

ACI Informatica S.p.A.

**CAPITOLATO TECNICO PER LA CONCESSIONE DEGLI SPAZI
PUBBLICITARI SULLE PUBBLICAZIONI DELLA TESTATA
L'AUTOMOBILE**

Allegato n. 5 al Disciplinare di gara

CIG 7517419268

INDICE

1.	Introduzione	3
1.1	l'Automobile: il rilancio della testata del 2016	3
1.2	La Testata e le sue declinazioni	3
1.2.1	L'Automobile magazine mensile: innovazione, motori, lifestyle.....	3
1.2.2	www.lautomobile.aci.it: il sito web della testata	4
1.2.3	Clienti di pubblicità	5
2.	Durata	5
3.	Modalità di esecuzione delle prestazioni	6
3.1	Esclusiva	6
3.2	Contratti con i clienti di pubblicità - Condizioni di vendita e sconti.....	6
3.3	Spazi destinati alle inserzioni pubblicitarie.....	6
3.4	Comunicazioni operative dell'Editore: calendario delle pubblicazioni, tirature e contenuti.....	7
3.5	Comunicazioni operative della Concessionaria: prenotazioni e trasmissione degli esecutivi	7
3.6	Reportistica mensile	8
3.7	Giustificativi per gli inserzionisti, copie promozionali e abbonamenti	8
3.8	Fatturazione e modalità di pagamento	9
3.9	Costi di impaginazione e stampa delle inserzioni. Formati pubblicitari speciali.....	9

1. INTRODUZIONE

Su incarico di ACI Automobile Club d'Italia, ACI Informatica è Editore e proprietario della testata l'Automobile, di cui cura le pubblicazioni su carta, in digitale e online.

Scopo del presente capitolato è quello di fornire elementi agli operatori del settore per la formulazione di un'offerta per l'affidamento della concessione per la vendita di spazi di pubblicità, a investitori nazionali e internazionali, per tutti i settori merceologici, su tutte le pubblicazioni della testata l'Automobile in tutte le declinazioni – carta, digitale e web.

1.1 L'AUTOMOBILE: IL RILANCIO DELLA TESTATA DEL 2016

La storica testata di ACI Automobile Club d'Italia – le cui pubblicazioni, come “house organ”, si erano interrotte all'inizio del 2013 – è stata rilanciata nel 2016 con un nuovo progetto editoriale ed un progetto grafico originale e moderno, sviluppati ed interpretati dalla direzione di Alessandro Marchetti Tricamo, con un gruppo di giornalisti del settore automotive e di professionisti dell'informazione a stampa.

Le pubblicazioni della Testata, dedicate ai temi della mobilità, dell'innovazione, della sicurezza, dell'ambiente e agli stili di vita, si rivolgono non solo alla realtà associativa dell'Ente (soci ACI) ma, più ampiamente, ai lettori *at large* e ai player istituzionali e privati del settore automotive (agenzie governative, amministrazioni nazionali e locali, aziende, centri di ricerca, ecc.).

Dunque: una testata istituzionale, ma animata da una forte intenzione giornalistica, con la missione di affermarsi come voce autorevole e di riferimento per il settore della mobilità.

1.2 LA TESTATA E LE SUE DECLINAZIONI

Il progetto editoriale de l'Automobile si articola su due linee di prodotto:

- il magazine mensile, l'Automobile
- il sito web della testata, www.lautomobile.aci.it

1.2.1 L'Automobile magazine mensile: innovazione, motori, lifestyle

L'Automobile, magazine mensile, ha 128 pagine a colori, una copertina “creazione” ad ogni numero, cover story tagliate sui grandi temi di attualità, analisi di mercato, prove di prodotto rigorose e indipendenti, selezione attenta delle novità di mercato, rubriche “trasversali” alla passione per l'auto (sport, musica, letteratura, arte), lifestyle, grande cura grafica, ricca scelta di foto, infografiche: il nuovo magazine l'Automobile si lascia decisamente alle spalle il modello dell'*house organ* per diventare un prodotto editoriale moderno, autorevole e stimolante.

Il numero zero della rivista è stato pubblicato il 3 settembre 2016, per essere diffuso all'Autodromo Nazionale di Monza, in occasione del GP di Formula 1 di quell'anno. Il numero 1 è stato lanciato a novembre 2016. Ad oggi (aprile 2018) sono stati pubblicati complessivamente 17 numeri.

Tiratura e diffusione del magazine cartaceo

Attualmente il mensile è stampato in circa **180.000 copie**, delle quali circa 150.000 inviate ai soci ACI abbonati.

