

10)

Domanda: Riguardo alla creatività del progetto ed alle progettazioni richieste si vuole sapere: **a)** se i layout grafici dell'America's Cup allegati alla documentazione di gara devono essere utilizzati integralmente, ivi inclusa l'immagine fotografica di fondo, per la realizzazione della campagna. **b)** se gli interventi di progettazione richiesti riguardano invece adattamenti, declinazioni e attività di copywriting per l'immagine ufficiale dell'America's Cup allegata alla documentazione. In questo caso, gli eventuali adattamenti dovranno rispettare rigorosamente il posizionamento di loghi e pittogrammi relativi all'immagine coordinata (bande laterali posizionate in basso a destra)? **c)** se il servizio di progettazione richiesto nella documentazione di gara va inteso come ideazione grafica della campagna pubblicitaria della America's Cup relativa a Napoli, ed i layout grafici allegati alla documentazione sono da considerarsi a titolo esemplificativo e quale riferimento per utilizzo e posizionamento dei loghi.

Risposta: il rispetto delle AC Brand Guidelines va inteso nell'utilizzo rigoroso di loghi e pittogrammi in modo adeguato rispetto alla competizione. Nel caso dell'evento di Napoli 2013 vanno utilizzate solo immagini, loghi e pittogrammi – con le caratteristiche grafiche e cromatiche indicate – che riportano il testo completo America's Cup World Series Naples 2013 oppure ACWS Naples 2013. Possono essere utilizzate immagini o video dell'evento dell'anno scorso a Napoli (reperibili dal sito <http://mediacenter.americascup.com/category/press-release/12acws-naples/> concordando le modalità di uso con i responsabili) con l'obbligo di mostrare almeno 3 team nelle immagini usate e non focalizzare l'attenzione su una squadra in particolare. Per esempio, se si vogliono presentare molteplici stampe di pezzi collaterali si chiede di usare più immagini che mostrano quanti più team coinvolti nell'ACWS è possibile. Le bande rosse, nere e grigie, che fanno parte dell'identità dell'evento ACWS e che saranno utilizzate anche per i prodotti/servizi dell'organizzazione ACEA, devono essere mantenute in questa combinazione. Il posizionamento di loghi e pittogrammi, fermo restando quanto detto sopra e quanto riportato nelle AC Brand Guidelines, è libero e pertanto anche i layout grafici sono da considerarsi a titolo esemplificativo.

11)

Domanda: Il Bando di gara al punto II.2.1 (pag. 2) riguardo agli oneri di sicurezza indica che non sono stati previsti oneri per la sicurezza non soggetti a ribasso, mentre al punto IV.3.4 (pag. 18) si richiede che l'offerta economica dovrà indicare, a pena di esclusione, l'importo dei costi della sicurezza non soggetti a ribasso. Come bisogna regolarsi?

Risposta: Non sono previsti oneri per la sicurezza non soggetti a ribasso in quanto, ai sensi del D.Lgs. n. 81/2008 e ss.mm.ii., non si rilevano rischi da interferenza per i quali sia necessario adottare le relative misure di sicurezza e/o redigere il DUVRI.

I **costi relativi alla sicurezza** non soggetti a ribasso che i concorrenti nella propria offerta economica devono indicare, a pena di esclusione - ai sensi dell'art. 86 comma 3 bis e art. 87, comma 4 del D.Lgs. n. 163/2006 e ss.mm.ii. - sono quelli afferenti all'attività svolta da ciascuna impresa, che rimangono a carico della stessa, e devono risultare congrui rispetto all'entità e alle caratteristiche del servizio.

12)

Domanda: Relativamente alle linee guida allegate per la promozione dell'America's Cup, è possibile fare una proposta di campagna alternativa rispetto alle immagini e al messaggio pur rispettando il format (struttura grafica e logo)?

Risposta: si rimanda al contenuto della risposta al quesito n. 10; si precisa che anche il messaggio (o head line) può essere cambiato, pur nel rispetto delle indicazioni delle AC

Brand Guidelines e in genere dello spirito della manifestazione (si consiglia l'esame dei siti <http://www.americascup.com/> e <http://mediacenter.americascup.com/>)

13)

Domanda: In merito alla realizzazione di spot radio e tv i costi di produzione degli stessi sono inclusi nell'importo a base d'asta?

Risposta: l'oggetto dell'appalto (cfr. art. 1 del Capitolato di gara) è il servizio di progettazione, organizzazione, gestione e diffusione del Piano di comunicazione del grande evento "America's Cup World Series - Napoli 2013 – via Caracciolo"; tale servizio è articolato in diverse azioni di campagna di comunicazione tra le quali spot radio e tv (cfr. art. 7 del citato Capitolato di gara, punti 1.b e 1.c) per i quali, così come per l'intera campagna, si richiede progettazione, organizzazione, gestione e diffusione, con tutti gli oneri tecnici ed economici connessi.

