



**CITTÀ DI
POMPEI**
PATRIMONIO DELL'UMANITÀ



POMPEI BRAND IDENTITY

BANDO INTERNAZIONALE DI IDEE

per la definizione dell'identità visiva, culturale e narrativa della Città di Pompei

Comune di Pompei (NA)

Sede: Piazza Bartolo Longo, n. 36 - 80045 Pompei (NA)

Sito web istituzionale: <https://www.comune.pompei.na.it/it>

PEC: protocollo@pec.comune.pompei.na.it

Responsabile unico del progetto (RUP): Dott.ssa Pasqualina Esposito

E-mail del RUP: pasqualina.esposito@comune.pompei.na.it

Telefono: 0818576221

Sommario

ART. 1 - PREMESSE E FINALITÀ	4
ART. 2 - OGGETTO DEL CONCORSO	4
ART. 3 - OBIETTIVI.....	5
ART. 4 - PRINCIPI E INDIRIZZI DEL PROGETTO	5
ART. 5 - CARATTERE INTERNAZIONALE DEL CONCORSO	6
ART. 6 - SOGGETTI AMMESSI ALLA PARTECIPAZIONE	6
ART. 7 - CAUSE DI INCOMPATIBILITÀ E MOTIVI DI ESCLUSIONE.....	7
ART. 8 - BRIEF CREATIVO.....	7
ART. 9 - DOCUMENTAZIONE E MATERIALI DA PRESENTARE	9
ART. 10 - TERMINE E MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLE CANDIDATURE.....	15
ART. 11 - ANONIMATO DELLE PROPOSTE.....	17
ART. 12 - COMMISSIONE GIUDICATRICE.....	17
ART. 13 - CRITERI E MODALITÀ DI VALUTAZIONE	18
ART. 14 - PROCEDURA DI SELEZIONE E FORMAZIONE DELLA GRADUATORIA.....	21
ART. 15 - PREMIO	22
ART. 16 - ESITO DEL CONCORSO E POMPEI BRAND BOOK.....	22
ART. 17 - EVENTO FINALE E COMUNICAZIONE DEI RISULTATI	23
ART. 18 - ORIGINALITÀ, PROPRIETÀ INTELLETTUALE E UTILIZZO DELLE PROPOSTE	24
ART. 19 - EVENTUALE SUCCESSIVO SVILUPPO DEL PROGETTO	24
ART. 20 - COMUNICAZIONE E DIFFUSIONE INTERNAZIONALE	25
ART. 21 - TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI.....	25
ART. 22 - DISPOSIZIONI FINALI	25
ALLEGATI.....	25

ART. 1 – PREMESSE E FINALITÀ

La Città di Pompei rappresenta uno dei luoghi più riconoscibili dell’immaginario mondiale, grazie all’eccezionale valore del proprio patrimonio archeologico, alla centralità del Santuario della Beata Vergine del Rosario e alla capacità di attrarre ogni anno visitatori provenienti da ogni parte del mondo. Pompei non appartiene, tuttavia, soltanto al passato. È una città viva, contemporanea, attraversata da trasformazioni culturali, sociali ed economiche, chiamata oggi a definire e comunicare una propria identità capace di mettere in relazione memoria e contemporaneità, archeologia e città viva, spiritualità e cultura, territorio e mondo, patrimonio e futuro.

In tale contesto, la Città di Pompei promuove “POMPEI BRAND IDENTITY”, iniziativa finalizzata alla costruzione di una nuova identità visiva, culturale e narrativa della Città, contemporanea, riconoscibile e capace di rafforzarne il posizionamento nazionale e internazionale.

L’iniziativa trova fondamento negli indirizzi approvati dalla Giunta comunale con deliberazione n. 145 del 30 luglio 2026 e si inserisce nel più ampio percorso di valorizzazione e promozione dell’identità territoriale della Città di Pompei.

L’obiettivo non consiste nella mera realizzazione di un nuovo logo, bensì nella individuazione di un sistema identitario capace di rappresentare Pompei nelle sue molteplici dimensioni e di costituire il punto di partenza per la successiva definizione del Pompei Brand Book.

ART. 2 – OGGETTO DEL CONCORSO

La Città di Pompei indice un Concorso Internazionale di Idee denominato “POMPEI BRAND IDENTITY”, finalizzato alla selezione di una proposta per la nuova identità visiva, culturale e narrativa della Città di Pompei.

Ai partecipanti è richiesto di sviluppare un concept originale e contemporaneo capace di interpretare Pompei quale realtà complessa, viva e universale, superando una rappresentazione esclusivamente archeologica o legata al passato.

La proposta dovrà essere concepita come un sistema identitario unitario, flessibile, distintivo ed evolutivo, idoneo non soltanto alla comunicazione istituzionale della Città, ma anche alla sua progressiva declinazione in ambiti culturali, turistici, promozionali, produttivi e commerciali.

Il sistema identitario dovrà consentire, nel tempo, applicazioni su differenti linguaggi, supporti, prodotti, servizi, iniziative e contesti, anche attraverso eventuali attività di merchandising, licensing, co-branding, partnership, collaborazioni e progetti commerciali o promozionali autorizzati dalla Città di Pompei.

A titolo esemplificativo e non esaustivo, il sistema dovrà poter trovare applicazione nei seguenti ambiti:

- comunicazione istituzionale, culturale e turistica;
- comunicazione digitale e social media;
- promozione territoriale;
- segnaletica, arredo e comunicazione urbana;
- selfie point e installazioni urbane;
- eventi e manifestazioni;
- produzione editoriale e promozionale;
- merchandising e prodotti a marchio Pompei;

- packaging e sistemi di identificazione di prodotti e servizi;
- mobilità, mezzi di trasporto e relative applicazioni;
- moda, design, artigianato e produzioni creative;
- iniziative di licensing, co-branding e partnership con soggetti pubblici e privati;
- prodotti, servizi e iniziative commerciali coerenti con l'identità e il posizionamento della Città;
- comunicazione e promozione nazionale e internazionale della Città.

Il progetto dovrà configurarsi come una piattaforma identitaria aperta e sviluppabile nel tempo, capace di accompagnare sia la comunicazione pubblica e istituzionale sia eventuali future iniziative di valorizzazione economica del brand "Pompei". Le applicazioni indicate hanno carattere esemplificativo e non comportano, di per sé, affidamento, concessione o autorizzazione allo svolgimento di specifiche attività commerciali.

ART. 3 – OBIETTIVI

Il Concorso intende contribuire alla definizione di una nuova rappresentazione della Città di Pompei, capace di esprimerne la specificità, rafforzarne la riconoscibilità e accompagnarne la proiezione culturale e territoriale in ambito nazionale e internazionale.

In tale prospettiva, il Concorso persegue i seguenti obiettivi:

- costruire un'identità visiva riconoscibile e contemporanea della Città di Pompei;
- rafforzare il posizionamento culturale e territoriale della Città in ambito nazionale e internazionale;
- superare una comunicazione esclusivamente collegata alla dimensione archeologica;
- rappresentare la relazione tra città antica e città contemporanea;
- valorizzare il patrimonio materiale e immateriale del territorio;
- valorizzare la dimensione culturale, spirituale, sociale e contemporanea della Città;
- realizzare un sistema visivo capace di dialogare con cittadini, visitatori, istituzioni e comunità internazionale;
- dotare l'Amministrazione di uno strumento identitario utilizzabile nella comunicazione istituzionale, culturale e turistica;
- favorire una nuova percezione di Pompei quale luogo di produzione culturale contemporanea;
- individuare un'identità capace di mantenere riconoscibilità e valore nel tempo.

