



Procedura negoziata per la fornitura di ricerche di mercato.

Capitolato Tecnico e speciale d'appalto

Coni Servizi S.p.A.
Sede legale: 00135 Roma, Largo Lauro de Bosis, 15
Telefono +39 06.36851 - www.coni.it
C.F. P.IVA e Iscr. Reg. Imprese di Roma 07207761003
Capitale sociale € 1.000.000
Società per azioni con socio unico

Sommario

1. OGGETTO DEL SERVIZIO	3
2. DURATA	3
3. MACROAREE DI ATTIVITA'	3
3.1. MARKET RESEARCH.....	3
3.2. DIGITAL	4
3.3. CONSULTING.....	6
4. TEAM DI SERVIZIO	9
5. RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO PER LA FASE DI ESECUZIONE DEL CONTRATTO	10
6. CORRISPETTIVO	10
7. SUBAPPALTO.....	10
8. PENALI	11

1. OGGETTO DEL SERVIZIO

Coni Servizi S.p.A. (d'ora in poi anche solo "Coni Servizi") è alla ricerca di un'azienda specializzata cui affidare la produzione dei servizi di ricerche di mercato come meglio descritto nelle pagine successive.

2. DURATA

La collaborazione sarà in vigore per un periodo complessivo di 24 mesi.

Si segnala la necessità di completare le attività richieste entro le scadenze segnalate al successivo paragrafo 3, specifiche per ogni macro area, al fine di rispettare le esigenze del Coni in termini di pianificazione strategica e finanziaria degli investimenti.

3. MACROAREE DI ATTIVITA'

Le macro aree in cui si inseriscono i servizi di supporto richieste da Coni Servizi sono tre:

- A. MARKET RESEARCH
- B. DIGITAL
- C. CONSULTING

3.1. MARKET RESEARCH

Sono previste due attività di ricerca all'interno di questa area:

1. Ricerca Continuativa di scenario sullo sport in generale (release quadrimestrale) su un campione nazionale rappresentativo della popolazione italiana.

Analisi di scenario per dimensionare il seguito potenziale di selezionati sport declinando le caratteristiche socio-demografiche di ciascuna fan base.

Lo studio potrà essere pianificato sulla base di 3 delivery anno, con cadenza in base ad esigenze espresse dal Coni. La ricerca fornirà informazioni riguardo:

- Livello di interesse per gli sport
- Profilo sociodemografico degli interessati a ciascuno sport
- Interesse nello sport vs. altre attività ricreative
- Sport più popolari in TV (notorietà spontanea)
- Potenziale ed immagine di sport selezionati
- Notorietà e interesse verso determinati eventi sportivi
- Notorietà e interesse verso determinati club / team
- Utilizzo di media, profilo di utenza cross-media (analisi sugli interessati al singolo sport)

- Abitudini di 'second screen'
- Categorie merceologiche ed utilizzo / preferenze (analisi sugli interessati al singolo sport)
- Attitudine/accettazione sponsorizzazioni
- Composizione demografica

Possibilità di inserimento di una sezione ad hoc di approfondimento su tematiche specifiche indicate dal Coni (es. Notorietà e interesse Italia Team o su singoli atleti, profilo immagine del Coni o altre property benchmark, di uno sport o di un singolo atleta, interesse per un determinato evento/iniziativa etc.)

La Ricerca dovrà essere rilasciata ogni quadrimestre.

2. Ricerca per supportare il Coni nella strategia commerciale e nella ricerca sponsor

Studio su un campione rappresentativo della popolazione italiana in grado di supportare le strategie di sponsorizzazione su due livelli:

- **Supportare le decisioni strategiche relative alle sponsorizzazioni** evidenziando l'affinità merceologiche e i comportamenti di consumo dei fan di un determinato sport;
- **Monitorare l'efficacia delle sponsorship** misurando i cambiamenti nelle abitudini di acquisto/consumo dei tifosi a seguito di un'attività di sponsorizzazione.

3.2. DIGITAL

Sono previste quattro attività di ricerca all'interno di questa area:

1. Digital Valuation

Valorizzazione degli asset digital del CONI. Monitoraggio e analisi del valore generato per i partner del CONI sulle piattaforme digital proprietarie e per ogni tipologia di contenuto (foto, video, link, status).

