

CAPITOLATO TECNICO E PROCEDURA DI SELEZIONE
DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI NEI
PAESI TERZI

1 Premessa ed informazioni preliminari	3
1.1 Quadro normativo di riferimento	3
2.1 Prodotti oggetto di promozione:	5
2.2 Organismo appaltante	5
2.3 Paesi target	5
2.4 Obiettivo generale:	5
2.5 Obiettivi specifici del programma:	5
2.6 Strategia	6
2.7 Pacchetti di lavoro (Work Package - WP)	6
2.8 Durata del Programma	7
2.9 Inizio dell'attività	7
2.10 Budget delle azioni in capo all'Organismo esecutore	7
2.11 Indicatori di realizzazione e di risultato del progetto	7
3 Oggetto dell'appalto	9
3.1 Descrizione generale del servizio	9
3.2 Modalità di esecuzione	9
3.3 Personale addetto e gruppo di lavoro	9
4 Durata del servizio	10
5 Tipologia di attività e iniziative previste dal Programma	11
6. Requisiti per la partecipazione alla gara	17
6.1 Inesistenza di cause di esclusione dalla partecipazione alla Gara	17
6.2 Requisiti di capacità economica e finanziaria	17
6.3 Requisiti di capacità tecnica e professionale	17
7. Commissione giudicatrice e criteri di aggiudicazione	18
7.1 Valutazione e qualità dell'offerta tecnica	19
7.2 Valutazione dell'offerta economica	20
8 Presentazione delle proposte	22
8.1 Modalità di presentazione delle proposte	22
8.2 Modalità di apertura delle offerte	23

9 Documenti di gara.....	24
9.1 Indicazioni rispetto alle irregolarità della documentazione amministrativa - PEC A.....	24
9.2 Modalità di predisposizione dell'offerta tecnica - PEC B.....	24
9.3 Modalità di predisposizione dell'offerta economica - PEC C.....	25
11 Gruppo di lavoro	28
12 Obblighi dell'Organismo di esecuzione	28
13 Riservatezza e non divulgazione	29
14 Conflitti di interessi	29
15 Inadempienze e risoluzione	29
16 Rapporti tra l'aggiudicatario e l'Amministrazione dell'Organismo committente	30
17 Cessione e subappalto	30
18 Modalità di pagamento.....	31
19 Controlli	31
20 Spese contrattuali	31
21 Accesso alla documentazione della procedura di selezione	31
22 Contenzioso	32
23 Diritti di proprietà e di utilizzazione.....	32
24 Trattamento dei dati	32
25 Responsabile unico del procedimento.....	33

1 Premessa ed informazioni preliminari

Il **Consorzio Vini Alto Adige** (di seguito Organismo appaltante), con sede in Via Crispi 15, 39100 Bolzano (BZ) P. IVA 02676390210 e C.F. 94097990215, ha presentato, in qualità di Organismo capofila di un raggruppamento proponente, un **Programma d'informazione e promozione di durata triennale (2023-2024-2025) nei Paesi terzi** a valere sul Regolamento UE n. 1144/2014 del Parlamento Europeo e del Consiglio:

Topic: **AGRIP-SIMPLE-2022-TC-OTHERS**

Type of Action: **AGRIP-PJG**

Proposal number: **101095260**

Proposal acronym: **TASK-EU** hear, Touch, tAste, See, dream: Keep alive the EUropean quality

Tale programma è stato approvato con Decisione della Commissione europea "C(2022)7918 final" del 9/11/2022 relativa alla selezione dei programmi semplici per la promozione dei prodotti agricoli per il 2022 a norma del Reg (UE) n. 1144/2014, pubblicata in data 11 Novembre 2022.

INDICE

ai sensi degli articoli di riferimento del Reg. (UE) n. 1144/2014, del Reg. delegato (UE) n. 2015/1829, del Reg. di esecuzione (UE) n. 2015/1831, un **bando di gara per la selezione, mediante Procedura Competitiva Aperta, di un Organismo di esecuzione** incaricato della realizzazione delle azioni (attività/iniziative) rivolte al raggiungimento degli obiettivi previsti nell'ambito del Programma che si svolgerà nei seguenti Paesi target: **GRAN BRETAGNA E SVIZZERA** e riguarda i seguenti prodotti di qualità a denominazione comunitaria:

Codice riconoscimento prodotto d'origine – Numero fascicolo ¹	Prodotto ²
PDO-IT-A0293 ³	ALTO ADIGE O DELL'ALTO ADIGE O SÜDTIROL O SÜDTIROLER DOP
PDO-IT-A0780 ⁴	ETNA DOP
IT/PDO/0117/0017	PECORINO ROMANO DOP

Gli operatori economici in possesso dei requisiti indicati nei Regolamenti UE sopra menzionati, così come specificati nei paragrafi seguenti, sono invitati a presentare un'offerta attenendosi puntualmente alle indicazioni contenute all'interno del presente "Capitolato tecnico".