La diffusione del magazine è così articolata:

- Soci dell'Automobile Club d'Italia (abbonamento postale a categorie selezionate di soci)
- Indirizzari istituzionali (parlamento, governo, amministrazioni nazionali e locali)
- Indirizzari di settore (aziende del settore automotive, agenzie, enti di ricerca, ecc.)
- Rete degli Automobile Club Provinciali
- Distribuzione in edicola al prezzo di copertina di € 3,00 (nelle principali edicole delle principali città del Paese; visibilità dedicata nelle edicole di tutti gli aeroporti e delle più importanti stazioni ferroviarie)

Versione digitale del magazine

Il magazine mensile è disponibile anche in formato digitale (leggibile tramite app su sfogliatore) sulle piattaforme IOS e Android e su desktop.

La lettura in questo formato è gratuita per circa 600 mila soci ACI.

I lettori non soci possono leggere la versione digitale acquistando la singola copia (€ 1,99) o l'abbonamento annuale (€ 11,99)

Prodotto: periodicità, formato, foliazione, stampa

Periodicità	Mensile, 11 numeri l'anno (numero unico luglio-agosto)
Formato	cm. 20,5 x 25,7
Formato	cm. 41,0 x 25,7
Foliazione	128 pagine interne + 4 copertina
Stampa	Offset (roto e piana), quadricromia
Carte	Pagine interne: patinata satinata 65 g/m2; Copertina: lucida
Confezione	Brossura fresata

Pubblicità

Attualmente sono previsti per il magazine i seguenti formati di pubblicità:

Magazine mensile – formati di pubblicità	base mm	altezza mm
2 [^] , 3 [^] , 4 [^] di Copertina (al vivo)	205	257
2 [^] di Copertina + 1 [^] Romana (2 pagine)	410	257
Pagina (al vivo)	205	257
Doppia pagina (al vivo)	410	257
Colonna (gabbia)	85	225,5
Piede (gabbia)	175	65

1.2.2 www.lautomobile.aci.it: il sito web della testata

Lanciato il 5 aprile del 2016, il sito web della testata è un sito di informazione quotidiana (in media 7 nuovi articoli ogni giorno) sulle case, i modelli, i temi dell'innovazione

tecnologica, della mobilità sostenibile e della sicurezza stradale. Ampio spazio è riservato al lifestyle.

A partire da giugno 2017 è iniziata la pubblicazione de l'Automobile Week, settimanale on-line che raccoglie, secondo una scelta tematica, il meglio degli articoli pubblicati nella settimana, reimpaginati come una rivista digitale. Esce ogni venerdì pomeriggio e può essere sfogliato gratuitamente da tutti i lettori, soci ACI e non, sul sito della testata.

Pubblicità

Attualmente sono previsti per il sito web i seguenti formati di pubblicità:

Sito web – formati di pubblicità (*)	base mm	altezza mm
Banner home page	277	125
Banner foglia articolo	277	230
Pacchetto l'Automobile Week:		
- Spazio logo brand in copertina	40	29
- Pagina singola (2 pagine)	210	297
<i>oppure</i>		
- Doppia pagina centrale (o 2 ^a +prima romana)	420	297

(*) Per le posizioni pubblicitarie sul sito web, attualmente è prevista la presenza esclusiva del brand per una settimana. Per quanto riguarda l'Automobile Week, è venduto il pacchetto "logo brand in copertina + 2 pagine interne (utilizzabili separatamente o in combinazione doppia pagina), sempre in esclusiva per una settimana.

1.2.3 Clienti di pubblicità

Fino ad oggi hanno scelto le pubblicazioni de l'Automobile per la loro comunicazione pubblicitaria i seguenti clienti (*pubblicità raccolta direttamente dall'Editore*), tutti appartenenti al settore della produzione automobilistica:

BOSCH
 FORD
 JAGUAR-LAND ROVER
 MERCEDES
 NISSAN
 OPEL
 PSA GROUPE (Peugeot, Citroen, DS)
 TOYOTA
 VOLKSWAGEN

2. DURATA

La concessione per la vendita di spazi di pubblicità ha una durata di 36 mesi, decorrenti dal 1° gennaio 2019 e comunque fino al 31 dicembre della terza annualità.

3. MODALITÀ DI ESECUZIONE DELLE PRESTAZIONI

3.1 ESCLUSIVA

La Concessionaria opererà in esclusiva per la raccolta della “pubblicità nazionale” e della “pubblicità internazionale”, in Italia ed all'estero in tutte le sue forme, intendendosi per “pubblicità nazionale” quella effettuata per clienti (utenti pubblicitari) definiti “nazionali” – ossia che con i loro prodotti, punti vendita o servizi, sono presenti ed operano almeno in una Regione, o che pianificano mezzi (o edizioni di mezzi) “nazionali” –; mentre per “pubblicità internazionale” si intende quella effettuata per clienti esteri.

