AVVISO PUBBLICO

MANIFESTAZIONE DI INTERESSE PER I SERVIZI DI COMUNICAZIONE E SVILUPPO COMMERCIALE DEL CARNEVALE PALMESE 2027 E 2028

Il presente avviso acquisisce manifestazioni di interesse e contributi tecnico economici in vista del successivo affidamento dei servizi di comunicazione e sviluppo commerciale del Carnevale Palmese 2027 e 2028. La procedura di affidamento e la successiva stipula del contratto saranno disciplinate con separati atti.

DOCUMENTI ALLEGATI ALL'AVVISO

- Allegato A - manifestazione di interesse e scheda dell'operatore.
- Allegato B - informativa sul trattamento dei dati personali.

1 SOGGETTO PROMOTORE FINALITÀ E QUADRO NORMATIVO

La Fondazione Carnevale di Palma Campania (di seguito "Fondazione"), con sede legale in Via Municipio 74 - 80036 Palma Campania (NA), C.F. 92022220633, P.IVA 04382261214, intende acquisire manifestazioni di interesse e contributi tecnico economici da operatori attivi nella comunicazione, nella promozione di eventi e nello sviluppo di rapporti pubblicitari e di sponsorizzazione, in vista delle edizioni 2027 e 2028.

La consultazione è svolta ai sensi dell'art. 77 del D.Lgs. 36/2023, nel rispetto dei principi di trasparenza, concorrenza e non discriminazione. Serve a definire il fabbisogno e l'assetto del rapporto; non costituisce una gara, una richiesta di offerta vincolante o un affidamento e non forma una graduatoria.

La fase successiva seguirà il percorso indicato all'articolo 8 in relazione al numero delle manifestazioni pervenute, previa qualificazione del contratto, stima del valore complessivo e verifica della copertura finanziaria e delle competenze della stazione appaltante. La partecipazione alla consultazione non costituisce condizione necessaria né titolo preferenziale per il successivo affidamento.

2 OGGETTO E CONTENUTO DEL SERVIZIO

L'intervento comprende le edizioni 2027 e 2028 del Carnevale di Palma Campania e si articola in due aree integrate: branding, immagine e comunicazione; progettazione, valorizzazione e gestione pubblicitaria. Le specifiche soluzioni strategiche, creative e pubblicitarie saranno elaborate successivamente all'affidamento dell'incarico, attraverso un percorso di analisi, progettazione e condivisione con la Fondazione.

Direzione strategica e branding

- Analisi e valorizzazione dell'identità della manifestazione; affiancamento nelle scelte strategiche di comunicazione, posizionamento e promozione.
- Supporto all'evoluzione della brand identity e dell'immagine coordinata; ideazione e sviluppo delle linee creative della comunicazione istituzionale.
- Consulenza nella definizione di iniziative finalizzate a rafforzare l'attrattività, la riconoscibilità e il valore della manifestazione; coordinamento strategico con la Fondazione, le Quadriglie e gli altri referenti coinvolti.

Sviluppo di nuove idee e iniziative

L'incarico comprende il supporto strategico e creativo nell'individuazione, nella progettazione preliminare e nell'organizzazione di nuove iniziative utili alla crescita del Carnevale. A titolo esemplificativo, potranno essere sviluppati progetti editoriali, podcast, iniziative di merchandising, nuovi format di comunicazione, collaborazioni commerciali e attività di valorizzazione culturale e territoriale. Sono comprese le attività di ideazione, consulenza, definizione strategica e affiancamento organizzativo e gestionale. Restano esclusi i costi di produzione, le attrezzature, le regie, la stampa, la realizzazione fisica di prodotti e materiali e gli eventuali servizi affidati a fornitori esterni.

Strategia e gestione social

- Definizione e aggiornamento della strategia di comunicazione digitale; elaborazione e gestione dei piani e dei calendari editoriali.

• Gestione dei canali social ufficiali concordati per entrambe le edizioni; ideazione di format, rubriche e contenuti editoriali; produzione e pubblicazione di contenuti grafici, fotografici e video.

• Gestione della comunicazione nelle fasi di avvicinamento, svolgimento e valorizzazione successiva delle manifestazioni; coordinamento editoriale con la Fondazione e con i soggetti coinvolti nell'organizzazione.

La gestione sarà modulata secondo le differenti fasi dell'anno. Durante i periodi di maggiore intensità sono previsti almeno 10–15 contenuti ufficiali mensili, tra video, grafiche, fotografie e altri formati editoriali, oltre alla pubblicazione di storie secondo le esigenze della comunicazione. Nei periodi di minore attività, la programmazione sarà definita secondo gli obiettivi e il calendario editoriale concordato.