La valorizzazione sarà relativa sia all'esposizione e alla visibilità dei marchi partner (exposure valuation) sia alle interazioni ed engagement generato dai post realizzati sinergicamente con questi ultimi (engagement valuation).

I Canali monitorati dovranno essere:

- Sito web (sia CONI che Italia Team)
- Social media (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, sia CONI che Italia Team)
- Campagne pubblicitarie e di attivazione del CONI e dei propri partner

Per il Digital Valuation sono richiesti report trimestrali.

2. Affinity & Community Analysis – contenuti, linguaggi e format

L'obiettivo della ricerca consiste nella individuazione dei topic di discussione maggiormente popolari e condivisi dagli utenti. Identificazione e analisi delle abitudini dell'audience digitale, per comprendere comportamenti, consumo mediatico, lifestyle, ed il profilo di ciascuna persona, per ottimizzare le decisioni di marketing e comunicazione (ad esempio content marketing, media planning e qualificazione target, identificazione potenziali partner\property\eventi\ambassadors)

L'obiettivo dell'analisi sarà individuare le tipologie di contenuto, le storie, la modalità e il timing migliori per supportare la content strategy del CONI.

- Analisi del tema "sport" (al netto del calcio), identificazione degli sport più seguiti e analisi qualitativa del contenuto delle conversazioni degli utenti;
- Segmentazione fanbase (con focus particolare su fascia under 24), identificazione degli argomenti chiave di cui parlare per intercettare i diversi cluster all'interno della community;
- Studio delle community che seguono e/o parlano di determinati atleti dell'Italia Team.
- Identificazione di utenti rilevanti - influencer coinvolti da argomenti e contenuti CONI / Italia Team e ad essi affini
- Identificazione di atleti e personalità CONI / Italia Team rilevanti in termini di fanbase e coinvolgimento

Il servizio deve avere cadenza semestrale nei due anni di fornitura del servizio.

3. Monitoring & Benchmark

Il Fornitore dovrà effettuare le seguenti attività:

- Monitoraggio e analisi periodica delle performance delle piattaforme Digital (web e social) del CONI secondo diversi KPI (crescita fan base, engagement, geolocalizzazione delle discussioni, tracking degli hashtag, sentiment analysis e monitoraggio delle conversazioni degli utenti);
- Monitoraggio e analisi periodica delle attività svolte da altri enti e comitati olimpici su scala globale sulle piattaforme Digital e individuazione delle best practices e delle modalità di attivazione delle partnership

Sono richiesti 3 report annuali.

4. Monitoraggio e mappatura atleti

Il fornitore dovrà effettuare le seguenti attività.

- Monitoraggio continuativo delle performance digitali degli atleti di Italia team al fine di verificarne costantemente awareness ed efficacia sui canali social.
- Analisi del livello di reach, engagement, buzz, sentiment di ogni atleta.
- Profilazione dei seguaci digitali di ogni atleta in termini di:
 - Variabili demografiche
 - Variabili psicografiche
 - Affinità verso categorie merceologiche e/o brand
- Analisi del valore mediatico generato e potenzialmente generabile attraverso i canali social degli atleti.

Sono richiesti 3 report annuali.

3.3. CONSULTING

Sono previste quattro attività di ricerca all'interno di questa area:

1. Osservatorio sui principali trend e sviluppo del marketing sportivo, a livello internazionale, in relazione a Broadcasting rights, Sponsorship, Attivazioni (cadenza semestrale)

Fornire trimestralmente una panoramica dei deal e delle iniziative più rilevanti ed innovative per il settore dello sport marketing, fornendo per ognuna il seguente livello di dettaglio:

- elementi chiave del deal (importo, durata, qualifica, contenuti, anagrafica delle parti, ecc.) sia in ambito broadcasting rights che sponsorship;
- descrizione delle iniziative previste dalla attivazione e dalle parti coinvolte;
- KPI generati dalla attivazione (contatti, partecipazione, impatto, ecc.);
- estratti foto/video della attivazione;
- indicazioni operative su come rielaborare le informazioni raccolte al contesto italiano e del CONI.

