

13.01.2026: RISPOSTE A RICHIESTE DI CHIARIMENTI PER PROCEDURA COMPETITIVA PRIVATA, AI SENSI DELL'ART. 53 DEL REGOLAMENTO DI AMMINISTRAZIONE E CONTABILITÀ FIP PER L'AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI REALIZZAZIONE E GESTIONE DEL PIANO ANALITICO DI MARKETING DELLA FIP, IL REPERIMENTO DEGLI SPONSOR E LA VALORIZZAZIONE DEL LOGO FIP, NONCHÉ LA REALIZZAZIONE E GESTIONE DEGLI EVENTI SPECIALI FIP – PERIODO DAL 01.07.2026 AL 31.10.2029

- 1) **Art. 2 (LETTERA DI INVITO)** Requisiti di ammissione: si domanda se l'operatore economico possa partecipare sotto forma di RTI o ATI da costituirsi entro la data di stipula del contratto in caso di aggiudicazione; in caso affermativo, si domanda se sia ammissibile l'avvalimento come previsto dal Codice dei Contratti Pubblici;

RISPOSTA: no, in quanto trattasi di procedura competitiva privata, non regolata dal Codice dei Contratti Pubblici.

- 2) **Art. 2 b) (LETTERA DI INVITO)** Requisiti di ammissione: si domanda se, nel caso in cui la società appartenente ad un gruppo internazionale operi con un solo istituto di credito per policy di gruppo, possa essere prodotta una sola referenza bancaria unitamente ad altra documentazione (es. referenze clienti/fornitori sull'affidabilità dell'impresa, DURF, ...).

RISPOSTA: si purché sia allegata la policy di gruppo e la documentazione sostitutiva.

- 3) **Art. 2 c) (LETTERA DI INVITO)** Requisiti di ammissione:

(a) si domanda se la certificazione di qualità UNI-PDR 125 debba sussistere al momento della presentazione della domanda (19 gennaio 2026) o se possa essere prodotta in un momento successivo qualora la società sia in fase di certificazione;

(b) si domanda se la certificazione di qualità UNI-PDR 125 possa essere sostituita con documentazione equipollente (es reporting di sostenibilità inclusivo dei dati relativi alla parità di genere e altri KPIs).

RISPOSTA: può essere sostituita provvisoriamente con documentazione equipollente e con dichiarazioni di impegno a produrre la certificazione una volta conseguita. In tal caso FIP si

riserva di recedere dall'affidamento nel caso in cui la certificazione non venga conseguita o consegnata nei termini stabiliti dal contratto.

4) **Art. 4.a (LETTERA DI INVITO)** Contenuto della "Busta A – Documentazione amministrativa) in combinato disposto con Art. 17 del Capitolato di Gara: si domanda se la garanzia definitiva possa essere fornita sotto forma di deposito cauzionale (es escrow account o conto dedicato)

RISPOSTA: la garanzia definitiva può essere prestata anche mediante versamento non fruttifero sul c/c FIP : IBAN N.IT90A0100503309000000010119 con causale "garanzia definitiva gara marketing"

5) **Art. 1 (CAPITOLATO DI GARA)** Oggetto: si domanda se il corrispettivo degli sponsor già contrattualizzati da FIP, con contratto con scadenza oltre il 1 luglio 2026, concorre al fatturato complessivo ad appannaggio dell'Advisor. In altre parole, se il nuovo Advisor percepirà una fee derivante dagli accordi in essere;

RISPOSTA: si ritiene sufficientemente chiaro quanto previsto in proposito al punto 1 del Capitolato.

6) **Art. 1 (CAPITOLATO DI GARA)** Oggetto: si domanda se la gestione degli sponsor già contrattualizzati da FIP, con contratto con scadenza oltre il 1 luglio 2026, sarà demandata al nuovo Advisor e se sia previsto un corrispettivo per tale attività;

RISPOSTA: si ritiene sufficientemente chiaro quanto previsto in proposito al punto 1 del Capitolato.