Produzione di contenuti video e copertura social

L'incarico comprende l'ideazione e la produzione pianificata di contenuti video destinati ai canali social ufficiali. Sono comprese sessioni di produzione concordate e attività di ripresa durante eventi e appuntamenti selezionati, finalizzate alla realizzazione di contenuti editoriali e promozionali per i social, nonché il riutilizzo e la rielaborazione dei materiali raccolti per valorizzare nel tempo i momenti più rappresentativi delle due edizioni.

Sono escluse la produzione di spot pubblicitari strutturati, i video ufficiali integrali degli eventi, le regie multicamera, le dirette streaming, le produzioni cinematografiche e i servizi audiovisivi specialistici. Per tali attività l'operatore garantirà, nell'ambito dell'incarico di agenzia, il supporto creativo, la consulenza organizzativa e il coordinamento gestionale delle esigenze di comunicazione; le produzioni tecniche e i relativi costi saranno oggetto di valutazione separata.

Supporto creativo e materiali istituzionali

Sono comprese l'ideazione e la realizzazione dei materiali grafici e digitali destinati alla comunicazione della manifestazione, il supporto alla definizione dei visual ufficiali e delle campagne promozionali, l'adattamento dei materiali ai diversi canali e formati e il supporto grafico alle attività istituzionali e promozionali concordate. Sono esclusi i costi di stampa, installazione, allestimento e produzione fisica dei materiali.

Sito web istituzionale

È compreso il restyling o il rifacimento del sito web istituzionale della manifestazione, finalizzato a migliorare la consultazione delle informazioni, la valorizzazione dei contenuti e la visibilità del Carnevale. Il sito potrà comprendere sezioni dedicate al programma, alle Quadriglie, agli eventi, alle informazioni per i visitatori e agli sponsor. Sono esclusi e-commerce proprietari, sviluppi software personalizzati, sistemi di bigliettazione proprietari, hosting, domini, piattaforme e servizi di terze parti. Eventuali integrazioni esterne saranno valutate separatamente.

Advertising e promozione

• Definizione della strategia pubblicitaria online e offline; pianificazione e gestione strategica delle campagne Meta e Google.

• Supporto alla pianificazione degli investimenti outdoor e territoriali; coordinamento della comunicazione e della visibilità dei partner commerciali.

• Elaborazione di un piano media coerente con gli obiettivi di promozione e sviluppo della manifestazione.

Gli investimenti pubblicitari saranno sostenuti direttamente dalla Fondazione secondo il quadro economico di cui all'articolo 3.

Analisi e progettazione pubblicitaria

• Incontri operativi e sopralluoghi per la valutazione degli spazi disponibili; analisi del percorso della manifestazione e degli eventi inseriti nel calendario.

• Individuazione e ideazione di nuove opportunità pubblicitarie fisiche, digitali ed esperienziali; valutazione delle possibilità di valorizzazione economica degli spazi e dei momenti pubblicitari.

• Progettazione di nuove formule e pacchetti commerciali; definizione di un catalogo pubblicitario e di un listino da sottoporre all'approvazione della Fondazione; supporto all'organizzazione delle attività necessarie alla realizzazione delle iniziative pubblicitarie concordate.

La progettazione dettagliata delle opportunità commerciali sarà sviluppata successivamente all'affidamento dell'incarico, sulla base delle disponibilità effettive e delle caratteristiche delle manifestazioni.

Gestione sponsor storici e sviluppo commerciale

La Fondazione metterà a disposizione dell'operatore gli elenchi e le informazioni relative agli sponsor e ai partner delle precedenti edizioni. L'attività comprenderà:

- Analisi e organizzazione dei contatti storici; riattivazione e gestione dei rapporti con gli sponsor già presenti; presentazione delle nuove opportunità pubblicitarie.
- Sviluppo di attività di rinnovo, ampliamento dei pacchetti e cross-selling; ricerca e acquisizione di nuovi sponsor e investitori.
- Organizzazione di appuntamenti e incontri commerciali; gestione delle trattative e delle relazioni con le aziende; coordinamento operativo delle attività commerciali; monitoraggio e rendicontazione delle vendite e degli accordi conclusi.

L'attività commerciale riguarderà sia gli sponsor storici sia i nuovi soggetti acquisiti, comprese le eventuali integrazioni e gli ampliamenti dei pacchetti pubblicitari.