ART. 4 – PRINCIPI E INDIRIZZI DEL PROGETTO

Il Concorso nasce intorno alla seguente domanda: «Come può una città conosciuta nel mondo soprattutto attraverso il proprio passato rappresentare il proprio futuro?»

Le proposte dovranno interpretare Pompei evitando soluzioni meramente illustrative, celebrative o stereotipate. La ricerca progettuale potrà svilupparsi attraverso la storia, l'archeologia, il paesaggio, la stratificazione urbana, la spiritualità, la memoria, la comunità, i linguaggi contemporanei e gli immaginari internazionali.

Il patrimonio storico e archeologico costituisce una straordinaria risorsa simbolica della Città, ma non dovrà rappresentare un limite alla ricerca creativa.

ART. 5 – CARATTERE INTERNAZIONALE DEL CONCORSO

Il Concorso è aperto alla partecipazione nazionale e internazionale.

L'Amministrazione intende favorire la partecipazione di professionalità qualificate provenienti anche da contesti internazionali, con l'obiettivo di acquisire proposte caratterizzate da elevata qualità progettuale e capacità di interpretare l'identità di Pompei attraverso linguaggi contemporanei e universalmente riconoscibili.

Il Bando e la relativa documentazione saranno resi disponibili in lingua italiana e inglese.

ART. 6 – SOGGETTI AMMESSI ALLA PARTECIPAZIONE

Possono partecipare al Concorso professionisti, studi professionali, agenzie, società e altri operatori economici, italiani o esteri, che esercitino professionalmente e in modo documentabile, da almeno cinque anni antecedenti alla data di pubblicazione del presente Bando, attività attinenti all'oggetto del Concorso nei settori del graphic design, communication design, visual identity, brand identity, branding territoriale, corporate identity e comunicazione visiva.

Possono altresì partecipare le Accademie di Belle Arti e le altre istituzioni di formazione artistica e del design, nonché le Università, attraverso le proprie strutture didattiche e di ricerca operanti nei settori del design, del graphic design, del communication design, della comunicazione visiva, delle arti visive, dell'identità visiva e del branding.

Per i professionisti, gli studi professionali, le agenzie, le società e gli altri operatori economici, il requisito dell'esperienza professionale minima quinquennale è richiesto in considerazione della particolare complessità, rilevanza istituzionale e proiezione nazionale e internazionale del progetto, destinato alla definizione di un sistema organico di identità visiva, culturale e narrativa della Città di Pompei e non alla mera realizzazione di un singolo segno grafico o logotipo.

L'esperienza professionale quinquennale dovrà risultare dal curriculum e dal portfolio presentati dal concorrente, dai quali dovrà emergere lo svolgimento, per almeno cinque anni, di attività professionali coerenti con i settori sopra indicati.

Per le Accademie di Belle Arti, le altre istituzioni di formazione artistica e del design e le strutture universitarie ammesse alla partecipazione non è richiesto il requisito dell'esperienza professionale minima quinquennale. La pertinenza rispetto agli ambiti disciplinari previsti dal presente articolo dovrà risultare dallo statuto, dal regolamento didattico, dall'atto istitutivo della struttura, dall'offerta formativa, dall'indicazione dei corsi di studio, delle attività didattiche e di ricerca o da altra idonea documentazione istituzionale.

La partecipazione può avvenire individualmente o in forma associata o collettiva, purché siano rispettati i requisiti previsti dal presente articolo. In caso di partecipazione in forma associata o collettiva dovrà essere individuato un referente ai fini della partecipazione al Concorso e delle comunicazioni con l'Amministrazione, con indicazione dei componenti e dei rispettivi ruoli.

Ciascun soggetto può partecipare al Concorso con una sola candidatura, individualmente oppure quale componente di un raggruppamento o di altra forma di partecipazione associata o collettiva. Non è consentita la partecipazione del medesimo soggetto a più candidature, né individualmente e contemporaneamente in forma associata o collettiva, né quale componente di più raggruppamenti.

Ciascun partecipante è responsabile della veridicità delle dichiarazioni rese e della disponibilità dei diritti necessari sulla proposta presentata. L'Amministrazione si riserva di richiedere, in sede di verifica, la documentazione necessaria a comprovare il possesso dei requisiti di partecipazione, l'esperienza professionale dichiarata, ove richiesta, la pertinenza disciplinare delle strutture accademiche o universitarie partecipanti, la composizione dell'eventuale raggruppamento e i relativi poteri di rappresentanza.

ART. 7 – CAUSE DI INCOMPATIBILITÀ E MOTIVI DI ESCLUSIONE

I concorrenti devono possedere i requisiti di partecipazione di cui all'art. 6 e la capacità di contrarre con la Pubblica Amministrazione. Si applicano, in quanto pertinenti, le cause di esclusione e le relative disposizioni degli artt. 94, 95, 96, 97 e 98 del D.Lgs. 36/2023 e successive modificazioni.

Non possono partecipare al Concorso, in presenza di situazioni di incompatibilità o conflitto di interessi rilevanti ai sensi della normativa vigente: gli amministratori e i dipendenti dell'Ente banditore, anche a tempo determinato; i componenti della Commissione giudicatrice; i soggetti che abbiano partecipato alla predisposizione degli atti del Concorso o alla sua organizzazione in condizioni tali da compromettere la parità di trattamento; i soggetti legati alle persone predette da rapporti personali, familiari o professionali che determinino un conflitto di interessi non altrimenti risolvibile. L'eventuale conflitto, anche potenziale, è valutato dall'Amministrazione nel rispetto della normativa applicabile.

È vietato ai concorrenti intrattenere contatti con i componenti della Commissione giudicatrice riguardanti la proposta o la sua valutazione durante lo svolgimento del Concorso. È altresì vietato rendere pubblica la propria proposta prima della conclusione della valutazione anonima, quando ciò possa compromettere l'anonimato. Costituiscono inoltre motivo di esclusione: la partecipazione plurima del medesimo soggetto, in violazione del divieto previsto dall'art. 6 del presente Bando; la mancanza dei requisiti prescritti; la presentazione della proposta con modalità diverse da quelle obbligatorie; la violazione dell'anonimato che renda riconoscibile l'autore; le dichiarazioni non veritiere, ferme le verifiche e le conseguenze previste dal D.P.R. 445/2000. In caso di raggruppamento, l'esclusione del soggetto capogruppo o di un componente è disciplinata dalle disposizioni applicabili al raggruppamento. I concorrenti sono ammessi con riserva di verifica dei requisiti, da possedere alla scadenza del termine di partecipazione e per la durata della procedura. Restano ferme le disposizioni sul soccorso istruttorio ove applicabili, senza possibilità di modificare o integrare la proposta tecnica.

ART. 8 – BRIEF CREATIVO

Il progetto dovrà definire un sistema di identità visiva capace di esprimere una visione contemporanea, riconoscibile e internazionale della Città di Pompei e di sostenere nel tempo anche le possibili declinazioni promozionali, produttive e commerciali previste dall'art. 2.

La proposta dovrà partire dalla consapevolezza dell'eccezionale patrimonio storico, archeologico, culturale e spirituale associato al nome di Pompei, senza tuttavia limitarsi alla sua rappresentazione o alla riproposizione di simboli, immagini e linguaggi tradizionalmente collegati alla città antica.