1.1 Quadro normativo di riferimento

Il quadro dei riferimenti normativi essenziali ai fini dell'esecuzione del Programma e della presente procedura comprende:

- **Regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 22 ottobre 2014**, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi e che abroga il regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio;
- **Regolamento delegato (UE) 2015/1829 della Commissione, del 23 aprile 2015**, che integra il regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti

¹ Fonte: <http://www.dop-igp.eu/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/1>

² Fonte: <https://www.qualigeo.eu/>

³ Fonte: <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>

⁴ Fonte: <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>

i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi;

- **Regolamento di esecuzione (UE) 2015/1831 della Commissione, del 7 ottobre 2015**, recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi;
- **Invito a presentare proposte** pubblicato dall'AGENZIA ESECUTIVA PER LA RICERCA (**REA**) AGRI SIMPLE 2022 del 20 gennaio 2022;
- **Orientamenti sulla procedura di gara** di cui alla nota della Commissione Europea DDG1.B5/MJ/DB D(2016)321077 del 7 luglio 2016;
- **Orientamenti sulla procedura di gara** di cui al Decreto del Direttore generale Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali - PQAI 05 - Prot. N. 0526288 del 17/10/2022;
- **Decisione della Commissione europea "C(2022)7918 final" del 9/11/2022** relativa alla selezione dei programmi semplici per la promozione dei prodotti agricoli per il 2022 a norma del Reg (UE) n. 1144/2014, pubblicata in data 11 Novembre 2022;

Il **Consorzio Vini Alto Adige non è un Organismo di diritto pubblico** ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 1, punto 4, della Direttiva 2014/24/UE e, pertanto, come indicato nella normativa sopra citata, non è tenuto ad applicare le norme nazionali che recepiscono le Direttive europee sugli appalti pubblici (in Italia, il Decreto Legislativo 50/2016). L'Ente deve però effettuare la selezione degli Organismi di esecuzione attraverso una procedura di gara aperta nel rispetto dei principi di interesse transfrontaliero, trasparenza, pubblicità, imparzialità, parità di trattamento dei candidati, nonché delle condizioni indicate nei predetti Orientamenti e decisioni della Commissione europea del Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali.

Pertanto, la Direttiva 2014/24/UE e il Decreto Legislativo 50/2016 saranno applicati solo se e nella misura in cui siano espressamente richiamati nei documenti di gara (bando di gara e capitolato tecnico e relativi allegati).

La procedura competitiva garantirà in ogni caso il rispetto dei principi di non discriminazione, parità di trattamento, trasparenza, pubblicità, proporzionalità, chiarezza e coerenza dei criteri di selezione e di aggiudicazione previsti con le finalità delle prestazioni richieste e con il valore delle medesime, miglior rapporto qualità-prezzo e assenza di conflitti d'interessi.

La presente procedura non prevede un'articolazione in lotti, in quanto risulta più efficiente ed efficace per l'esecuzione del servizio, l'individuazione di un unico appaltatore, che possa svolgere tutte le attività previste dal Programma in oggetto.

Infatti, i pacchetti di lavoro e le relative attività sono strettamente connesse tra di loro e da realizzarsi secondo una sequenza logica e funzionale che può essere ottimizzata solo avendo un unico appaltatore, il quale deve assicurare il coordinamento e l'integrazione del gruppo di lavoro e delle diverse professionalità necessarie e coinvolte nella realizzazione del servizio.

2. Informazioni principali di progetto

2.1 Prodotti oggetto di promozione:

Codice riconoscimento prodotto d'origine – Numero fascicolo ⁵	Prodotto ⁶
PDO-IT-A0293 ⁷	ALTO ADIGE O DELL'ALTO ADIGE O SÜDTIROL O SÜDTIROLER DOP
PDO-IT-A0780 ⁸	ETNA DOP
IT/PDO/0117/0017	PECORINO ROMANO DOP

2.2 Organismo appaltante

Organismo appaltante è il **Consorzio di Tutela Vini Alto Adige** (in qualità di organizzazione capofila del partenariato di progetto composto dallo stesso Ente, dal Consorzio di Tutela Etna DOC, dal Consorzio Pecorino Romano DOP).

2.3 Paesi target

I Paesi target del progetto sono i seguenti: **Gran Bretagna e Svizzera**.

2.4 Obiettivo generale:

La campagna è dedicata a **rafforzare la competitività del settore agricolo dell'Unione, rispecchiando gli obiettivi generali del Reg. (UE) n. 1144/2014 attraverso il miglioramento del grado di conoscenza dei prodotti a marchio DOP, aumentandone consumo e quote di mercato**. Attraverso il presente progetto, focalizzato sulla priorità AGRIP-SIMPLE-2022-TC-OTHER, si intende **rafforzare la consapevolezza e il riconoscimento dei regimi di qualità agroalimentari dell'Unione e favorire il consumo dei relativi prodotti sui Paesi terzi, anche alla luce dei mutamenti emersi in seguito alla pandemia da COVID-19**.

2.5 Obiettivi specifici del programma:

Il programma promozionale si pone i seguenti obiettivi specifici che concorrono complessivamente al raggiungimento dell'obiettivo generale sopra definito:

- Aumento della riconoscibilità all'interno dei paesi target dello schema di qualità delle DOP europee da parte dei consumatori finali di fascia medio alta, opinion leader, stampa ed operatori rivenditori Ho.Re.Ca.;
- Aumento della consapevolezza all'interno dei paesi target verso le produzioni di qualità DOP da parte dei consumatori finali di fascia medio alta, opinion leader, stampa ed operatori rivenditori Ho.Re.Ca.;
- Aumento del consumo dei prodotti oggetto di promozione all'interno dei paesi target attraverso l'inserimento sul canale Ho.Re.Ca. ed eventi selezionati;

⁵ Fonte: <http://www.dop-igp.eu/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/1>

⁶ Fonte: <https://www.qualigeo.eu/>

⁷ Fonte: <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>

⁸ Fonte: <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>

- Aumento della competitività dei prodotti di qualità dei prodotti oggetto di promozione attraverso azioni volte ad affrontare la concorrenza dei vini del nuovo mondo e favorendo l'ingresso dei prodotti food oggetto di progetto soprattutto nel canale Ho.Re.Ca. (in particolare, nel segmento dei ristoranti italiani e internazionali di qualità), nel retail (negozi specializzati vino come enoteche) e negozi fine food.