Partnership e collaborazioni

L'incarico comprende la ricerca e lo sviluppo di opportunità di collaborazione con aziende, fornitori e operatori commerciali. Potranno essere valutate partnership tecniche e commerciali, iniziative di co-branding, accordi di barter e ulteriori collaborazioni funzionali alla valorizzazione della manifestazione. Le condizioni economiche e le modalità operative delle singole iniziative saranno concordate con la Fondazione.

Comunicazione e valorizzazione degli sponsor

Per i pacchetti pubblicitari di importo pari o superiore a €2.000 oltre IVA, l'incarico comprende il supporto creativo e la realizzazione dei materiali di comunicazione digitali previsti nei pacchetti approvati: ideazione e realizzazione di contenuti grafici e digitali dedicati; valorizzazione della presenza dello sponsor sui canali ufficiali; produzione dei contenuti editoriali e promozionali previsti dal pacchetto sottoscritto; supporto alla comunicazione delle iniziative realizzate con i partner.

Le prestazioni saranno definite nel catalogo commerciale e dimensionate secondo il valore e le caratteristiche dei singoli pacchetti. Per pacchetti di importo inferiore a €2.000 oltre IVA, eventuali produzioni dedicate saranno oggetto di valutazione separata. Restano esclusi i costi di stampa, installazione, allestimento, produzione fisica e servizi esterni.

3 QUADRO ECONOMICO E CONDIZIONI DI INCARICO

Il corrispettivo professionale complessivo è pari a €20.000 oltre IVA per l'intero periodo contrattuale e per entrambe le edizioni 2027 e 2028. Comprende l'insieme delle attività professionali descritte, incluse le attività di progettazione e gestione commerciale, senza ulteriori compensi fissi mensili.

Modalità di pagamento del corrispettivo professionale

Scadenza	Importo
Entro il 1° dicembre 2026	€5.000 oltre IVA
Entro il 20 dicembre 2026	€2.500 oltre IVA
Entro il 20 gennaio 2027	€2.500 oltre IVA
Entro il 20 febbraio 2027	€5.000 oltre IVA
Entro il 5 ottobre 2027	€2.500 oltre IVA
Entro il 5 gennaio 2028	€2.500 oltre IVA
Corrispettivo complessivo	€20.000 oltre IVA

La distribuzione delle scadenze tiene conto della maggiore concentrazione delle attività nella fase iniziale e in occasione della prima edizione, dell'avvio delle attività di analisi, progettazione strategica, organizzazione della comunicazione, produzione dei contenuti e sviluppo commerciale, anche in considerazione degli eventi e delle iniziative previsti nei mesi di novembre e dicembre 2026, e delle successive attività di continuità, consolidamento e sviluppo per l'edizione 2028. Le scadenze costituiscono una rateizzazione del corrispettivo complessivo e non sono subordinate al raggiungimento di obiettivi di raccolta pubblicitaria o di vendita degli spazi.

Commercializzazione degli spazi pubblicitari

È prevista una riduzione commerciale del 20% rispetto al listino ufficiale degli spazi e dei pacchetti pubblicitari approvato dalla Fondazione, quale condizione di acquisto riservata all'operatore per la rivendita, secondo l'articolo 4.

Investimenti pubblicitari della Fondazione

Gli investimenti destinati all'acquisto di mezzi e spazi pubblicitari costituiscono budget autonomi, sostenuti direttamente dalla Fondazione e non inclusi nel corrispettivo professionale.

Voce	Budget
Advertising offline	Minimo €5.000
Advertising online	Budget da definire

Il budget offline è destinato ad affissioni, maxi affissioni, pubblicità outdoor e ulteriori strumenti di visibilità territoriale. La pianificazione sarà definita con il supporto strategico dell'operatore, in funzione degli obiettivi promozionali delle due edizioni.

Il budget online sarà individuato congiuntamente alla Fondazione e dimensionato secondo gli obiettivi di promozione, visibilità e crescita. Sarà destinato principalmente alle campagne Meta e Google, secondo un piano media definito sulla base del calendario, dei pubblici da raggiungere e delle aree geografiche di interesse, garantendo un'attività promozionale significativa e continuativa nelle fasi strategiche della manifestazione. Entrambi i budget sono aggiuntivi rispetto al corrispettivo professionale e a carico della Fondazione.

4 GESTIONE DEGLI SPAZI PUBBLICITARI E DEGLI SPONSOR

La Fondazione attribuirà all'operatore il diritto di promuovere e commercializzare gli spazi e i pacchetti pubblicitari approvati. L'operatore agirà quale rivenditore autorizzato, con facoltà di proporre, vendere e fatturare in nome proprio agli sponsor i pacchetti individuati nel catalogo commerciale concordato.