L'identità proposta dovrà riferirsi alla Città di Pompei nella sua complessità e contemporaneità, assumendo il patrimonio archeologico quale componente fondamentale della sua identità, senza esaurire in esso la rappresentazione della Città.

Non è richiesta la mera realizzazione di un logo, bensì la progettazione di un sistema identitario organico, nel quale segno, tipografia, colore, elementi grafici e principi compositivi concorrano alla costruzione di un linguaggio unitario, distintivo, versatile e sviluppabile.

Particolare attenzione dovrà essere dedicata alla capacità del progetto di funzionare nei molteplici ambiti attraverso i quali la Città comunica e potrà valorizzare la propria identità: comunicazione istituzionale, culturale e turistica; strumenti digitali; promozione territoriale; segnaletica e comunicazione urbana; selfie point e installazioni; eventi; editoria; merchandising; packaging; prodotti e servizi; mobilità e mezzi di trasporto; design, moda e artigianato; licensing, co-branding e partnership; comunicazione nazionale e internazionale.

Le applicazioni presentate dovranno consentire di comprendere concretamente come il sistema identitario possa vivere nei diversi contesti e come possa essere sviluppato nel tempo senza perdere coerenza, riconoscibilità e forza identitaria.

Ogni proposta dovrà comprendere almeno: concept progettuale; segno identitario e/o logotipo; sistema visivo e relativi principi compositivi; sistema cromatico; sistema tipografico; applicazioni del sistema identitario; visione della sua possibile evoluzione e sviluppo.

Resta ferma la piena libertà creativa dei concorrenti nel rispetto degli obiettivi, dei principi e delle prescrizioni stabiliti dal presente Bando.

ART. 9 – DOCUMENTAZIONE E MATERIALI DA PRESENTARE

Ai fini della partecipazione al Concorso, ciascun concorrente dovrà presentare la documentazione richiesta secondo le modalità indicate nel presente articolo e nell'art. 10.

La partecipazione avviene mediante la piattaforma telematica TRASPARE, con caricamento delle seguenti buste:

- Busta telematica A – Documentazione amministrativa;
- Busta telematica B – Proposta tecnica e ideativa.

L'eventuale presentazione di prototipi, modelli e campioni realizzativi è facoltativa ed è disciplinata separatamente nel presente articolo.

9.1 – BUSTA TELEMATICA A – DOCUMENTAZIONE AMMINISTRATIVA

La Busta telematica A contiene esclusivamente i documenti amministrativi e identificativi del concorrente:

- a. Domanda di partecipazione, redatta secondo l'Allegato A.
- b. Per i professionisti, studi professionali, agenzie, società e altri operatori economici ammessi ai sensi dell'art. 6, curriculum e portfolio idonei a documentare l'esperienza professionale minima quinquennale e la coerenza delle attività svolte con i settori indicati nel medesimo articolo.
- c. Per le Accademie di Belle Arti, le altre istituzioni di formazione artistica e del design e le Università ammesse ai sensi dell'art. 6, documentazione istituzionale idonea a comprovare la

pertinenza della struttura partecipante rispetto agli ambiti disciplinari individuati nel medesimo articolo.

- d. In caso di partecipazione in forma associata o collettiva, elenco dei componenti, indicazione dei rispettivi ruoli e relativa documentazione secondo quanto previsto dal presente Bando.
- e. Dichiarazione di originalità, titolarità e disponibilità dei diritti sulla proposta e sui relativi elementi costitutivi, redatta secondo l'Allegato B.

La Busta A è separata dalla Busta B e non è messa a disposizione della Commissione giudicatrice prima della conclusione della valutazione anonima, ferme restando le verifiche amministrative gestite da personale autorizzato.

9.2 – BUSTA TELEMATICA B – PROPOSTA TECNICA E IDEATIVA

La Busta telematica B contiene esclusivamente gli elaborati ideativi destinati alla valutazione della Commissione.

La documentazione tecnica deve comprendere i seguenti elaborati:

- a. Tavola generale di presentazione della proposta e del concept.
- b. Relazione illustrativa del concept, dei valori identitari, del significato culturale e narrativo e delle motivazioni delle scelte creative.
- c. Marchio e/o logotipo nelle principali configurazioni, comprese prove cromatiche, monocromatiche, positive e negative.
- d. Sistema visivo, elementi grafici caratterizzanti e principi compositivi.
- e. Palette cromatica principale e secondaria.
- f. Sistema tipografico e criteri generali di impiego.
- g. Applicazioni esemplificative per comunicazione istituzionale, culturale, turistica e digitale, promozione territoriale, eventi, segnaletica e comunicazione urbana.
- h. Almeno cinque mock-up su supporti e contesti differenti, scelti anche fra selfie point, installazioni, editoria, merchandising, packaging, mobilità, prodotti e servizi.
- i. Visione delle possibilità di evoluzione del brand, comprese applicazioni autorizzabili di licensing, co-branding e partnership.
- j. Ulteriori elaborati illustrativi facoltativi, senza sostituire quelli obbligatori.

Esclusivamente qualora intenda presentare prototipi, modelli o campioni fisici, il concorrente deve riportare sulla tavola generale di presentazione della proposta e del concept, di cui alla lettera a) del presente paragrafo, un codice anonimo di abbinamento composto da 8 caratteri alfanumerici casuali

(lettere maiuscole e numeri, senza spazi), scelto autonomamente e non riconducibile all'identità del concorrente.

Il medesimo codice deve essere riportato nell'Allegato C e nella copia cartacea inserita all'interno della scatola interna anonima.

Tutti gli elaborati della Busta B devono essere anonimi e privi di firma digitale o autografa, nominativi, loghi professionali, recapiti e metadati identificativi. I formati e i limiti di caricamento sono quelli indicati nella procedura TRASPARE.

9.3 - PROTOTIPI, MODELLI E CAMPIONI REALIZZATIVI - PRESENTAZIONE FACOLTATIVA

Ferma restando la presentazione telematica obbligatoria delle Buste telematiche A e B, il concorrente potrà presentare, in via facoltativa e a propria cura e spese, prototipi, modelli e campioni realizzativi

delle applicazioni proposte, finalizzati esclusivamente a consentire alla Commissione una più immediata e completa comprensione delle possibili applicazioni pratiche dell'identità visiva proposta.

A titolo esemplificativo e non esaustivo, potranno essere presentati:

- Prototipi o modelli del selfie point.
- Targhe e pannelli.
- Stampe su plexiglass o altri supporti.
- Campioni di applicazione del marchio.
- Ulteriori realizzazioni dimostrative coerenti con la proposta progettuale.

Tali elementi avranno carattere esclusivamente rappresentativo e dimostrativo e non costituiranno progettazione esecutiva delle relative installazioni o applicazioni.

Qualora siano presentati modelli o prototipi in dimensioni ridotte, il concorrente potrà indicare la scala o, in alternativa, i rapporti dimensionali e proporzionali adottati, esclusivamente al fine di consentire una corretta comprensione della soluzione proposta.

Non è richiesta l'indicazione delle dimensioni definitive dell'eventuale futura realizzazione, che saranno determinate dall'Amministrazione in una successiva fase in relazione al luogo di installazione, alla destinazione d'uso, alle esigenze funzionali e agli eventuali vincoli tecnici, autorizzativi e di sicurezza.

Il concorrente potrà altresì indicare, a titolo orientativo, materiali, supporti, finiture e soluzioni tecniche ipotizzate, senza che tali indicazioni assumano carattere vincolante per l'Amministrazione.