L'Editore farà menzione della Concessionaria, nella gerenza del magazine mensile l'Automobile e nei *credits* del sito web www.lautomobile.aci.it, con la dicitura “Pubblicità: concessionaria esclusiva per l'Italia e per l'estero: *“Ragione Sociale della Concessionaria”*”, e con l'indicazione degli uffici commerciali della stessa.

3.2 CONTRATTI CON I CLIENTI DI PUBBLICITÀ - CONDIZIONI DI VENDITA E SCONTI

I contratti pubblicitari con la clientela dovranno avere la durata massima di 12 mesi.

La Concessionaria concorderà anno per anno con l'Editore il listino delle tariffe pubblicitarie e la relativa scala sconti. Nell'esecuzione dell'attività di vendita la Concessionaria potrà comunque adottare la politica commerciale che riterrà più opportuna per il conseguimento dei migliori risultati, anche in funzione dell'andamento di mercato, nonché del comportamento e delle offerte praticate dalla concorrenza, inclusa la possibilità di concedere pagine omaggio, ulteriori riduzioni di prezzo e vendite a pacchetto con abbinamento ad altre testate servite dalla Concessionaria.

Resta inteso che la Concessionaria potrà stipulare contratti pubblicitari con sconto complessivo superiore al 70% rispetto alle tariffe di listino, solo se espressamente autorizzata dall'Editore.

3.3 SPAZI DESTINATI ALLE INSERZIONI PUBBLICITARIE

Magazine mensile l'Automobile

La foliazione del magazine mensile è di 128 pagine interne, oltre 4 di copertina. L'Editore, compatibilmente con le proprie esigenze tecniche ed editoriali, metterà a disposizione della Concessionaria per ogni numero del magazine mensile lo spazio occorrente per la pubblicazione delle inserzioni da questa trasmesse, fino ad un massimo del 20% della foliazione, restando comunque la prima di copertina esclusa dalle pagine utilizzabili a fini pubblicitari.

Sito web www.lautomobile.aci.it

Oltre agli spazi già attualmente previsti (banner home page, banner foglia articolo e pacchetto l'Automobile Week, cfr. 1.2.2), la Concessionaria potrà concordare con l'Editore nuovi formati, in considerazione delle consuetudini di mercato e delle richieste dei clienti. L'Editore valuterà le proposte di nuovi formati della Concessionaria, tenendo conto del carattere, dello stile e della linea editoriale della testata.

3.4 COMUNICAZIONI OPERATIVE DELL'EDITORE: CALENDARIO DELLE PUBBLICAZIONI, TIRATURE E CONTENUTI

Magazine mensile l'Automobile

Il magazine mensile cartaceo esce l'ultimo sabato del mese precedente quello di edizione, o il primo sabato del mese di edizione. A puro titolo di esempio, si riportano qui di seguito le date relative alle edizioni da maggio a luglio 2018:

Numero	Mese di Edizione	Data di pubblicazione
N. 18	mag-18	Sabato 28-apr
N. 19	giu-18	Sabato 02-giu
N. 20	lug-18	Sabato 30-giu

L'Editore confermerà alla Concessionaria i calendari di pubblicazione di semestre in semestre.

Inoltre, al fine di fornire alla Concessionaria tutti gli elementi utili nel rapporto con i clienti di pubblicità, l'Editore indicherà alla Concessionaria, con ragionevole anticipo:

- i temi trattati in ogni numero del mensile (cover story, prove prodotto, focus, ecc.);
- la tiratura del numero in uscita, con il dettaglio delle copie destinate per canale (soci ACI, edicola, AC provinciali, indirizzari istituzionali e di settore).

Sito web www.lautomobile.it

Come già detto (cfr. 1.2.2), il sito web è ad aggiornamento quotidiano. Il supplemento settimanale online l'Automobile Week viene pubblicato ogni venerdì pomeriggio e resta in linea fino alla mattina del venerdì successivo.

3.5 COMUNICAZIONI OPERATIVE DELLA CONCESSIONARIA: PRENOTAZIONI E TRASMISSIONE DEGLI ESECUTIVI

La Concessionaria provvederà a prenotare gli spazi occorrenti per la pubblicazione delle inserzioni pubblicitarie, inviando all'Editore appositi listini, distinti tra magazine mensile e sito web e, successivamente, trasmetterà gli esecutivi di pubblicità. Qui di seguito vengono descritte le tempistiche (date limite) e le specifiche tecniche per il magazine e per il sito web.

Magazine mensile l'Automobile

- Trasmissione listino prenotazioni entro il quarto mercoledì precedente la data di pubblicazione.
- Trasmissione esecutivi entro il terzo mercoledì precedente la data di pubblicazione.
- Specifiche tecniche esecutivi: PDF, Formato (cfr. 1.2.1) + 3 mm di margine, Risoluzione 300 dpi, CMYK, profilo colore FOGRA 39.