7) **Art. 1 (CAPITOLATO DI GARA)** Oggetto: si domanda quali accordi di sponsorizzazione attualmente in essere prevedano l'esclusiva merceologica;

RISPOSTA: tutti tranne: Blu Hotels, SER.MA Group, Sport Network, ImsPro, Molten in esclusiva solo per 5vs5

8) **Art. 1 (CAPITOLATO DI GARA)** Oggetto: si domanda se ci siano clienti con cui è in corso una negoziazione per rinnovo/estensione dei contratti attualmente in essere e quali siano tali clienti con indicazione di eventuale categoria merceologica esclusiva;

RISPOSTA: l'informazione non è disponibile.

9) **Art. 3 (CAPITOLATO DI GARA)** Attività di carattere generale: in termini di benefit marketing da poter proporre sul mercato, si domanda la possibilità di avere un inventario di quanto lasciato libero dai format venduti agli attuali sponsor (es minuti Led, adesivi campo, ecc);

RISPOSTA:

- LED (PARTITE FIBA)

Circa 8 minuti disponibili.

La scaletta FIBA (composta da due playlist come riportato di seguito) prevedere passaggi della durata di 15 secondi. La scaletta FIBA si ripete ogni 7 minuti, per un totale di circa 77 minuti totali di gara.

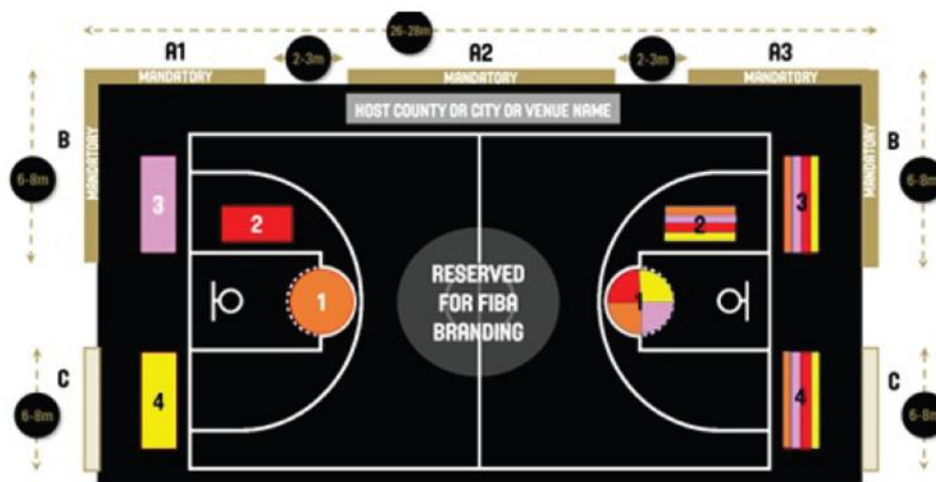
MORE THAN 11 LOCAL SPONSORS			
Playlist 1		Playlist 2	
1	Local Sponsor (1)	15	Local Sponsor (1)
2	Local Sponsor (2)	16	Local Sponsor (2)
3	Local Sponsor (3)	17	Local Sponsor (3)
4	Local Sponsor (4)	18	Local Sponsor (4)
5	FIBA Message (A)	19	FIBA Message (A)
6	Local Sponsor (5)	20	Local Sponsor (5)
7	Local Sponsor (6)	21	Local Sponsor (6)
8	Local Sponsor (7)	22	Local Sponsor (7)
9	Local Sponsor (8)	23	Local Sponsor (8)
10	FIBA Message (B)	24	FIBA Message (B)
11	Local Sponsor (9)	25	Local Sponsor (12)
12	Local Sponsor (10)	26	Local Sponsor (13)
13	Local Sponsor (11)	27	Local Sponsor (14)
14	FIBA Message (C)	28	FIBA Message (C)

- LED (PARTITE AMICHEVOLI GIOcate IN ITALIA)

Disponibili circa 20 minuti totali.

- ADESIVI SU CAMPO (PARTITE FIBA E AMICHEVOLI GIOcate IN ITALIA)

Spazi liberi in posizione 3 e 4. Uno stesso brand può essere visibile solo in una delle due posizioni.



- ADESIVI SU CAMPO (AMICHEVOLI GIOCALE IN ITALIA)

Come le gare FIBA, spazi liberi in posizione 3 e 4. Uno stesso brand può essere visibile solo in una delle due posizioni.