La presentazione dei prototipi è facoltativa: non sostituisce gli elaborati digitali obbligatori e la loro assenza non comporta esclusione né penalizzazioni.

9.3.1 – Codice anonimo di abbinamento e Allegato C

Solo il concorrente che presenta prototipi, modelli o campioni fisici deve compilare l'Allegato C – Scheda anonima di accompagnamento, senza firma né dati identificativi.

Il concorrente deve scegliere autonomamente un codice anonimo di abbinamento composto da 8 caratteri alfanumerici casuali, utilizzando esclusivamente lettere maiuscole e numeri, senza spazi.

Il medesimo codice deve essere riportato:

- Nella tavola generale della proposta tecnica contenuta nella Busta B.
- Nella copia digitale dell'Allegato C caricata nella Busta B.
- Nella copia cartacea dell'Allegato C inserita nella scatola interna anonima.

Entrambe le copie dell'Allegato C devono riportare il medesimo codice e una breve descrizione dei prototipi, modelli o campioni fisici presentati.

Il codice anonimo di abbinamento ha esclusivamente la funzione di consentire alla Commissione di esaminare congiuntamente i materiali fisici e la corrispondente proposta tecnica. Non sostituisce i codici identificativi riservati attribuiti automaticamente dalla piattaforma TRASPARE.

L'Allegato C non è richiesto in assenza di materiali fisici.

In assenza della copia digitale dell'Allegato C nella Busta B, si intende che il concorrente non intende presentare prototipi, modelli o campioni fisici. Non è consentita la presentazione o l'integrazione di tali materiali successivamente alla scadenza del termine previsto dal presente Bando.

9.4 – LIMITI DIMENSIONALI, PESO E IMBALLAGGIO

Al fine di garantire la corretta gestione delle operazioni di ricezione, movimentazione, custodia e valutazione, gli eventuali prototipi, modelli e campioni realizzativi riferiti alla medesima proposta dovranno essere contenuti in un unico collo, avente le seguenti caratteristiche:

- Dimensioni esterne massime: 80 × 60 × 60 cm.
- Peso complessivo massimo: 20 kg, comprensivi dell'imballaggio.

Qualora la soluzione progettuale riguardi installazioni, selfie point, elementi urbani, strutture o altre applicazioni aventi dimensioni reali superiori ai predetti limiti, il concorrente potrà rappresentarle mediante modelli o prototipi in dimensioni ridotte.

Le indicazioni relative alla scala e alle dimensioni hanno esclusiva funzione illustrativa e non assumono carattere vincolante per l'Amministrazione. Le caratteristiche dimensionali definitive dell'eventuale futura realizzazione saranno determinate in una successiva fase in relazione al luogo di installazione, alla destinazione d'uso, alle esigenze funzionali e agli eventuali vincoli tecnici, autorizzativi e di sicurezza.

Gli elementi presentati dovranno essere adeguatamente imballati e predisposti in modo da consentirne la normale movimentazione, apertura, esame e custodia, senza necessità, da parte dell'Amministrazione, di mezzi, attrezzature, personale specializzato o modalità di deposito particolari.

Non potranno essere presentati:

- Materiali pericolosi, deperibili, infiammabili, esplosivi o tossici.
- Elementi suscettibili di arrecare danno a persone, cose o ambienti.
- Elementi che richiedano particolari condizioni di conservazione, alimentazione o custodia.

I limiti dimensionali, di peso e di imballaggio sopra indicati riguardano esclusivamente la presentazione dei prototipi, modelli e campioni realizzativi nell'ambito del Concorso e non costituiscono vincolo dimensionale, materiale o tecnico per l'eventuale futura realizzazione delle applicazioni rappresentate.

Gli eventuali prototipi, modelli o campioni realizzativi presentati in difformità dalle prescrizioni del presente paragrafo potranno non essere accettati o, qualora già pervenuti, non essere sottoposti alla

Commissione giudicatrice, senza che ciò comporti l'esclusione della proposta progettuale dal Concorso né penalizzazioni nella relativa valutazione, considerato il carattere facoltativo della loro presentazione.

9.5 – MODALITÀ DI CONSEGNA, SPEDIZIONE E TUTELA DELL'ANONIMATO

9.5.1 – Termine e luogo di consegna

I prototipi, modelli e campioni realizzativi potranno essere consegnati a mano o spediti, a cura e spese del concorrente, e dovranno pervenire entro il termine di scadenza previsto per la presentazione della candidatura al seguente indirizzo:

Città di Pompei – Piazza Bartolo Longo n. 36 – 80045 Pompei (NA).

Ai fini del rispetto del termine rileva l'effettiva ricezione da parte dell'Amministrazione e non la data di spedizione.

9.5.2 – Scatola interna anonima

Gli elementi presentati dovranno essere inseriti in una scatola interna chiusa e anonima, priva di nominativi, firme, recapiti, loghi professionali o altri elementi identificativi.

Sulla scatola interna non devono essere riportati codici alfanumerici di abbinamento né altri segni identificativi. Sono consentite esclusivamente le seguenti diciture:

**POMPEI BRAND IDENTITY – CONCORSO INTERNAZIONALE DI IDEE
PROTOTIPO, MODELLO O CAMPIONE REALIZZATIVO**

All'interno della scatola anonima deve essere inserita una copia cartacea dell'Allegato C, priva di firma, recante il medesimo codice anonimo e una breve descrizione dei prototipi, modelli o campioni fisici presentati.

9.5.3 – Imballaggio esterno

La scatola interna anonima deve essere collocata in un imballaggio esterno idoneo alla spedizione o alla consegna.

L'imballaggio esterno può riportare i dati del mittente esclusivamente per esigenze di trasporto e recapito.

L'imballaggio esterno deve consentire all'Amministrazione di identificare con certezza il concorrente che ha effettuato la consegna e di ricondurre il collo alla relativa domanda di partecipazione. A tal fine, il concorrente è tenuto a indicare sull'imballaggio esterno i propri dati identificativi e gli estremi della procedura concorsuale. Gli uffici incaricati registrano l'avvenuta ricezione e la corrispondenza tra il collo

e la candidatura, documentando le operazioni e mantenendo separati tali elementi identificativi dalla scatola interna anonima e dalla documentazione destinata alla Commissione giudicatrice.

9.5.4 – Ricezione e custodia

Gli uffici comunali incaricati della ricezione devono separare l'imballaggio esterno, contenente gli eventuali dati identificativi del mittente, dalla scatola interna anonima.

Le operazioni di ricezione, separazione degli imballaggi e custodia sono svolte dal personale incaricato dell'Amministrazione, nel rispetto dell'anonimato, e annotate in un registro interno riservato, anche informatico, non accessibile alla Commissione giudicatrice durante la valutazione.

9.5.5 – Abbinamento alla proposta tecnica

La Commissione riceve esclusivamente la scatola interna anonima e può associarla alla corrispondente proposta tecnica mediante il codice anonimo riportato nell'Allegato C cartaceo contenuto nella scatola e nella Busta B.

Qualora non sia possibile stabilire con certezza la corrispondenza tra un materiale fisico e la relativa proposta tecnica, il materiale non è sottoposto alla valutazione, ferma restando la validità della candidatura telematica e senza penalizzazione per la mancata valutazione del prototipo.