14)

Domanda: Nel capitolato di gara al punto e) si richiede la realizzazione di una campagna mediatica sociale, si intende un evento o vera e propria campagna di comunicazione? Qual è il target di riferimento?

Risposta: si richiede quanto indicato nel Capitolato di gara, all'art. 7, punto 1.e, "oggetto del servizio: progettazione di una campagna mediatica sociale volta a promuovere l'evento America's Cup World Series a Napoli"; le proposte da fornire in sede di offerta tecnica (a esempio proposta di mascotte, testimonial, ospiti Vip, atleti da coinvolgere, tematiche da trattare Media Plan) in linea con l'obiettivo generale dell'America's Cup, saranno oggetto di valutazione. Il target di riferimento è quello al quale è rivolto l'intero piano di comunicazione, così come indicato nel citato capitolato di gara, cfr. art. 7.

15)

Domanda: Nella busta C Offerta economica si richiede di inserire il prezzo offerto e la percentuale di ribasso e l'importo dei costi relativi alla sicurezza. E' necessario dover inserire anche il dettaglio dei costi di realizzazione del servizio, o è sufficiente l'indicazione dei costi della sicurezza?

Risposta: Dovranno essere indicati il **prezzo offerto (unico** senza dettaglio dei costi di realizzazione del servizio), **la percentuale di ribasso** (saranno considerate le prime tre cifre dopo la virgola, senza alcun arrotondamento) rispetto al prezzo a base d'asta e, a pena di esclusione, l'importo dei **costi relativi alla sicurezza**. I prezzi devono essere espressi in cifre ed in lettere e devono intendersi al netto di IVA e **comprensivi di qualsiasi ulteriore onere relativo all'espletamento del servizio**.

16)

Domanda: Dovendo necessariamente attingere, per quanto riguarda le immagini fotografiche e video da utilizzare nella campagna di comunicazione, a quanto realizzato nella precedente edizione, e tenuto conto che dall'aggiudicazione alla messa on air della campagna i tempi saranno strettissimi,

- a. l'Ente appaltante metterà a disposizione dell'aggiudicatario, o meglio ancora dei concorrenti in fase di gara, i suoi materiali di archivio sulla precedente edizione?
- b. In caso affermativo a chi si può fare riferimento per il reperimento dei materiali in alta risoluzione?

Risposta: si rimanda al contenuto delle risposte ai quesiti n. 10 e n. 12

17)

Domanda: In riferimento all'art. 7 punto 1 del Capitolato di gara, e nello specifico dell'indicazione di realizzare i materiali creativi (annunci stampa, affissione statica e dinamica, spot radio e video, ecc.) in coerenza e "nel rispetto del concept definito nelle citate AC Brand Guidelines", e in considerazione del fatto che sul sito [www.acnapoli](http://www.acnapoli) è comparso il lay out di un annuncio stampa che sembra già un prototipo di quella che dovrà essere la comunicazione a mezzo stampa, si pongono i seguenti quesiti:

- 1) I format grafici previsti dalle AC Guidelines sono obbligatori o sono solo un esempio di come utilizzare i loghi?
- 2) L'head line "The best Sailors, the fastest boats" deve necessariamente comparire?
- 3) Riguardo ai materiali audio video, che non sono contemplati nelle AC Guidelines, in che senso va inteso il rispetto del concept?

Risposta: si rimanda al contenuto delle risposte ai quesiti nn. 10 e 12, anche per quanto riguarda i materiali video; per i contenuti di materiale audio, compatibilmente con quanto già indicato nelle citate risposte ai quesiti nn. 10 e 12, si richiede una ideazione specifica libera.

18)

Domanda: informazioni rispetto alle modalità di pagamento, tempistica e eventuali anticipazioni e SAL.

Risposta: si precisa che il pagamento di tutte le prestazioni relative al servizio in parola è subordinato all'erogazione da parte della Regione Campania in favore del Comune di Napoli, in qualità di beneficiario finale, delle anticipazioni a valere sul finanziamento POR Campania FESR 2007/2013 - Asse I - Obiettivo Operativo 1.12., secondo le modalità previste dal Manuale di Attuazione POR Campania FESR 2007 – 2013, approvato con DGR n. 1715 del 20/11/2009, il cui testo con allegati è prelevabile all'indirizzo [http://porfesr.regione.campania.it/opencms/opencms/FESR/Documenti files/Manuale\\_attuazione.html](http://porfesr.regione.campania.it/opencms/opencms/FESR/Documenti files/Manuale_attuazione.html)