2. Impatto e indotto eventi CONI (cadenza semestrale)

Raccolta dati ed analisi dell'impatto olistico generato dagli eventi CONI, con il seguente livello di dettaglio:

- Entità dell'affluenza complessiva e flussi all'interno delle varie aree predisposte
- Gradimento dell'affluenza verso l'evento e le diverse iniziative che verranno predisposte

- Brand equity rilevata per i vari partner del CONI che verranno integrati all'interno di ciascun evento
- Impatto dell'evento sulla percezione della località ospitante come destinazione turistica
- Indotto economico dell'evento sul territorio analizzando la spesa effettuata dall'affluenza in relazione all'evento
- Analisi dei driver di successo e delle aree di ottimizzazione

3. Supporto sviluppo sponsorship (cadenza quadrimestrale)

- Analisi di intelligence sulle categorie merceologiche libere, di volta in volta indicate dal CONI, al fine di individuare quelle con:
 - maggiore propensione di spesa in comunicazione
 - affinità con il posizionamento e gli obiettivi di CONI/Italia Team
- In particolare l'analisi delle strategie di investimento da parte di aziende all'interno delle categorie selezionate dovrà investigare le seguenti variabili
 - Livello di spesa in advertising
 - Livello di spesa in sponsorizzazioni, con possibilità di dettagliare:
 - Sport e property oggetto dell'investimento
 - Dettaglio dei principali deal (e.g. durata, qualifica, livello di investimento, oggetto della sponsorizzazione)
 - Strategia di comunicazione perseguita dalle varie aziende nell'ambito della loro attività di sponsorizzazione (e.g. quali sono i principali claim e valori comunicati, qual è il posizionamento ottenuto)
 - Descrizione della strategia di attivazione multicanale, ovvero quali attività, eventi, iniziative, strumenti sono stati utilizzati dalle categorie/aziende di interesse al fine di comunicare il proprio posizionamento, e/o promuovere il proprio prodotto/servizio attraverso le sponsorizzazioni
- Individuazione dei trend e delle dinamiche di investimento da parte delle categorie di riferimento, al fine di comprendere quali possono essere gli asset di comunicazione maggiormente ricercati, ed il loro potenziale utilizzo
- Utilizzare tutte queste tipologie di informazioni, ed altre disponibili, al fine di supportare il CONI nella individuazione di potenziali leads, e nella impostazione di proposte commerciali customizzate in base alle caratteristiche ed agli obiettivi di ciascun lead.

- In particolare, l'attività di supporto continuativo al CONI nella predisposizione di documenti commerciali customizzati, dovrà comprendere le seguenti attività:
 - Predisposizione di una reason why, e di concept di attivazione, che concilino gli obiettivi strategici del lead e asset/opportunità che il CONI può mettergli a disposizione
 - Aggiornamento e definizione del flusso degli argomenti al fine di esaltare i selling point del CONI
 - Integrazione con dati primari di volta in volta necessari al fine di far comprendere il potenziale del CONI e l'affinità strategica con il lead
 - Inserimento di best cases internazionali a supporto dei concept di attivazione proposti

4. Implementazione Database Integrato Tesserati (progetto continuativo)

- Strategia di "popolazione" database, inclusiva di:
 - Definizione degli obiettivi strategici da perseguire attraverso il database
 - Analisi di best cases internazionali di utilizzo del database tesserati, al fine di comprendere potenzialità e rischi
 - Selezione delle informazioni base da raccogliere per ciascun tesserato, e da aggiornare in via continuativa
 - Identificazione delle potenziali informazioni addizionali da raccogliere in relazione a specifici obiettivi/progetti di CONI, e/o di suoi Partner
- Definizione strategia di "raccolta dati", inclusiva di:
 - Selezione di fonti e risorse terze per l'immediata integrazione di informazioni di contatto all'interno del database
 - Definizione di attività, iniziative, canali attraverso i quali raccogliere dati di contatto dei tesserati e relative informazioni
 - Implementazione all'interno del percorso di partecipazione sportiva dei tesserati, di meccanismi automatizzati per la raccolta di informazioni personali, nel rispetto delle norme di tutela della privacy
- Implementazione e gestione della attività di raccolta dati per il database, inclusiva di:

- Predisposizione, digitalizzazione e somministrazione continuativa dei vari questionari necessari per le varie tipologie di informazioni da raccogliere, nelle varie tempistiche che verranno pianificate
 - Raccolta ed elaborazione dati
 - Categorizzazione informazioni in macro-aree da definire in relazione alla funzione d'uso dei dati e/o alla loro natura
 - Segmentazione dei tesserati in cluster omogenei per comportamenti e attitudini verso le varie discipline
- Creazione, per ciascun cluster, di linee guida che indichino come massimizzare l'interazione, l'ingaggio e l'attivazione dei vari cluster che verranno identificati all'interno del database, sia a beneficio del CONI che dei suoi partner
 - Supporto continuativo per la declinazione delle linee guida in funzione degli specifici obiettivi di comunicazione del CONI, e/o dei suoi partner

4. TEAM DI SERVIZIO

Le risorse componenti il Team di servizio devono essere legate al Fornitore da vincolo di lavoro dipendente o da contratto.