2.6 Strategia

Il paniere di prodotti di qualità TASK-EU ha indicato nella proposta progettuale approvata una strategia promozionale globale orientata ad evidenziare la qualità dei prodotti Made in Europe e del paniere oggetto di promozione. La strategia deve essere personalizzata sui rispettivi mercati target e gruppi di destinatari.

Messaggio centrale della campagna deve essere l'informazione e la promozione dei prodotti Made in Europe attraverso il paniere di prodotti Made in Italy evidenziandone, in particolare, **le caratteristiche in termini di sicurezza alimentare, tracciabilità, genuinità, etichettatura, nutrizione e aspetti sanitari, benessere animale (per il Pecorino Romano DOP), rispetto per l'ambiente e sostenibilità.**

Le attività di comunicazione del presente programma avranno come target principale gli operatori e rivenditori Ho.Re.Ca., gli opinion leader (giornalisti, influencer e blogger) ed i consumatori finali.

La strategia di progetto e il principale messaggio si devono focalizzare su:

- Informare il target di progetto sulle caratteristiche dei prodotti Made in Europe attraverso il paniere, incrementando la consapevolezza sulle qualità intrinseche che li contraddistinguono;
- Costruire un dialogo che porti ad un aumento della riconoscibilità dei prodotti e delle proprietà che li differenziano da altre produzioni (non di qualità, soprattutto in UK dove il prezzo di acquisto è un fattore determinante a scapito della qualità dei prodotti);
- Fidelizzare, attraverso lo storytelling e l'IN-formazione i target di progetto.

Gli obiettivi che il progetto intende conseguire si basano su una **campagna promozionale che deve essere innovativa ed accattivante**. Attraverso lo storytelling e l'IN-Formazione, si punta ad educare il target di progetto rispetto alle origini, alle caratteristiche, all'eccellenza del sapore e al carattere unico di ciascun prodotto testimonial permettendo così alle produzioni DOP di emergere come protagoniste all'interno del panorama agroalimentare mondiale.

2.7 Pacchetti di lavoro (Work Package - WP)

Di seguito si riportano i WP e le attività che dovranno essere presenti all'interno delle proposte, secondo le modalità descritte in dettaglio all'interno del capitolato tecnico:

- WP2 – Pubbliche relazioni;
- WP3 – Web site, Social media;
- WP4 – Pubblicità;
- WP5 – Strumenti di comunicazione;
- WP6 – Eventi;
- WP7 – Promozione presso i punti vendita (POS).

Al paragrafo 5 del presente capitolato sono indicati maggiori dettagli ed informazioni relativi ai suddetti WP.

2.8 Durata del Programma

La campagna promozionale prevede una durata di 36 mesi (3 fasi annuali).

2.9 Inizio dell'attività

Le attività avranno come avvio indicativo la data del 01 Febbraio 2023.

2.10 Budget delle azioni in capo all'Organismo esecutore

Si precisa che i soggetti interessati a partecipare al presente bando di gara dovranno **presentare un'offerta** prendendo in considerazione il **budget complessivo pari a € 1.247.361,92 (IVA esclusa)**, comprensivo dei **costi relativi alla realizzazione delle attività di progetto e del compenso dell'organismo di esecuzione** (onorario dell'operatore economico). Perciò, tale importo deve includere anche l'onorario dell'operatore economico, mentre non comprende altri oneri che verranno sostenuti direttamente dalle organizzazioni proponenti. La ripartizione prevista del budget sui Paesi target è la seguente:

Paese target	Importo (€)
GRAN BRETAGNA	742.091,84
SVIZZERA	505.270,08
TOTALE	€1.247.361,92

2.11 Indicatori di realizzazione e di risultato del progetto

Di seguito, si riporta la tabella indicatori di realizzazione e di risultato inseriti nella proposta progettuale approvata. Tale tabella di indicatori deve essere di riferimento nella predisposizione dell'offerta tecnica che contenere **indicazione dei KPI attesi**, in quanto il programma di promozione alla conclusione dei tre anni dovrà conseguire i risultati di seguito indicati. Qualora la proposta dell'offerente individui indicatori diversi si prega di dettagliarli e fornire una giustificazione oggettiva.

Indicatori di realizzazione e di risultato		
WP	Indicatori di realizzazione	Indicatori di risultato
Pacchetto di lavoro 2	<u>REGNO UNITO</u> 3 comunicati stampa 9 interviste 12 partenariati influencer 30 messaggi/content (post/story) 3 rassegna stampa	N. 270 articoli generati da comunicati stampa&the wine N. 15.900 contatti database comunicato stampa N. 60 articoli generali da partenariato influencer N. 16.000 contatti attraverso ufficio stampa&wine N. 99.900 impressions tramite diffusione sui canali social media
	<u>SVIZZERA</u> 3 comunicati stampa 9 interviste 6 partenariati influencer 30 messaggi/content (post/story) 3 rassegna stampa	
Pacchetto di lavoro 3	<u>REGNO UNITO & SVIZZERA</u> 1 sito web ideazione e creazione (versione inglese e tedesca) 6 newsletter (versione inglese) 6 newsletter (versione tedesca) 1 pagina Facebook con 279 post 1 profilo Instagram con 348 post/storie	N.6.000 visitatori unici del sito web N. 30.300 contatti via e-newsletter N. 2.100 follower Instagram N. 2.100 follower su Facebook N. 614 interazioni su Facebook N. 370 interazioni su Instagram N. 76.800 impressions su Facebook

