
- Totem Iconici: Strutture alte 4 metri formate da cubi metallici retroilluminati con grafiche dell'evento.
- Entertainment: Un sistema audio professionale con console DJ digitale e subwoofer gestirà il palinsesto musicale e i momenti di animazione.

7. Logistica e Sicurezza

L'intera operazione sarà supportata da un piano logistico dettagliato con l'assistenza costante di allestitori specializzati e tecnici (audio, luci, elettricisti) per tutta la durata dell'evento. La sicurezza includerà la progettazione dei collaudi, le certificazioni e le pratiche per l'occupazione del suolo pubblico.

8. Struttura dei Costi e Costruzione del Budget

A. Infrastruttura e Allestimenti

- Arena Centrale: Include la pedana in Plywood (20x11m), il manto in Taraflex, le tribune per 500 persone e il sistema di pali/rete professionale.
- Esperienze immersive: proposte di momenti esperienziali basati su tecnologie immersive dell'ultima generazione
- Area Giochi & Skill Test: Include il minicampo 12x6m, il radar per la velocità e il saltometro telescopico.

B. Produzione Digital & Tecniche

- Service Audio-Luci: Impianto PA con cluster, console DJ digitale e fari LED IP67 per l'illuminazione notturna del portale e delle strutture.
- Contenuti Video: Produzione di video olografici e motion graphics specifici per la "Sala dei Trofei" interna alla Mirror Room.

C. Logistica, Personale e Sicurezza

- Movimentazione: Trasporto tramite 3 bilici (2 per l'arena, 1 per la Mirror Room) e furgoni per gli arredi, oltre al noleggio di muletti per lo scarico a Milano.
- Team Dedicato: Personale specializzato composto da:
 - Tecnici (1 audio, 1 luci, 1 elettricista, tecnici video per LED wall).
 - Allestitori per pavimentazione e strutture.
 - Staff operativo (Hostess/Steward, Security, Pulizie).



- Oneri Amministrativi: Pratiche TOSAP per l'occupazione del suolo pubblico, progettazione, collaudi statici e assicurazioni obbligatorie.

F. CRONOPROGRAMMA

Il cronoprogramma non è una semplice lista di date, ma dovrà essere lo **strumento di pianificazione analitica** che scandisce i tempi certi di esecuzione del contratto.

- **Pianificazione per Milestone:** Deve identificare i momenti chiave (pietre miliari) per il successo dell'evento. La data più critica indicata è il **02/06/2026**, ovvero il "Kick-off -100 giorni".
- **Vincolo Operativo:** Serve a garantire che l'allestimento delle sedi (Napoli, Modena, Torino, Milano) avvenga in sincrono con il calendario delle gare (9-27 settembre).
- **Funzione Giuridica:** È il parametro di riferimento per il calcolo delle **penali**. Un ritardo superiore a **10 giorni** rispetto alle scadenze del cronoprogramma è considerato un "grave inadempimento" che può portare alla risoluzione del contratto.

G. LEGACY - EREDITÀ

La *Legacy* rappresenta il valore che l'evento lascia al territorio e alla comunità sportiva **dopo la conclusione** delle finali di Milano.

- **Sostenibilità Sociale:** L'appaltatore deve proporre soluzioni per il **riutilizzo dei materiali** impiegati negli allestimenti (Fan Zone, aree Hospitality).
- **Supporto allo Sport di Base:** Una parte fondamentale della legacy consisterà nella **donazione delle strutture** (es. i campi in sintetico) a **società sportive locali**, per favorire la pratica della pallavolo anche dopo l'evento.
- **Inclusione:** i Progetti attuati dovranno contribuire a lasciare una cultura sportiva più accessibile e diversificata.



H. NOTE TECNICHE PER LA REDAZIONE

L'Elaborato progettuale (OFFERTA TECNICA) redatto secondo le prescrizioni indicate nell'avviso, dovrà contenere, per ciascuno dai punti da sviluppare ad eccezione delle lettere F (cronoprogramma) e G (Legacy):

- Una parte descrittiva generale (compresi Lay out, bozzetti, grafica, immagini etc...);
- Una parte descrittiva analitica delle singole iniziative/servizi
- Una parte di progettazione esecutiva, ove necessario (es. allestimenti, strutture, campi, tribune etc.)

L'offerta economica, oltre alla compilazione del modello Allegato 4 in tutti i campi, dovrà comprendere:

- Un budget analitico e specifico di ogni servizio/iniziativa;
- Un budget generale su foglio excel.