SOCIAL

Visibilità sui Social federali da definire ad hoc in base al tipo di sponsorizzazione.

10) **Art. 4 (CAPITOLATO DI GARA)** Corrispettivo per l'attività di reperimento sponsor: si domanda se il fatturato generato dalla vendita a sponsor dei soli eventi concorra al fatturato complessivo da cui calcolare la fee per l'Advisor in base alle soglie oggetto di offerta;

RISPOSTA: il punto è chiarito dall'art.13 del Capitolato.

11) **Art. 10 (CAPITOLATO DI GARA)** Organizzazione di Manifestazioni ed Eventi: si domanda se, in termini di organizzazione eventi, sia corretto che ogni costo sarà ad appannaggio della FIP. Ad esempio i costi per adeguamento impianti alle direttive FIBA o FIP o altro;

RISPOSTA: il punto è chiarito dall'art.12 del Capitolato.

12) **Art. 19 (CAPITOLATO DI GARA)** Divieto di cessione del contratto: si domanda se sia possibile, previa autorizzazione scritta della Federazione, subappaltare determinate attività o avversi della collaborazione di partner che abbiano i requisiti di ammissione di cui all'art. 2 dell'Invito.

RISPOSTA: in linea di principio no. In relazione al singolo evento e a specifiche esigenze possono essere prese in considerazione soluzioni più articolate o complesse.

Quesiti di carattere generale:

Quale è lo scenario attuale dei diritti televisivi (amichevoli, competizioni internazionali, maschili, femminili, ecc)?

Che diritti ha la FIP rispetto agli atleti in termini di attività di comunicazione, sia commerciale (abbinata a sponsor FIP) che non commerciale (utilizzo per promuovere iniziative della FIP)?

Esiste un programma di merchandising? In caso di attivazione per il tramite dell'Advisor, i ricavi (dedotti i costi) andrebbero a concorrere al fatturato complessivo da cui calcolare la fee per l'Advisor in base alle soglie oggetto di offerta?

Fanbase social: al fine realizzare un'analisi strategica più puntuale, è possibile avere l'attuale spaccato socio-demo (fasce di età, sesso, altri dati disponibili) della fanbase social di FIP presente sui canali Meta e TikTok?

App FIP: al fine realizzare un'analisi strategica più puntuale, è possibile avere l'attuale spaccato socio-demo (fasce di età, sesso, altri dati disponibili) degli utenti sull'app ufficiale FIP;

Sito ufficiale FIP: al fine realizzare un'analisi strategica più puntuale, è possibile avere l'attuale spaccato socio demo (fasce di età, sesso, altri dati disponibili) degli utenti sul sito ufficiale FIP;

CRM: quale è la numerica e tipologia di utenti presenti nel CRM di FIP, utilizzabile per fini marketing (indicare a seconda dei diversi livelli presenti: utilizzo FIP, marketing, terzi...) e, se possibile, lo spaccato socio-demo.

RISPOSTA: non è possibile anche per le tempistiche della procedura, fornire tutti i dati e le analisi richieste.

In via generale si rendono, a beneficio di tutte le Aziende invitate, le seguenti ulteriori informazioni:

- i diritti televisivi per le gare amichevoli sono della FIP. Sky ha acquisito dalla FIBA i diritti per le competizioni ufficiali delle Nazionali maschili e femminili senior per il quadriennio 2025-2029.

- durante i raduni si raccolgono contenuti utili per la promozione degli eventi federali e una volta l'anno viene realizzato uno shooting video/fotografico e contenuti social (benefit da contratto) sulla base delle richieste degli sponsor, scatti e video sempre con minimo 3 atleti presenti contemporaneamente, mai singoli.

- non esiste un programma di merchandising, il merchandising è gestito dallo sponsor tecnico tramite loro canali e-commerce, la FIP riceve royalties sul venduto.

- in merito al Fanpage social si veda l'Allegato 1 al presente documento
- in merito all'App FIP e sito ufficiale FIP non è possibile, per le tempistiche della procedura, fornire i dati e le analisi richieste.
- in merito al CRM, FIP non dispone di questo strumento