	1 community management	N. 23.100 impressions su Instagram
Pacchetto di lavoro 4.1	<u>REGNO UNITO</u> 3 piano media 18 annunci pubblicate su riviste professionali e specializzate 6 annunci pubblicato su riviste per consumatori o specializzate <u>SVIZZERA</u> 3 piano media 6 annunci pubblicate su riviste professionali e specializzate 6 annuncio pubblicato su riviste per consumatori o specializzate	N. 458.000 tiratura riviste professionali specializzate stampate N 1.495.000 professionisti raggiunti N. 1.026.000 tiratura riviste per consumatori N. 3.330.000 consumatori raggiunti
Pacchetto di lavoro 4.4	<u>REGNO UNITO & SVIZZERA</u> 6 campagne SEO	N. 30.000 contatti raggiunti
Pacchetto di lavoro 5	<u>REGNO UNITO & SVIZZERA</u> 2 concetti di comunicazione/key visual 370 press kit 650 pubblicazioni trade 800 brochure info/culinaria 532 kits didattici 8 rolls ups prodotti 2 stand (POS Promotion) 1850 cartelle materiale informativo	N. 1780 consumatori raggiunti con distribuzione del materiale N. 1176 professionisti raggiunti con distribuzione del materiale N. 3.000 contatti indiretti professionisti raggiunti tramite Key visual N.24.200 contatti diretti raggiunti con comunicazione – sito web e-newsletter N. 3.669.000 contatti indiretti tramite fiera/visitatore concept store/lettori riviste
Pacchetto di lavoro 6.1	<u>REGNO UNITO</u> 2 partecipazioni a fiere internazionali <u>SVIZZERA</u> 2 partecipazioni a fiere internazionali	N. 6.800 operatori incontrati
Pacchetto di lavoro 6.2	<u>REGNO UNITO</u> 3 collaborazione con Chef 6 incontri “vino & cibo” 5 incontri nelle scuole 7 conferenze professionali/incontri B2B <u>SVIZZERA</u> 3 collaborazione con Chef 3 incontri “vino & cibo” 6 incontri nelle scuole 6 conferenze professionali/incontri B2B	N. 486 professionisti istruiti N. 320 futuri studenti/studenti istruiti
Pacchetto di lavoro 6.5	<u>REGNO UNITO</u> 3 viaggi studio/visite <u>SVIZZERA</u> 3 viaggi studio/visite	N. 21 totale partecipanti REGNO UNITO N. 3 accompagnatori per 3 viaggi REGNO UNITO N. 21 totale partecipante SVIZZERA N. 3 accompagnatori per 3 viaggi SVIZZERA
Pacchetto di lavoro 7	<u>REGNO UNITO</u> 2 concept store 30 giorni di promozione organizzata nei punti vendita <u>SVIZZERA</u> 2 concept store 20 giorni di promozione organizzata nei punti vendita	N. 1.180 contatti (degustazioni) N. 24.800 contatti indiretti (visitatori del concept store) N. 57.316 contatti diretti N. 24.442 contatti indiretti: lettori advertising/visitatori e concept store N. 99.900 contatti indiretti: impressions comunicazione via canali social media

CAPITOLATO TECNICO

3 Oggetto dell'appalto

3.1 Descrizione generale del servizio

Il servizio consiste nell'esecuzione di una parte del Programma di informazione e promozione denominato **TASK-EU** hear, Touch, tAste, See, dream: Keep alive the EUropean quality.

L'Organismo di esecuzione dovrà quindi assicurare:

- lo sviluppo progettuale e svolgimento delle parti concordate del Programma di durata triennale, a partire dalla sottoscrizione del contratto e in coordinamento con i beneficiari;
- l'attivazione operativa delle azioni e delle attività promozionali previste per il periodo stabilito dal Programma, sulla base degli obiettivi previsti dalla strategia di comunicazione, e finalizzata al raggiungimento dei risultati e dell'impatto previsti, anche attraverso il monitoraggio costante delle attività realizzate e dei relativi effetti sempre in costante coordinamento con i beneficiari;
- la gestione finanziario-amministrativa delle parti concordate del Programma, comprensiva delle relazioni tecniche periodiche e della relazione tecnica finale e tutta la documentazione necessaria per la rendicontazione.

Il servizio deve caratterizzarsi per un qualificato supporto tecnico e operativo, un'elevata qualità dei prodotti realizzati, e distinguersi per l'innovatività dei messaggi, degli strumenti con cui veicarli e delle modalità di coinvolgimento dei target di riferimento. Lo sviluppo e l'esecuzione delle attività concordate del Programma deve svolgersi in maniera coerente rispetto agli obiettivi generali e specifici e alla strategia di comunicazione, tenendo in considerazione le priorità e gli obiettivi del Reg. UE 1144/2014, assicurando una chiara riconoscibilità al Programma e ai relativi soggetti promotori ed un coordinamento costante con i soggetti beneficiari.

3.2 Modalità di esecuzione

L'Organismo di esecuzione deve costituire e disporre, per la durata del contratto, di un Gruppo di lavoro, nel rispetto dei requisiti di partecipazione, che è incaricato di gestire e attuare il Programma. Tutte le attività del Gruppo di lavoro devono essere concordate e condivise con l'Organismo appaltante.

È previsto che uno o più componenti del Gruppo di lavoro siano disponibili per riunioni di monitoraggio periodiche presso la sede dell'Organismo appaltante, per dare supporto operativo alle attività del piano che necessitano di essere svolte in stretto coordinamento con la struttura di riferimento. Il coordinamento e lo scambio di informazioni con l'Organismo appaltante può prevedere, inoltre, modalità differenti e articolate: riunioni, contatti telefonici, videochiamate, corrispondenza via e-mail, scambio di materiali e documenti attraverso i sistemi di condivisione online.