9.5.6 – Conservazione e mancata restituzione dei materiali fisici

I prototipi, i modelli e i campioni fisici consegnati nell'ambito del Concorso rimarranno nella disponibilità del Comune di Pompei e non saranno restituiti ai partecipanti, indipendentemente dall'esito della procedura, anche in caso di mancata selezione tra i finalisti o di mancata aggiudicazione. La conservazione dei materiali fisici da parte del Comune non comporta l'acquisizione dei diritti di proprietà intellettuale sulle proposte progettuali, fatti salvi gli utilizzi autorizzati ai sensi dell'art. 18 del presente Bando.

ART. 10 – TERMINE E MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLE CANDIDATURE

La candidatura dovrà essere presentata attraverso la piattaforma di approvvigionamento digitale certificata TRASPARE della Città di Pompei, raggiungibile all'indirizzo <https://comunepompei.traspare.com/>, entro e non oltre 90 (novanta) giorni dalla pubblicazione del Bando, secondo la data e l'orario indicati sulla piattaforma.

Il concorrente, previa registrazione alla piattaforma, presenta esclusivamente due buste telematiche:

- Busta A – Documentazione amministrativa;
- Busta B – Proposta tecnica e ideativa.

La documentazione amministrativa è firmata digitalmente secondo le istruzioni della procedura; la documentazione tecnica resta anonima e priva di firma.

FASE 1 – CREAZIONE DEGLI ARCHIVI INFORMATICI

Il concorrente deve predisporre due distinti archivi informatici in formato .zip o .rar, contenenti rispettivamente:

- La documentazione amministrativa richiesta dall'art. 9 per la Busta A.
- Gli elaborati progettuali richiesti dall'art. 9 per la Busta B.

I documenti amministrativi e il relativo archivio informatico devono essere firmati digitalmente secondo le indicazioni della piattaforma TRASPARE.

I documenti tecnici e il relativo archivio informatico non devono essere firmati e non devono contenere nominativi, recapiti, loghi professionali o altri elementi identificativi del concorrente.

Esclusivamente qualora il concorrente presenti prototipi, modelli o campioni fisici, nella Busta B deve essere inserita anche la copia digitale dell'Allegato C – Scheda anonima di accompagnamento, priva di firma e contenente il codice anonimo di abbinamento di 8 caratteri alfanumerici.

Il medesimo codice deve essere riportato sulla tavola generale di presentazione della proposta e del concept, secondo quanto previsto dall'art. 9.

Il codice anonimo di abbinamento non sostituisce i codici riservati attribuiti automaticamente dalla piattaforma TRASPARE.

FASE 2 – CARICAMENTO E INVIO TELEMATICO

Entro il termine di scadenza, il concorrente deve:

1. Accedere alla piattaforma TRASPARE mediante le proprie credenziali.
2. Individuare il Concorso nella sezione «GARE – CONCORSI DI PROGETTAZIONE/IDEE» e selezionare la funzione «PARTECIPA».
3. Caricare l'archivio della documentazione amministrativa nella sezione «BUSTA AMMINISTRATIVA».
4. Caricare l'archivio della proposta tecnica e ideativa nella sezione «BUSTA TECNICA».
5. Completare la procedura selezionando la funzione «INVIA OFFERTA».

Al termine dell'invio, il sistema genera automaticamente il documento denominato «BUSTA DI GARA TELEMATICA». La candidatura si considera regolarmente presentata esclusivamente a seguito del completamento dell'invio definitivo e della relativa conferma da parte della piattaforma, con registrazione della data e dell'ora. Il concorrente è tenuto a verificare il corretto completamento dell'invio della candidatura e la presenza della stessa nella sezione «Offerta inviata». Il semplice caricamento dei documenti, in assenza dell'invio definitivo, non costituisce valida presentazione della candidatura. Tutte le operazioni devono essere completate entro la data e l'ora di scadenza indicate sulla piattaforma.

CHIARIMENTI E COMUNICAZIONI

Le richieste di chiarimento devono essere presentate esclusivamente attraverso l'apposita funzione «RICHIESTA CHIARIMENTI» disponibile sulla piattaforma TRASPARE, entro il termine indicato nella procedura.

Le risposte e le comunicazioni relative al Concorso sono rese disponibili attraverso la piattaforma, secondo le modalità previste dalla procedura telematica.

Per gli ulteriori aspetti tecnici e operativi si rinvia al Manuale operativo relativo ai concorsi di progettazione/idee in singola fase, consultabile direttamente sulla piattaforma TRASPARE.

ART. 11 – ANONIMATO DELLE PROPOSTE

La valutazione degli elaborati progettuali avverrà in forma anonima.

Durante la valutazione, la Commissione giudicatrice avrà accesso esclusivamente ai documenti anonimi e privi di firma della Busta B e agli eventuali prototipi, modelli o campioni fisici presentati in forma anonima.

La documentazione amministrativa contenuta nella Busta A, comprensiva degli elementi identificativi dei concorrenti, è gestita separatamente dalla proposta tecnica. Durante la valutazione, la Commissione non deve poter ricavare l'identità degli autori dalle funzionalità della piattaforma o dai documenti tecnici.

Gli elaborati progettuali, l'Allegato C e gli eventuali prototipi, modelli o campioni fisici non dovranno contenere nominativi, firme, loghi professionali, denominazioni, recapiti o qualsiasi altro elemento idoneo a consentire l'identificazione diretta o indiretta del concorrente.

Esclusivamente qualora siano presentati prototipi, modelli o campioni fisici, il concorrente deve utilizzare il codice anonimo di abbinamento di 8 caratteri alfanumerici casuali, costituiti da lettere maiuscole e numeri, senza spazi, secondo quanto previsto dall'art. 9.

Il medesimo codice deve essere riportato:

1. Sulla tavola generale di presentazione della proposta e del concept contenuta nella Busta B.
2. Nelle otto caselle predisposte nella copia digitale dell'Allegato C caricata nella Busta B.
3. Nelle otto caselle predisposte nella copia cartacea dell'Allegato C inserita nella scatola interna anonima.

Il codice anonimo di abbinamento non deve essere riportato sulla parte esterna della scatola interna anonima, sulla quale sono ammesse esclusivamente le diciture previste dall'art. 9.5.2 del presente Bando.

Il codice anonimo di abbinamento ha esclusivamente la funzione di consentire alla Commissione di associare i prototipi fisici alla corrispondente proposta tecnica. Non deve contenere elementi riconducibili all'identità dell'autore e non sostituisce i codici identificativi riservati attribuiti automaticamente dalla piattaforma TRASPARE.

Il personale incaricato della ricezione e della custodia dei prototipi fisici deve mantenere separati i dati identificativi presenti sugli imballaggi esterni dalle scatole interne anonime. Alla Commissione sono consegnate esclusivamente le scatole interne anonime, senza elementi identificativi dei mittenti.

La piattaforma TRASPARE attribuisce automaticamente identificativi riservati secondo le modalità descritte nel relativo Manuale operativo. L'anonimato è mantenuto per tutta la valutazione tecnica.

Al termine della valutazione tecnica, il sistema rende disponibile il documento di corrispondenza tra i codici riservati, consentendo le successive operazioni amministrative di identificazione dei concorrenti e di verifica, secondo le modalità previste dalla procedura.

La violazione delle prescrizioni sull'anonimato, qualora renda riconoscibile l'autore della proposta durante la valutazione tecnica, comporta l'esclusione dal Concorso.

ART. 12 – COMMISSIONE GIUDICATRICE

Le proposte saranno valutate da una Commissione giudicatrice composta da almeno tre esperti, secondo quanto previsto dalla deliberazione della Giunta comunale n. 145 del 30 luglio 2026.