Per ciascun pacchetto effettivamente venduto, la Fondazione riconoscerà condizioni di acquisto riservate mediante una riduzione del 20% rispetto al prezzo di listino ufficiale approvato, al netto dell'IVA. Eventuali sconti commerciali agli sponsor potranno essere applicati previa autorizzazione della Fondazione, con contestuale adeguamento del prezzo di acquisto riservato, in modo da preservare il margine commerciale del 20% sul prezzo finale di vendita, al netto dell'IVA.

La percentuale si applicherà senza distinzioni agli sponsor storici, ai nuovi sponsor, ai rinnovi, agli ampliamenti e alle ulteriori opportunità commerciali approvate dalla Fondazione.

L'operatore provvederà alla fatturazione e all'incasso nei confronti degli sponsor, mentre la Fondazione gli fatturerà i pacchetti effettivamente commercializzati alle condizioni economiche riservate. Le modalità di rendicontazione, fatturazione e pagamento saranno definite nell'accordo operativo, privilegiando la liquidazione alla Fondazione a seguito dell'effettivo incasso degli sponsor.

Il rapporto non comporterà obblighi di acquisto preventivo degli spazi invenduti né garanzie di raccolta pubblicitaria minima.

5 DURATA E CONDIZIONI OPERATIVE

La durata dell'incarico decorre dalla data di affidamento e termina il 31 marzo 2028, con riferimento alle edizioni 2027 e 2028 del Carnevale di Palma Campania. Il contratto sarà stipulato dopo la consultazione e la procedura di affidamento.

La Fondazione metterà a disposizione dell'operatore le informazioni, la documentazione, gli elenchi degli sponsor storici e i referenti necessari allo svolgimento delle attività. Le attività saranno programmate e organizzate secondo le esigenze delle due edizioni, attraverso un calendario operativo condiviso.

La produzione di contenuti e il supporto agli eventi saranno finalizzati alla comunicazione digitale e istituzionale della manifestazione, secondo le modalità e le esclusioni specificate. Restano esclusi i costi di stampa, allestimento, installazione, acquisto di spazi pubblicitari, produzioni audiovisive specialistiche, servizi di terze parti e ogni altra prestazione non espressamente compresa.

Le attività commerciali saranno svolte secondo il catalogo pubblicitario e le condizioni economiche approvate dalla Fondazione. Le modalità operative, di rendicontazione, fatturazione e pagamento saranno definite nel relativo accordo contrattuale.

6 SOGGETTI AMMESSI E DOCUMENTAZIONE

Possono partecipare gli operatori economici che offrano legittimamente sul mercato servizi coerenti con l'oggetto, singolarmente o in forma associata. Non sono richiesti sede locale, rapporti pregressi con la Fondazione, un numero minimo di clienti pubblici o esperienze esclusivamente in manifestazioni carnevalesche.

La risposta comprende l'Allegato A compilato e sottoscritto e un eventuale portfolio sintetico. L'operatore indica organizzazione, ruoli ed esperienze pertinenti e manifesta interesse al servizio descritto, prendendo visione delle relative prestazioni, esclusioni e condizioni economiche.

Le dichiarazioni rese ai sensi del D.P.R. 445/2000 devono essere veritiere. I requisiti per l'eventuale affidamento, le verifiche sulle cause di esclusione e gli strumenti utilizzabili saranno definiti nei successivi atti, nel rispetto del D.Lgs. 36/2023. In questa fase non sono richiesti un progetto esecutivo gratuito, l'acquisizione di sponsor o il versamento di garanzie.

7 PRESENTAZIONE DELLA MANIFESTAZIONE DI INTERESSE

La documentazione deve pervenire entro le ore 23:59 del 19 novembre 2026, ora italiana, alla PEC fondazionecarnevalepalmese@pec.it, con oggetto «Manifestazione di interesse comunicazione e sponsor Carnevale 2027 e 2028». Per gli invii da PEC fa fede la ricevuta di avvenuta consegna alla casella destinataria. Gli allegati sono trasmessi in formato PDF, anche firmato digitalmente in formato PAdES o CAdES (.p7m).

La domanda è firmata digitalmente dal legale rappresentante o procuratore; in alternativa è ammessa la firma autografa con copia di documento di identità valido. Non occorre allegare il documento di identità alla domanda validamente firmata digitalmente.