3.3 Personale addetto e gruppo di lavoro

L'Organismo di esecuzione deve assicurare le prestazioni inerenti ai servizi in affidamento con personale integrato con legittimi rapporti di lavoro e avente i requisiti professionali e tecnici adeguati all'impiego e alla realizzazione del progetto. Il

gruppo di lavoro deve essere caratterizzato da un approccio organizzativo flessibile per rispondere alle variazioni e/o imprevisti che potranno determinarsi nel corso dello svolgimento delle attività.

In particolare, lo staff dedicato dovrà possedere soprattutto una gamma di competenze nei seguenti ambiti, elencati a titolo esemplificativo e non esaustivo: comunicazione, organizzazione di eventi e fiere, conoscenza ed esperienza di attività svolte in relazione ai mercati dei paesi target, ufficio stampa, project management, digital web e social management, grafica, etc. In particolare, deve essere in grado di definire gli obiettivi quantitativi a priori e proporre progetti coerenti a questi. Inoltre, l'Organismo di esecuzione deve prevedere un adeguato monitoraggio dei risultati.

L'Organismo di esecuzione, per la durata del contratto, si impegna a:

- a) costituire e rendere disponibile un adeguato team di progetto (le persone che si occuperanno direttamente del lavoro da svolgere), nel rispetto dei requisiti di partecipazione, che verrà definito d'accordo con i beneficiari;
- b) concordare e condividere tutte le attività del team con l'Organismo appaltante;
- c) adibire al servizio personale idoneo, di provata capacità, onestà, moralità e di provata riservatezza il quale dovrà mantenere il più assoluto riserbo su quanto sia venuto a conoscere nell'espletamento del servizio;
- d) garantire la stabilità e la continuità del servizio in ogni circostanza, assicurando personale quantitativamente e qualitativamente adeguato alle necessità e nel rispetto dei contenuti dell'offerta tecnica;
- e) rispettare, nei confronti del proprio personale, i contratti di lavoro relativi al trattamento salariale, normativo, previdenziale ed assicurativo;
- f) prevedere un Referente di progetto che presenzi alle riunioni di monitoraggio presso la sede del committente (queste avranno una periodicità definita dal committente), per dare supporto operativo alle attività del Programma;
- g) predisporre tutti i possibili mezzi di comunicazione che possano semplificare il coordinamento, monitoraggio e controllo del Programma.

4 Durata del servizio

Il contratto relativo al servizio avrà per oggetto lo svolgimento delle attività indicate nel presente capitolato tecnico, alle condizioni ivi riportate e sarà siglato successivamente alla firma, da parte del soggetto proponente, della Convenzione di Sovvenzione con lo Stato Membro e l'Ente pagatore (AGEA).

L'Organismo esecutore si impegna ad eseguire le prestazioni per i tempi di durata ed entro le scadenze previste dalla Convenzione, dal presente capitolato tecnico, dal cronoprogramma e, ove non altrimenti previsto, secondo le tempistiche indicate da parte del soggetto proponente / Organismo appaltante. Il servizio avrà la durata del progetto e per complessivi trentasei mesi decorrenti dalla data di stipula del contratto.

L'Organismo appaltante si riserva la facoltà di disdettare il servizio con un preavviso di almeno tre mesi tramite raccomandata con ricevuta di ritorno o PEC nel caso di inosservanza di quanto stabilito nel presente atto.

L'organismo appaltante si riserva la facoltà di richiedere un differimento del termine di esecuzione del servizio per massimo ulteriori 6 mesi, al fine di assicurare il completamento delle attività previste dal Programma, a parità di condizioni economiche.

5 Tipologia di attività e iniziative previste dal Programma

Le attività e le iniziative (Work Package – WP) che dovranno comporre il Programma promozionale sono assimilabili a quelle classiche di informazione e promozione di prodotti agricoli ed eno-gastronomici di alta qualità; tenuto conto delle tematiche da trattare e degli obiettivi sopra elencati che rientrano nelle seguenti categorie:

- WP2 – Pubbliche relazioni;
- WP3 – Web site, Social media;
- WP4 – Advertising;
- WP5 – Communication tools;
- WP6 – Eventi;
- WP7 – Promozione presso i punti vendita (POS).

L'obiettivo dell'iniziativa è quello di ampliare la presenza del Consorzio Vini Alto Adige, del Consorzio di Tutela Etna DOC, del Consorzio per la Tutela del Formaggio Pecorino Romano sul mercato britannico e svizzero.

I **soggetti target** delle attività saranno i seguenti:

- Operatori di settore, in particolare, Ho.Re.Ca. e, nello specifico, il settore ristorazione;
- Giornalisti, influencers, bloggers.
- Consumatori finali paesi target.

Si riportano di seguito le indicazioni relative alle attività informative e promozionali che dovranno comporre le proposte presentate nell'ambito della presente procedura di selezione. Si precisa che l'offerente, all'interno e nel rispetto degli elementi caratterizzanti i WP, di seguito riportati, è libero di formulare, approfondire e migliorare le azioni proposte per consentire di raggiungere gli obiettivi previsti dal progetto.