La Commissione sarà formata da professionisti italiani e/o esteri di elevata qualificazione e riconosciuto prestigio, con esperienza nei settori del graphic design, del branding, della comunicazione visiva, delle arti visive, del marketing territoriale e della valorizzazione del patrimonio culturale e turistico.

La scelta dei componenti terrà conto della qualità e della rilevanza dei rispettivi percorsi professionali, al fine di garantire una valutazione competente, autorevole e adeguata alla rilevanza nazionale e internazionale del progetto per la Città di Pompei.

La Commissione sarà nominata con successivo provvedimento, nel rispetto della normativa vigente. I nominativi dei componenti saranno resi pubblici secondo le modalità previste dalla normativa applicabile.

Qualora il numero delle candidature pervenute o delle proposte ammesse risulti particolarmente elevato, la Commissione giudicatrice potrà avvalersi di una struttura di supporto individuata dall'Amministrazione per lo svolgimento di attività istruttorie, organizzative e di supporto tecnico-amministrativo. Restano in ogni caso riservate esclusivamente alla Commissione giudicatrice le attività valutative, l'attribuzione dei punteggi, la formazione della graduatoria e l'individuazione della proposta vincitrice.

ART. 13 – CRITERI E MODALITÀ DI VALUTAZIONE

La Commissione giudicatrice procederà alla valutazione delle proposte progettuali ammesse attribuendo a ciascuna proposta un punteggio massimo complessivo pari a 100 punti, sulla base dei criteri e degli elementi di valutazione di seguito indicati.

La valutazione è finalizzata alla formazione della graduatoria provvisoria e all'individuazione dei progetti finalisti, i quali saranno successivamente sottoposti a confronto a coppie, secondo le modalità indicate nel presente articolo, ai fini dell'individuazione della proposta vincitrice.

Valutazione degli eventuali prototipi, modelli e campioni realizzativi. Gli eventuali prototipi, modelli e campioni realizzativi presentati ai sensi dell'art. 9 hanno esclusivamente funzione dimostrativa e di supporto alla comprensione della proposta progettuale. La Commissione potrà prenderli in esame nell'ambito dei criteri di valutazione pertinenti previsti dal presente articolo, con particolare riferimento all'applicabilità, alla versatilità e alla capacità di declinazione del sistema identitario proposto. La loro presentazione non comporta l'attribuzione di punteggi aggiuntivi o autonomi rispetto a quelli previsti dalla griglia di valutazione. La mancata presentazione non costituisce elemento negativo di valutazione e non determina alcuna penalizzazione, dovendo la Commissione valutare la qualità della proposta sulla base dei medesimi criteri per tutti i concorrenti.

Criterio	Elementi oggetto di valutazione	Punti max
1. Qualità, originalità e forza del concept	Originalità dell'idea; qualità della ricerca; profondità concettuale; coerenza tra concept e soluzione visiva; capacità di evitare soluzioni convenzionali, didascaliche o stereotipate.	25

Criterio	Elementi oggetto di valutazione	Punti max
2. Capacità di interpretare l'identità di Pompei	Capacità di rappresentare la specificità di Pompei; relazione tra memoria e contemporaneità, città antica e città viva, spiritualità e cultura, patrimonio e futuro; riconoscibilità del legame con il territorio.	20
3. Qualità contemporaneità e del sistema visivo	Qualità del segno/logotipo; efficacia della composizione grafica; sistema cromatico e tipografico; coerenza complessiva del linguaggio visivo; contemporaneità della proposta senza dipendenza da mode effimere.	20
4. Universalità e capacità di comunicazione internazionale	Immediatezza e comprensibilità del sistema identitario in contesti culturali differenti; capacità di rappresentare Pompei presso pubblici nazionali e internazionali; forza comunicativa e memorabilità.	15
5. Flessibilità, applicabilità e capacità evolutiva	Capacità dell'identità di funzionare su differenti supporti, formati, scale e media; efficacia delle applicazioni proposte; adattabilità alla comunicazione istituzionale, culturale, turistica, urbana e digitale; possibilità di evoluzione nel tempo.	15
6. Durabilità e coerenza complessiva	Capacità dell'identità di mantenere riconoscibilità e valore nel tempo; equilibrio tra innovazione e permanenza; solidità e coerenza complessiva del sistema proposto.	5
TOTALE		100

Modalità di attribuzione dei coefficienti

Per ciascun criterio ogni commissario attribuisce un coefficiente compreso tra 0 e 1, secondo la seguente scala di giudizio:

Giudizio	Coefficiente
Inadeguato	0,00
Gravemente insufficiente	da 0,01 a 0,20
Insufficiente	da 0,21 a 0,40
Sufficiente	da 0,41 a 0,60
Buono	da 0,61 a 0,80
Ottimo	da 0,81 a 0,90
Eccellente	da 0,91 a 1,00

Nell'ambito di ciascuna fascia di giudizio, il singolo commissario attribuisce lo specifico coefficiente ritenuto maggiormente rappresentativo della qualità della proposta rispetto al criterio oggetto di valutazione.

Il coefficiente definitivo relativo a ciascun criterio è determinato dalla media aritmetica dei coefficienti attribuiti dai singoli commissari. Il punteggio relativo a ciascun criterio è determinato applicando la formula $P = C \times P_{\max}$, dove P è il punteggio attribuito al criterio, C è il coefficiente medio attribuito dalla Commissione e $P_{\max}$ è il punteggio massimo previsto per il criterio.

Il punteggio complessivo della proposta è costituito dalla somma dei punteggi conseguiti nei singoli criteri, fino a un massimo di 100 punti. I punteggi così attribuiti sono utilizzati per formare la graduatoria provvisoria e individuare le proposte finaliste, secondo la soglia e le modalità di seguito stabilite.

Soglia minima di idoneità. Sono considerate idonee esclusivamente le proposte che conseguono un punteggio complessivo non inferiore a 60/100.

Sono individuate quali finaliste le prime cinque proposte utilmente collocate nella graduatoria provvisoria, purché abbiano conseguito la soglia minima di idoneità, nonché le eventuali proposte classificate ex aequo in quinta posizione. Qualora le proposte idonee siano in numero inferiore a cinque, sono considerate finaliste tutte le proposte che abbiano conseguito almeno 60/100.

Confronto a coppie tra i progetti finalisti

Le proposte finaliste sono sottoposte a confronto a coppie da parte della Commissione giudicatrice.

Ai soli fini delle operazioni di confronto, e nel rispetto dell'anonimato, le proposte finaliste sono convenzionalmente identificate con lettere o codici anonimi. Qualora le proposte finaliste siano cinque, sono utilizzate le lettere A, B, C, D ed E.

Ciascuna proposta è confrontata con ciascuna delle altre. La seguente matrice costituisce un esempio applicabile nel caso di cinque proposte finaliste:

Proposta	A	B	C	D	E
A	—	A/B	A/C	A/D	A/E
B		—	B/C	B/D	B/E
C			—	C/D	C/E
D				—	D/E
E					—

Qualora, per effetto degli ex aequo o per un numero inferiore di proposte idonee, il numero dei finalisti sia diverso da cinque, il confronto a coppie è esteso a tutte le proposte finaliste. Il numero complessivo dei confronti è determinato secondo la formula $N \times (N - 1) / 2$, dove N rappresenta il numero effettivo dei finalisti.