La struttura dedicata all'esecuzione dei servizi oggetto del presente Capitolato, così come esplicitamente indicata in sede di offerta tecnica, costituirà obbligo contrattuale vincolante per il Fornitore.

Eventuali avvicendamenti riguardanti il Personale che compone il Team di servizio, dovranno essere concordati ed esplicitamente autorizzati da parte del Responsabile del procedimento per la fase di esecuzione del contratto.

La sostituzione dovrà avvenire con una risorsa analoga per livello, profilo ed esperienze.

In caso di mancata autorizzazione, il Responsabile del procedimento per la fase di esecuzione del contratto potrà rifiutare i servizi e ciò si configurerà quale motivo di grave inadempimento contrattuale quindi, ferma restando l'applicazione delle penali stabilite, Coni Servizi si riserva la possibilità di disporre l'affidamento dei servizi medesimi ad altro Fornitore, con la risoluzione di diritto del Contratto e l'escussione della cauzione definitiva, nonché l'avvio di ogni altra iniziativa legale tendente a conseguire il ristoro dei maggiori danni subiti.

Coni Servizi si riserva l'insindacabile facoltà di esprimere il mancato gradimento delle risorse messe a disposizione dal Fornitore e potrà richiedere la sostituzione di una o più risorse nei casi di prolungati e non motivati periodi di assenza, non raggiungimento dei requisiti minimi di conoscenza/competenza

richiesti, basso livello di produttività, mancato rispetto delle norme etico professionali o disciplinari, nonché altre motivazioni che possano implicare un non gradimento della risorsa.

Il Fornitore è tenuto alla sostituzione delle risorse non gradite entro un termine non superiore a 7 giorni lavorativi a partire dalla richiesta di Coni Servizi.

La sostituzione dovrà avvenire con una risorsa analoga per livello, profilo ed esperienze.

In caso di inadempienza il Fornitore sarà assoggettato alle penali di cui al successivo paragrafo 8.

Nel caso di sostituzione delle risorse, il Fornitore dovrà prevedere, a sue spese, all'affiancamento tra la risorsa uscente e quella entrante per un periodo minimo di 7 giorni lavorativi.

5. RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO PER LA FASE DI ESECUZIONE DEL CONTRATTO

Il Responsabile del procedimento per la fase di esecuzione del contratto per Coni Servizi è il Dott. Diego Nepi Molineris, nella sua qualità di responsabile della Direzione “Marketing e Sviluppo” che a sua volta individuerà le risorse specifiche che si relazioneranno con il Team di servizio del Fornitore.

6. CORRISPETTIVO

L'importo dell'appalto è pari ad € 195.000,00 + IVA.

Il corrispettivo contrattuale comprende e compensa tutte le spese e tutti gli oneri comunque correlati all'esecuzione delle prestazioni necessarie per l'espletamento dei servizi secondo la perfetta regola d'arte, ivi compresi anche gli oneri non espressamente previsti nel presente Capitolato e comunque necessari a garantire le prestazioni (comprese le eventuali spese di trasferta).

Nel corso dell'esecuzione del contratto Coni Servizi si riserva comunque la facoltà di chiedere e il Fornitore ha l'obbligo di accettare, alle condizioni tutte del presente Capitolato e degli altri allegati di gara, un incremento o un decremento delle prestazioni, nei limiti del quinto dell'importo del contratto ai sensi dell'art. 106, comma 12, del D.Lgs. 50/2016.

7. SUBAPPALTO

Il subappalto è ammesso in conformità all'art. 105 del D.Lgs. 50/2016 e non comporta alcuna modificazione agli obblighi e agli oneri del Fornitore che rimane unico e solo responsabile nei confronti di Coni Servizi delle prestazioni subappaltate.