Pacchetto di lavoro 2: Public relations	
Obiettivi	
–	O1) Aumento del riconoscimento del regime di qualità DOP da parte dei media specializzati, opinion leader (influencer/blogger), media B2C (stampa e online) attraverso attività di comunicazione
–	O2) Aumento del riconoscimento delle DOP europee e della sostenibilità tra i gruppi target definiti attraverso le attività di comunicazione
Attività 2.1 – Continuous PR activities (PR Office)	
Creazione di almeno n. 1 comunicato stampa di riferimento all'anno per annunciare i messaggi della campagna e gli aspetti salienti sia per il Regno Unito che per la Svizzera e pensato per i media B2B. I comunicati stampa dovranno essere diffusi mediante piattaforme che distribuiscano comunicati stampa a un ampio elenco di giornalisti	
Interviste esclusive proposte a giornalisti di spicco selezionati che si occupano delle tre categorie rilevanti (vino, HO.RE.CA., industria alimentare di alto livello). Le interviste possono essere organizzate in via telefonica o in presenza durante i workshop educativi o in occasione delle fiere di settore previste nel programma.	
Partnership con influencer: le collaborazioni con importanti blogger e influencer rappresentano un vero e proprio pilastro nell'impostazione delle attività di PR, e consentono di trarre vantaggio dalle community esistenti raggiungendo i consumatori target. Gli influencer riceveranno un cofanetto di scoperta e degustazione che include informazioni e confezioni di degustazione dei tre prodotti rappresentativi, perché possano aprire nuovi orizzonti sulle tavole di Regno Unito e Svizzera mediante la creazione di immagini accattivanti, di brevi video e storie da condividere sui canali dei social oppure ispirando le loro community con nuove idee di ricette e sessioni live.	
Redazione messaggi/content da pubblicare su canali social dei consorzi: verranno elaborati notizie e messaggi (post/story) rilevanti incentrate su messaggi chiave del programma e news rilevanti (inoltre della e-newsletter) da diffondere sui canali social dei consorzi. Si usano le piattaforme dei consorzi per diffondere i messaggi del programma e creare sinergie. Le piattaforme dei consorzi hanno follower e fans (target B2B) dei paesi target del programma che possono fungere da moltiplicatori dei messaggi del programma. Verranno diffusi gli stessi messaggi in ambedue i mercati.	

Elenco e analisi clipping: alla fine di ogni anno sarà consegnata una raccolta con tutte le pubblicazioni unitamente a un'analisi complessiva.

Gruppo target:

- *Media specializzati e di settore:* media tra i più autorevoli del settore nel Regno Unito e in Svizzera (vino, HO.RE.CA., industria alimentare di alto livello), che rappresentano i media di riferimento per i professionisti (distributori, importatori, chef, sommelier, agenti di commercio, ristoratori, grossisti, commercianti di formaggi, ecc.).
- *Opinion leader più rilevanti:* influencer, blogger.
- *Media B2C* (stampa e online).

Si richiede all'organismo esecutore di formulare la sua migliore proposta per favorire il raggiungimento degli obiettivi previsti e dettagliarne la metodologia di lavoro, le singole attività fornendo nell'offerta economica il dettaglio costi unitari per ogni singola attività proposta

Prodotti/servizi da fornire e bilancio stimato

Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Attività 2.1			
Sub per l'attività 2.1	REGNO UNITO: 17.449,60 SVIZZERA: 12.387,20	REGNO UNITO: 17.449,60 SVIZZERA: 12.387,20	REGNO UNITO: 17.449,60 SVIZZERA: 12.387,20
Totale per il pacchetto di lavoro 2	29.836,80€	29.836,80€	29.836,80€

Pacchetto di lavoro 3: Website & Social media

Obiettivi

- O1) **Aumento del riconoscimento del regime di qualità DOP** da parte dei consumatori, media specializzati, influencer/blogger, media B2C attraverso attività di comunicazione on-line
- O2) **Aumento del riconoscimento delle DOP europee** e della sostenibilità da parte dei consumatori, media specializzati, influencer/blogger, media B2C attraverso attività di comunicazione on-line

Attività 3.1 – Website setup, updating, maintenance

Ideazione e realizzazione di un sito web per i tre anni di durata del programma. Il sito web includerà informazioni sugli schemi di qualità europei e sui tre prodotti rappresentativi, oltre a ricette e informazioni sugli eventi in programma. Una sezione dedicata alle notizie ospiterà una newsletter periodica. Sarà realizzata una versione inglese e una svizzero-tedesca. Il sito web dovrà essere raggiungibile dai siti dei singoli partners di progetto per favorirne la visibilità.

Redazione e invio di e-newsletter: raccoglieranno notizie rilevanti incentrate su quattro argomenti: approfondimento sui marchi di qualità europei e sui relativi metodi di produzione sostenibili, informazioni a tutto tondo sui sapori provenienti da terroir europei unici, eventi importanti, testimonianze degli influencer, chef e sommelier partecipanti. Le newsletter saranno inviate a un database specializzato di professionisti e media del settore.

Gruppo target:

Consumatori: consumatori

Professionisti del settore (operatori HO.RE.CA., sommelier, chef, media e opinion leader).

Si richiede all'organismo esecutore di formulare la sua migliore proposta per favorire il raggiungimento degli obiettivi previsti e dettagliarne la metodologia di lavoro, le singole attività fornendo nell'offerta economica il dettaglio costi unitari per ogni singola attività proposta

Attività 3.2 – social media (accounts setup, regular posting)

I canali social dedicati Facebook, Instagram prevedranno la creazione di post e storie, volti a coinvolgere i consumatori e gli operatori, bloggers e influencers. Obiettivi specifici dell'attività sono l'aumento dell'interesse, della consapevolezza e la conoscenza nei consumatori verso i prodotti agricoli europei e verso le caratteristiche che li contraddistinguono, la diffusione di notizie dirette sulla campagna e la creazione di una community.