L'intensità della preferenza è espressa secondo la seguente scala:

Giudizio comparativo	Valore
Parità sostanziale / equivalenza	0
Preferenza lieve	1
Preferenza significativa	2
Preferenza netta	3

Il valore attribuito è assegnato alla proposta ritenuta preferibile nel singolo confronto. In caso di parità sostanziale è attribuito valore 0 a entrambe le proposte.

Al termine dei confronti sono sommati, per ciascuna proposta finalista, i valori attribuiti dai componenti della Commissione. La proposta che consegue il valore complessivo più elevato nel confronto a coppie è collocata al primo posto della graduatoria finale ed è individuata quale proposta vincitrice.

I punteggi conseguiti nella valutazione su 100 punti sono utilizzati esclusivamente per individuare i progetti finalisti e non sono sommati ai risultati del confronto a coppie. L'ammissione degli ex aequo alla fase finale non comporta l'applicazione di criteri di prevalenza tra le proposte che abbiano conseguito il medesimo punteggio.

In caso di parità nel risultato finale del confronto a coppie, la Commissione procede a un ulteriore confronto diretto tra le sole proposte risultate a pari merito e individua la proposta vincitrice con decisione assunta a maggioranza e adeguatamente motivata nel verbale.

ART. 14 – PROCEDURA DI SELEZIONE E FORMAZIONE DELLA GRADUATORIA

La procedura di selezione si articola nelle seguenti fasi:

- Ricezione delle candidature e verifica della documentazione amministrativa. L'Amministrazione, mediante il personale amministrativo autorizzato, verifica la regolarità della documentazione presentata e il rispetto delle prescrizioni del Bando, garantendo la separazione tra la documentazione amministrativa contenente i dati identificativi dei concorrenti e gli elaborati tecnici anonimi.
- Ammissione alla valutazione tecnica. Conclusa la verifica amministrativa, gli elaborati tecnici delle candidature ammesse sono messi a disposizione della Commissione giudicatrice in forma anonima, per la successiva valutazione.
- Valutazione delle proposte. La Commissione attribuisce i punteggi secondo i criteri e le modalità stabiliti dall'art. 13.
- Formazione della graduatoria delle proposte anonime. Al termine della valutazione tecnica, la Commissione forma e verbalizza la graduatoria delle proposte anonime, in ordine decrescente di punteggio, senza conoscere l'identità dei concorrenti. Sono considerate idonee le proposte che conseguono almeno 60/100.

Individuazione delle proposte finaliste. Sono ammesse alla fase di confronto a coppie le prime cinque proposte della graduatoria provvisoria con punteggio non inferiore a 60/100, comprese

le eventuali proposte ex aequo al quinto posto. Se le proposte idonee sono meno di cinque, accedono tutte le proposte con almeno 60/100, secondo quanto previsto dall'art. 13.

- e. Confronto a coppie e individuazione della proposta vincitrice. La Commissione effettua, nel rispetto dell'anonimato, il confronto a coppie tra tutte le proposte finaliste secondo le modalità stabilite dall'art. 13; al termine forma e verbalizza la graduatoria finale e individua la proposta vincitrice. I punteggi della prima fase non si sommano ai risultati del confronto a coppie.
- f. Abbinamento delle proposte ai concorrenti e verifiche. Solo dopo la conclusione del confronto a coppie e la formazione della graduatoria finale anonima, il personale amministrativo autorizzato identifica i concorrenti mediante il documento di corrispondenza tra i codici riservati generato dalla piattaforma TRASPARE, verbalizzando le operazioni. L'approvazione dell'esito e l'individuazione definitiva del vincitore restano subordinate alle verifiche amministrative e alle ulteriori verifiche previste dal Bando e dalla normativa vigente.
- g. Presentazione pubblica e proclamazione. L'Amministrazione potrà organizzare un evento pubblico per la presentazione delle proposte finaliste e la proclamazione del progetto vincitore, secondo quanto previsto dall'art. 17 del presente Bando.

L'eventuale consultazione pubblica avrà esclusivamente finalità partecipativa, conoscitiva e di comunicazione culturale e non attribuirà punteggi né modificherà la graduatoria formulata dalla Commissione.

ART. 15 – PREMIO

Al progetto classificato al primo posto è riconosciuto un premio complessivo di € 10.000,00 (euro diecimila/00), al lordo delle ritenute e degli oneri fiscali eventualmente applicabili. Il premio comprende le prestazioni di sviluppo e consegna del POMPEI BRAND BOOK definitivo e del Brand Kit istituzionale, disciplinate dall'art. 16, senza ulteriori compensi.

ART. 16 – ESITO DEL CONCORSO E POMPEI BRAND BOOK

La proposta vincitrice costituisce la base progettuale dell'identità visiva definitiva. Il concorrente classificato al primo posto è tenuto a sviluppare, perfezionare e consegnare al Comune di Pompei il POMPEI BRAND BOOK e il relativo Brand Kit istituzionale, tenendo conto delle indicazioni dell'Amministrazione, nel rispetto dell'impianto creativo selezionato. Il POMPEI BRAND BOOK è il manuale tecnico e operativo dell'identità visiva, destinato a disciplinare in modo uniforme e riproducibile l'impiego del marchio e degli elementi grafici coordinati su supporti istituzionali, territoriali, promozionali e digitali. Il manuale deve contenere le prescrizioni e le schede applicative indicate di seguito:

- Identità e marchio: concept, valori, costruzione geometrica del marchio e del logotipo, proporzioni, rapporti dimensionali, aree di rispetto, dimensioni minime, varianti consentite e impieghi vietati.
- Colori: palette primaria e secondaria, codici CMYK, RGB e HEX e, ove pertinenti, riferimenti Pantone; regole di accostamento, contrasto e utilizzo su sfondi chiari, scuri, fotografici e colorati.
- Tipografia e composizione: famiglie tipografiche, pesi, gerarchie, dimensioni, interlinee, margini, allineamenti, griglie e criteri di impaginazione.
- Riproduzione e coordinamento: versioni positive, negative, monocromatiche e per ridotte dimensioni; collocazione rispetto ad altri marchi, stemmi e denominazioni; esempi di usi corretti e non consentiti.
- Applicazioni amministrative: schede tecniche con formati, misure, margini, distanze, posizionamento del marchio e specifiche di stampa per carta intestata, buste, biglietti da visita, cartelline, modulistica, presentazioni, documenti istituzionali e, ove consentito, timbri.
- Applicazioni di comunicazione: regole e modelli per manifesti, locandine, brochure, pubblicazioni, materiali turistici e culturali, segnaletica, pannelli, allestimenti e supporti promozionali.
- Applicazioni digitali: declinazioni per sito istituzionale, social media, immagini di profilo, copertine, contenuti web e presentazioni digitali, con dimensioni e formati appropriati ai diversi impieghi.

Per ciascuna applicazione principale, il manuale dovrà indicare, in relazione al supporto, le dimensioni, i margini, le distanze, i codici cromatici, i caratteri, i criteri di posizionamento e le specifiche necessarie a una riproduzione fedele, accompagnate da esempi grafici esplicativi. Il Brand Kit istituzionale è la dotazione dei file digitali pronti all'uso e modificabili: dovrà comprendere il marchio nelle varianti approvate in formato vettoriale e raster, gli elementi grafici coordinati, i modelli esecutivi delle principali applicazioni, i file per la stampa e quelli destinati ai canali digitali, nonché i file sorgente necessari alla gestione autonoma da parte degli uffici. Il POMPEI BRAND BOOK dovrà essere consegnato in PDF; il Brand Kit in formati idonei alla stampa e alla pubblicazione, comprensivi dei file sorgente modificabili. L'impiego dello stemma civico, dei timbri ufficiali e degli altri segni istituzionali già regolamentati dovrà rispettare la disciplina applicabile; il nuovo sistema identitario ne definirà, ove consentito, soltanto le modalità di coordinamento grafico.