Il Fornitore deve praticare, per le prestazioni affidate in subappalto, gli stessi prezzi unitari risultanti dall'aggiudicazione, con ribasso non superiore al venti per cento, nel rispetto degli standard qualitativi e prestazionali previsti nel contratto di appalto e corrispondere i costi della sicurezza e della manodopera, relativi alle prestazioni affidate in subappalto, alle Imprese subappaltatrici senza alcun ribasso.

L'affidamento in subappalto è sottoposto, ai sensi del richiamato art. 105 del D.Lgs. 50/2016, alle seguenti condizioni:

- Il Fornitore deve aver indicato in fase di gara le attività e/o i servizi che intende subappaltare (in mancanza di tali indicazioni il successivo subappalto è vietato);
- l'Impresa subappaltatrice non deve aver partecipato alla procedura per l'affidamento dell'appalto;
- dopo la stipula del contratto, il Fornitore deve depositare presso Coni Servizi l'originale o copia autentica del contratto di subappalto almeno venti giorni prima dell'inizio dell'esecuzione delle attività subappaltate;
- il Fornitore, unitamente al contratto di subappalto di cui sopra, ai sensi dell'art. 105, commi 7 e 18, del D.Lgs. 50/2016, deve produrre:
 - la dichiarazione in formato elettronico relativa alla sussistenza o meno di eventuali forme di controllo o collegamento a norma dell'art. 2359 c.c. con l'Impresa subappaltatrice. Nel caso in cui il Fornitore sia un consorzio, analoga dichiarazione deve essere prodotta da ciascuna delle Imprese facenti parte del consorzio;
 - la dichiarazione del subappaltatore attestante l'assenza dei motivi di esclusione di cui all'art. 80 del D.Lgs. 50/2016.

Coni Servizi provvederà ai sensi di quanto previsto dall'art. 105, comma 13, del D.Lgs. 50/2016, a corrispondere direttamente al subappaltatore, al cottimista, al prestatore di servizi ed al Fornitore di beni o lavori, l'importo dovuto per le prestazioni dagli stessi eseguite nelle fattispecie previste nella stessa norma. In tal caso, il Fornitore deve comunicare a Coni Servizi la parte delle prestazioni eseguite dal subappaltatore, con la specificazione del relativo importo e con proposta motivata di pagamento.

Nella contrattazione e nella stipula del contratto di subappalto il Fornitore prenderà attentamente in considerazione e pondererà in maniera adeguata le condizioni ed i termini di pagamento stabiliti indicati da Coni Servizi.

Il Fornitore deve provvedere a sostituire i subappaltatori relativamente ai quali apposita verifica abbia dimostrato la sussistenza dei motivi di esclusione di cui all'art. 80 del D.Lgs. 50/2016.

Si applicano, in quanto compatibili, le altre disposizioni dell'art. 105 del D.Lgs. 50/2016.

8. PENALI

Coni Servizi ha la facoltà di applicare penali in caso di violazione degli obblighi contrattuali le seguenti penali:

- Penale in caso di ritardo nel completamento delle consegne dei report rispetto alle scadenze fissate al precedente paragrafo 3: il Fornitore incorrerà in una penale pari al 2% del valore del contratto per ogni giorno lavorativo di ritardo rispetto alle scadenze fissate al precedente paragrafo 3;

- Penale per avvicendamento personale che compone il Team di servizio senza preventiva autorizzazione da parte del Responsabile del procedimento per la fase di esecuzione del contratto: il Fornitore incorrerà in una penale pari a € 1.000,00;
- Penale per mancata sostituzione di una risorsa non gradita: il Fornitore incorrerà in una penale pari a € 200,00 per ogni giorno lavorativo di ritardo nella sostituzione di una risorsa non gradita rispetto al termine previsto nel paragrafo 4;
- Penale per mancato affiancamento di una risorsa entrante: il Fornitore incorrerà in una penale pari a € 100,00 per ogni giorno lavorativo di mancato affiancamento tra la risorsa uscente e quella entrante;
- Per ogni altra inadempienza riconducibile a singole prestazioni non effettuate, effettuate in ritardo e/o non conformi a quanto stabilito nel presente Capitolato e negli altri documenti di gara, Coni Servizi applicherà una penale il cui importo può variare da € 200,00 (duecento/00) fino a 5.000,00 (cinquemila/00) secondo la gravità, discrezionalmente valutata.

[FINE DOCUMENTO]