Facebook: canale social fondamentale perché consente di raggiungere un pubblico allo stesso tempo ampio ma altamente targettizzato e geolocalizzato nei paesi obiettivo. Saranno pubblicati contenuti relativi alle attività legate al singolo paese (fiere, eventi, in store promotion, etc). La gestione del social comprende la creazione dei contenuti, la realizzazione di foto e grafica, la strategia di social media marketing ed il monitoraggio.

Instagram avrà una funzione fondamentale per veicolare i messaggi della campagna tramite immagini e video che racconteranno ciò che avviene in campo. Sarà dato spazio a come i prodotti possono essere cucinati per preservarne le qualità nell'ottica di un consumo sostenibile. La gestione del social comprende la creazione dei contenuti, la realizzazione di foto e grafica la social media strategy e il copywriting.

La strategia social che si intende adottare è quella di creare una cooperazione e una sinergia tra i canali social del progetto e quelli dei Consorzi di Tutela beneficiari di progetto e con "ambassador" esteri che condivideranno la progettualità, permettendo agli stessi Consorzi e agli advisor esteri del progetto di

diventare essi stessi editor delle pagine e incentivando la creazione anche di gruppi per incentivare l'interscambio e la discussione specifica. Attivare un'attività social forte e diretta è centrale per attivare la visibilità dei prodotti non solo in termini quantitativi ma qualitativi.

Si richiede all'organismo esecutore di formulare la sua migliore proposta per favorire il raggiungimento degli obiettivi previsti e dettagliarne la metodologia di lavoro, le singole attività fornendo nell'offerta economica il dettaglio costi unitari per ogni singola attività proposta

Prodotti/servizi da fornire e bilancio stimato

Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Totale per il pacchetto di lavoro 3.1 +3.2	REGNO UNITO: 17.000,48 € SVIZZERA: 11.288,48 €	REGNO UNITO: 16.016,00 € SVIZZERA: 10.304,00 €	REGNO UNITO: 16.016,00 € SVIZZERA: 10.304,00 €
Totale pacchetto di lavoro 3	28.288,96 €	26.320,00 €	26.320,00 €

Pacchetto di lavoro 4: Advertising

Obiettivi

- O1) **Aumento del riconoscimento del regime di qualità DOP** da parte dei consumatori finali di fascia alta e professionisti Ho.Re.Ca. e stampa attraverso le attività pubblicitarie
- O2) **Aumento del riconoscimento delle DOP europee** e della sostenibilità sia tra i consumatori finali che tra i professionisti attraverso attività pubblicitarie
- O3) **Aumento della competitività** sui mercati target attraverso attività pubblicitarie.

Attività 4.1 – Print

Piano media strategico per ogni mercato di riferimento, considerando il livello di distribuzione dei tre prodotti DOP e le attività locali. Verrà data priorità a un **approccio crossmediale**. Sarà dedicata particolare attenzione ai formati maggiormente orientati ai contenuti, come posizionamento di advertorial o partnership editoriali con i media.

REGNO UNITO: il piano media dovrà essere maggiormente incentrato sul **B2B**, ma evolverà nel corso degli anni da B2B a B2C rispettando l'evoluzione delle inserzioni e della disponibilità dei prodotti.

SVIZZERA: il piano media dovrà prevedere un **mix equilibrato di media B2B e B2C (50/50)**. I media B2B si concentreranno sul settore HO.RE.CA.

Gruppo target:

Consumatori: come da target definito,

Professionisti: operatori HO.RE.CA., sommelier, chef, rivenditori come commercianti di vino e negozi di alta gastronomia.

Si richiede all'organismo esecutore di formulare la sua migliore proposta per favorire il raggiungimento degli obiettivi previsti e dettagliarne la metodologia di lavoro, le singole attività fornendo nell'offerta economica il dettaglio costi unitari per ogni singola attività proposta

Attività 4.4 - Advertising

La campagna pubblicitaria destinata esclusivamente ai canali online si concentrerà su una strategia SEO studiata per accrescere la consapevolezza tra i consumatori e nel settore riguardo alla campagna e ai tre prodotti DOP e per indirizzare il traffico al sito web della campagna sia nella versione inglese che in quella svizzera. Un mix di ricerca, display e remarketing.

Gruppo target:

Consumatori: di fascia medio-alta come da target definito,

Professionisti: operatori HO.RE.CA., sommelier, chef, rivenditori come commercianti di vino e negozi di alta gastronomia.

Si richiede all'organismo esecutore di formulare la sua migliore proposta per favorire il raggiungimento degli obiettivi previsti e dettagliarne la metodologia di lavoro, le singole attività fornendo nell'offerta economica il dettaglio costi unitari per ogni singola attività proposta

Prodotti/servizi da fornire e bilancio stimato

Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Subtotale per l'attività 4.1 + 4.4	REGNO UNITO: 52.192,00 € SVIZZERA: 29.008,00 €	REGNO UNITO: 52.192,00 € SVIZZERA: 29.008,00 €	REGNO UNITO: 52.192,00 € SVIZZERA: 29.008,00 €
Totale per il pacchetto di lavoro 4	81.200,00 €	81.200,00 €	81.200,00 €

Pacchetto di lavoro 5: Communication tools

Obiettivi

- O1) **Aumento del riconoscimento del regime di qualità DOP** da parte dei consumatori finali di fascia alta e professionisti Ho.Re.Ca. e stampa attraverso il materiale informativo e la stampa
- O2) **Aumento del riconoscimento delle DOP europee** e delle sostenibilità delle DOP sia tra i consumatori finali che tra i professionisti attraverso il materiale informativo e la stampa

Attività 5.1 – Publications, media kit, promotional merchandise

Il visual proposto per il programma dovrà essere visibile sul materiale informativo sottoindicato e raggiungerà i partecipanti delle attività WP 2 (PR) e WP 6/7. Il visual sarà raffigurato anche nei mezzi di comunicazione del WP 3 (sito web), WP 4 (advertising), negli stand dedicati presso le fiere (WP 6) e nei concept store (WP 7).