I quesiti devono pervenire per iscritto entro le ore 23:59 del 16 novembre 2026, settimo giorno successivo alla pubblicazione, alla PEC indicata, con oggetto «Chiarimenti comunicazione e sponsor Carnevale 2027 e 2028». Per gli operatori esteri privi di PEC è ammesso il medesimo canale alternativo previsto per la domanda. Le risposte di interesse generale sono pubblicate in forma anonima nella sezione dell'avviso entro il 17 novembre 2026. Se un chiarimento essenziale o una modifica richiede più tempo per predisporre i contributi, la Fondazione proroga il termine con avviso pubblico.

8 ESAME DEI CONTRIBUTI E FASE SUCCESSIVA

La Fondazione esaminerà i contributi per valutare completezza e concreta realizzabilità delle prestazioni, organizzazione e continuità del servizio, sostenibilità dei costi, trasparenza del modello commerciale e strumenti di rendicontazione. Non sono attribuiti punteggi né individuati vincitori o affidatari in esito alla presente consultazione.

Potranno essere richiesti chiarimenti o svolti incontri documentati. Le informazioni utili alla futura procedura saranno messe a disposizione degli operatori in condizioni di parità, nel rispetto dei segreti tecnici e commerciali effettivamente motivati. Gli eventuali contributi di operatori già consultati non attribuiscono preferenze o diritti di esclusiva.

In presenza di una sola manifestazione di interesse tempestiva e pertinente, la Fondazione procederà mediante affidamento diretto se consentito dalla qualificazione e dal valore complessivo del contratto, previa verifica dei requisiti dell'operatore, della congruità del corrispettivo e degli ulteriori presupposti di legge. In presenza di più manifestazioni tempestive e pertinenti, la Fondazione procederà mediante gara, con regole, requisiti e criteri definiti nei successivi atti e con gli strumenti digitali prescritti.

Il numero delle manifestazioni non deroga al regime applicabile: se il rapporto ricade nella disciplina delle concessioni, si applicano le relative procedure, compreso l'art. 187 per quelle sotto soglia, senza automatismi di affidamento diretto. La consultazione non sostituisce gli obblighi di pubblicità e confronto concorrenziale della fase successiva. La Fondazione può modificare, sospendere o interrompere la consultazione con adeguata comunicazione, oppure non procedere all'affidamento. Non sono riconosciuti compensi per la partecipazione.

9 RISERVATEZZA E TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

L'operatore deve indicare puntualmente le parti contenenti segreti tecnici o commerciali e motivarne la riservatezza. Non sono ammesse richieste generiche di segretezza dell'intera risposta. La tutela è valutata dalla Fondazione nel rispetto della disciplina applicabile all'accesso e alla trasparenza.

Titolare del trattamento è la Fondazione Carnevale di Palma Campania, con sede e contatti riportati nel presente avviso. I dati sono trattati per la gestione della consultazione, i riscontri e gli adempimenti conseguenti, nel rispetto del Regolamento UE 2016/679 e del D.Lgs. 196/2003. Il conferimento dei dati necessari consente l'esame del contributo; non sono richiesti dati personali eccedenti tale finalità.

L'informativa completa ai sensi dell'art. 13 del Regolamento (UE) 2016/679 è contenuta nell'Allegato B, pubblicato con il presente avviso. Per le richieste relative ai dati personali è disponibile la PEC fondazionecarnevalepalmese@pec.it. Non è richiesto un consenso generale quale condizione di partecipazione.

10 PUBBLICAZIONE CHIARIMENTI E DISPOSIZIONI FINALI

L'avviso e gli Allegati A e B sono pubblicati dal 9 novembre 2026 sul sito www.carnevaledipalmacampania.it, nella sezione Bandi e Concorsi, con collegamento nella sezione Amministrazione Trasparente. Il termine è fissato al decimo giorno successivo alla pubblicazione, senza computare il giorno iniziale. Il Responsabile unico del progetto (RUP) è Fabrizio Nunziata. Il Presidente della Fondazione è Guido Albano. Eventuali rettifiche e proroghe sono pubblicate nelle stesse sezioni.

Dato	Indicazione
RUP	Fabrizio Nunziata
Durata	Dalla data di affidamento al 31 marzo 2028
Pubblicazione	Dal 9 novembre al 19 novembre 2026
Manifestazioni	Ore 23:59 di giovedì 19 novembre 2026, ora italiana
Chiarimenti	Ore 23:59 di lunedì 16 novembre 2026, ora italiana
Invio	PEC fondazionecarnevalepalmese@pec.it

Palma Campania, 9 novembre 2026

Il Presidente

Guido Albano