A puro titolo di esempio, si riportano qui di seguito le scadenze relative alle edizioni da maggio a luglio 2018:

Numero	Mese di Edizione	Data di pubblicazione	Trasmissione Prenotazioni	Trasmissione Esecutivi di pubblicità
N. 18	mag-18	Sabato 28-apr	Mercoledì 4-apr	Mercoledì 11-apr
N. 19	giu-18	Sabato 02-giu	Mercoledì 9-mag	Mercoledì 16-mag
N. 20	lug-18	Sabato 30-giu	Mercoledì 6-giu	Mercoledì 13-giu

Sito web www.lautomobile.aci.it

Banner

- Trasmissione listino prenotazioni entro una settimana prima della pubblicazione.
- Trasmissione esecutivi entro tre giorni prima della pubblicazione.
- Specifiche tecniche esecutivi: jpg, html, o altri formati maggiormente utilizzati per la pubblicità online (da concordare con l'Editore)

Pacchetto l'Automobile Week

- Trasmissione listino prenotazioni entro una settimana prima della pubblicazione.
- Trasmissione esecutivi entro tre giorni prima della pubblicazione.
- Specifiche tecniche esecutivi: PDF, Formato (cfr. 1.2.2) al vivo, Risoluzione 150 dpi.

3.6 REPORTISTICA MENSILE

Entro i primi dieci giorni lavorativi del mese successivo a quello di pubblicazione delle inserzioni, la Concessionaria fornirà all'Editore il resoconto del fatturato verso i clienti, inviandogli un report riportante il consuntivo della pubblicità inserita nel mese, con indicazione dei seguenti elementi per ogni inserzione pubblicata:

- cliente
- mezzo (magazine o web)
- formato
- tariffa di listino
- prezzo effettivo di vendita

3.7 GIUSTIFICATIVI PER GLI INSERZIONISTI, COPIE PROMOZIONALI E ABBONAMENTI

L'Editore provvederà, a proprie spese, a spedire alla Concessionaria una copia cartacea del magazine mensile per ciascuna inserzione pubblicitaria pubblicata, a titolo di giustificativo da inviare all'inserzionista.

La Concessionaria provvederà, a proprie spese, a spedire dette copie ai clienti inserzionisti.

L'Editore, inoltre, fornirà gratuitamente alla Concessionaria numero 50 copie cartacee di ogni numero del magazine, per gli usi interni e per la promozione verso il mercato.

L'Editore metterà altresì a disposizione della Concessionaria un quantitativo di abbonamenti gratuiti per la promozione della testata verso i clienti, le agenzie pubblicitarie e i centri media. In particolare, l'Editore invierà, a propria cura e spese, il numero massimo

di 50 abbonamenti cartacei postali ad altrettanti destinatari indicati dalla Concessionaria. Inoltre, l'Editore metterà a disposizione della Concessionaria coupon elettronici per la lettura gratuita tramite app della versione digitale del magazine, nel numero richiesto dalla Concessionaria.

3.8 FATTURAZIONE E MODALITÀ DI PAGAMENTO

La Concessionaria provvederà direttamente a fatturare ai clienti la pubblicità inserita e a curare gli incassi.

L'Editore, sulla base del report mensile ricevuto (cfr. 3.6 Reportistica), fatturerà alla Concessionaria la quota di propria spettanza sul fatturato del mese, secondo le quote di ripartizione stabilite dal contratto. La Concessionaria provvederà al pagamento di detta fattura nei termini di dilazione previsti dal contratto.

3.9 COSTI DI IMPAGINAZIONE E STAMPA DELLE INSERZIONI. FORMATI PUBBLICITARI SPECIALI

L'Editore provvederà a proprie spese all'impaginazione e alla stampa delle inserzioni raccolte per il magazine mensile, eccezion fatta per i seguenti formati pubblicitari speciali:

- 6no bandella su prima di copertina,
- 8vo centro magazine.

In questi casi, l'Editore comunicherà alla Concessionaria il preventivo dei costi vivi (carta, stampa, distribuzione e recapito) da sostenere per la realizzazione del formato o dell'allegato richiesto. Su questa base, Concessionaria ed Editore concorderanno il prezzo da offrire al cliente di pubblicità, prezzo che dovrà garantire la copertura al 100% dei costi di realizzazione sopportati dall'Editore. La ripartizione pro quota del ricavo pubblicitario tra Editore e Concessionaria sarà quindi esercitata solo sulla parte del prezzo al cliente eccedente la copertura dei costi di realizzazione.