La predisposizione, il perfezionamento e la consegna di tali prodotti sono compresi nel premio di cui all'art. 15. Il Brand Book definitivo e il Brand Kit sono richiesti esclusivamente al vincitore e non costituiscono elaborati obbligatori per la partecipazione nella Busta B.

ART. 17 – EVENTO FINALE E COMUNICAZIONE DEI RISULTATI

La conclusione del Concorso potrà essere accompagnata da un evento pubblico dedicato alla presentazione delle proposte finaliste individuate ai sensi dell'art. 14 e alla proclamazione del progetto vincitore. L'eventuale evento conclusivo, che potrà assumere, a titolo esemplificativo, la denominazione

di “Pompei Brand Day”, potrà comprendere incontri, talk, presentazioni dei finalisti, mostre dei progetti e momenti di confronto pubblico, anche in forma di forum.

ART. 18 – ORIGINALITÀ, PROPRIETÀ INTELLETTUALE E UTILIZZO DELLE PROPOSTE

Ogni partecipante garantisce che la proposta progettuale presentata è originale e frutto dell'attività creativa del concorrente e/o dei componenti del gruppo di progetto e che essa non viola diritti d'autore, diritti di proprietà intellettuale o industriale, diritti di immagine o altri diritti di terzi. Gli elementi costitutivi del sistema identitario proposto devono essere nella piena disponibilità giuridica del concorrente e non devono essere soggetti a diritti, licenze, vincoli o limitazioni di terzi incompatibili con l'acquisizione e con il pieno esercizio, da parte della Città di Pompei, dei diritti previsti dal presente Bando. Il concorrente assume ogni responsabilità in ordine all'originalità, alla titolarità e alla disponibilità giuridica della proposta e dei relativi elementi costitutivi. Con la partecipazione al Concorso, ciascun concorrente autorizza gratuitamente la Città di Pompei, per finalità strettamente connesse alla procedura, alla riproduzione, pubblicazione, esposizione, comunicazione, documentazione e archiviazione della proposta presentata, con indicazione dell'autore una volta cessato l'anonimato. Per la proposta vincitrice, il premio previsto dall'art. 15 è riconosciuto anche in relazione alla cessione alla Città di Pompei, nei limiti consentiti dalla legge e secondo quanto previsto dal presente Bando e dagli atti della procedura, dei diritti patrimoniali di utilizzazione economica della proposta, secondo le modalità e per gli utilizzi di seguito indicati. La cessione dovrà comprendere, nei limiti consentiti dalla normativa applicabile, il diritto della Città di Pompei di utilizzare, riprodurre, pubblicare, comunicare, distribuire, rappresentare, adattare, elaborare, modificare, sviluppare, integrare e declinare la proposta vincitrice, direttamente o attraverso soggetti terzi incaricati o autorizzati dall'Amministrazione, su qualsiasi supporto, formato, mezzo e canale, anche per applicazioni e utilizzi ulteriori rispetto a quelli rappresentati negli elaborati presentati al Concorso. Il sistema identitario potrà essere utilizzato e sviluppato per finalità istituzionali, culturali, turistiche, promozionali e commerciali, comprese, a titolo esemplificativo, applicazioni a merchandising, prodotti, servizi, packaging, installazioni, segnaletica, comunicazione urbana, mezzi di trasporto, strumenti e canali digitali, licensing, co-branding e partnership. Restano impregiudicati i diritti morali dell'autore nei casi e nei limiti previsti dalla normativa vigente. La cessione dei diritti patrimoniali di utilizzazione economica non comporta la rinuncia o il trasferimento dei diritti morali nei casi in cui la legge ne preveda l'inalienabilità. Il concorrente vincitore si impegna a sottoscrivere gli atti necessari a formalizzare la cessione dei diritti patrimoniali e a consegnare alla Città di Pompei i file sorgente, i file esecutivi e ogni ulteriore elemento tecnico necessario all'utilizzo, alla riproduzione, all'adattamento, alla modifica e allo sviluppo del sistema identitario, secondo quanto previsto dagli atti della procedura.

ART. 19 – EVENTUALE SUCCESSIVO SVILUPPO DEL PROGETTO

L'eventuale affidamento di ulteriori servizi di sviluppo, implementazione o applicazione del sistema identitario non consegue automaticamente alla vittoria del Concorso. Restano ferme le prestazioni di sviluppo, perfezionamento e consegna del POMPEI BRAND BOOK definitivo e del Brand Kit istituzionale previste dagli artt. 15 e 16 e comprese nel premio del Concorso. Ogni eventuale successivo

affidamento di prestazioni ulteriori sarà disposto esclusivamente ove consentito e secondo le modalità previste dalla normativa vigente e dagli atti della procedura.

ART. 20 – COMUNICAZIONE E DIFFUSIONE INTERNAZIONALE

La Città di Pompei potrà accompagnare la pubblicazione e lo svolgimento del Concorso con una campagna di comunicazione e promozione a livello nazionale e internazionale, anche attraverso quotidiani, riviste e magazine, testate digitali, piattaforme online e canali social. L'eventuale campagna sarà finalizzata a favorire la più ampia conoscenza e diffusione del Bando, promuovendo la partecipazione di professionisti, designer, studi e operatori qualificati, italiani e internazionali, nei settori del design, della comunicazione e della creatività. Le modalità e gli strumenti di comunicazione saranno definiti dall'Amministrazione in relazione alle proprie valutazioni organizzative e alle risorse disponibili.

ART. 21 – TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

I dati personali acquisiti nell'ambito della presente procedura saranno trattati dalla Città di Pompei nel rispetto del Regolamento (UE) 2016/679 e della normativa nazionale vigente in materia di protezione dei dati personali, per le finalità connesse alla gestione del Concorso e agli adempimenti istituzionali conseguenti. Le informazioni relative alle modalità del trattamento dei dati personali sono riportate nell'Allegato D – Informativa sul trattamento dei dati personali, che costituisce parte integrante del presente Bando.

ART. 22 – DISPOSIZIONI FINALI

La partecipazione al Concorso comporta l'integrale accettazione delle disposizioni contenute nel presente Bando e nei relativi allegati. Per quanto non espressamente disciplinato dal presente Bando si rinvia alla normativa vigente applicabile e agli atti adottati dalla Città di Pompei. Il Bando e la documentazione essenziale della procedura sono pubblicati in lingua italiana e inglese. In caso di difformità interpretative tra le versioni linguistiche, prevale il testo italiano, salvo diversa espressa previsione negli atti di pubblicazione. L'Amministrazione si riserva, nel rispetto della normativa vigente e delle forme di pubblicità previste, l'esercizio delle facoltà consentite dalla legge in relazione alla prosecuzione, sospensione, modifica o revoca della procedura.

ALLEGATI

- Allegato A – Schema di domanda di partecipazione
- Allegato B – Dichiarazione di originalità, titolarità e diritti sulla proposta
- Allegato C – Scheda di accompagnamento degli eventuali prototipi, modelli e campioni realizzativi (da presentare esclusivamente in caso di invio di materiali fisici)
- Allegato D – Informativa sul trattamento dei dati personali