Materiale informativo e promozionale: verranno create pubblicazioni specifiche per fornire informazioni rilevanti ai diversi gruppi target. I materiali saranno distribuiti sia durante gli eventi della campagna che utilizzati nelle attività di pubbliche relazioni (WP2) andando ad aumentare la visibilità durante gli eventi. Per operare in modo eco-compatibile e sostenibile, tutti i materiali saranno di alta qualità e ove possibile verranno privilegiate soluzioni sostenibili. I contenuti e il layout saranno prodotti e preparati all'inizio della campagna, mentre alcune produzioni saranno modulate per garantire le quantità opportune, soprattutto in caso di necessaria digitalizzazione di alcuni eventi.

Press kit per stampa (PR/eventi/incoming): una pubblicazione che fornisce le informazioni sulle certificazioni europee, sui tre prodotti rappresentativi e altri argomenti chiave da posizionare nei media.

Pubblicazione Trade per meeting B2B ed eventi di settore: una pubblicazione che mette in evidenza lo standard di qualità DOP, i tre prodotti rappresentativi e gli argomenti chiave per consentire l'ingresso dei prodotti sugli scaffali di rivenditori specializzati, enoteche e negozi di alta gastronomia.

Brochure Info/culinaria per professionisti HO.RE.CA. e per appassionati di cucina e food: una pubblicazione volta a sottolineare gli abbinamenti di vino e cibo e a presentare le ricette create da uno chef locale.

Kit didattico: per seminari e workshop comprendente una presentazione digitale, schede dei prodotti, penne e taccuini riciclabili per appunti.

Cartella per pubblicazioni e materiale didattico: una cartella per il materiale sopra indicato per facilitare la consegna del materiale durante gli eventi.

Espositori/Roll Ups avvolgibili per tutti gli eventi e le fiere.

Stand per punti vendita: stand accattivante per concept store.

Gruppi target:

tutti gruppi target del programma promozionale

Si richiede all'organismo esecutore di formulare la sua migliore proposta per favorire il raggiungimento degli obiettivi previsti e dettagliarne la metodologia di lavoro, le singole attività fornendo nell'offerta economica il dettaglio costi unitari per ogni singola attività proposta.

In merito al visual della campagna si richiede di fornire almeno due proposte di visual claim e declinazione sul materiale sopra indicato

Prodotti/servizi da fornire e bilancio stimato

Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Subtotale per l'attività 5.1	REGNO UNITO: 14.407,68€ SVIZZERA: 13.065,92	REGNO UNITO: 5.004,16€ SVIZZERA: 5.004,16€	REGNO UNITO: 5.018,72€ SVIZZERA: 5.018,72€
Totale per il pacchetto di lavoro 5	27.473,60€	10.008,32€	10.037,44€

Pacchetto di lavoro 6: Events

Obiettivi

- O1) **Aumento del riconoscimento del regime di qualità DOP** da parte dei media specializzati, opinion leader, Ho.Re.Ca. e rivenditori attraverso manifestazioni ed eventi
- O2) **Aumento del riconoscimento delle DOP europee** e della sostenibilità delle DOP sia tra i media specializzati, opinion leader, Ho.Re.Ca. e rivenditori attraverso manifestazioni ed eventi
- O3) **Aumento della competitività** sui mercati target attraverso eventi e manifestazioni.

Attività 6.1 – Stand at trade fairs

È prevista la partecipazione alle principali fiere di settore e **HO.RE.CA.** In uno stand dedicato saranno esposti i tre prodotti DOP e ne saranno offerte degustazioni. Le fiere devono essere selezionate in base a criteri quantitativi come il potenziale di visitatori, ma considerando anche criteri qualitativi come il profilo e l'interesse dei visitatori. i

Fiere nel Regno Unito: 1 Fiera internazionale anno 2 e una Fiera internazionale anno 3

Fiera rilevante in Svizzera: 1 Fiera internazionale anno 1 e una Fiera internazionale anno 3

Gruppo target:

Media specializzati e opinion leader, HO.RE.CA. e rivenditori (negozi specializzati, gastronomie di alto livello, commercianti di vini).

Hotel e scuole enologiche

Si richiede all'organismo esecutore di formulare la sua migliore proposta per favorire il raggiungimento degli obiettivi previsti e dettagliarne la metodologia di lavoro, le singole attività fornendo nell'offerta economica il dettaglio costi unitari per ogni singola attività proposta.

Attività 6.2 – seminars, workshop, B2B meeting, training for trade/cooks, activities in schools

L'ente esecutore si occuperà di sviluppare ed organizzare vari eventi di differenti tipologie, tenuti da esperti riconosciuti e affermati.

Collaborazioni con chef: per ogni mercato, individuare un noto chef locale per diventare ambasciatore del programma e dei tre prodotti nel corso dei 3 anni. Lo chef si occuperà di creare ricette e consigliare abbinamenti di vino e cibo, e fungerà da relatore nei diversi eventi e sessioni educative.

Attività nelle scuole: per formare i futuri professionisti, si coinvolgeranno scuole di alto livello con proposte di sessioni di apprendimento su misura. Le sessioni illustreranno i marchi DOP europei in generale con una sezione di approfondimento dei prodotti che si concentrerà maggiormente sul vino o sul cibo a seconda del tipo di scuola.

Incontri B2B: un formato più flessibile che riunisce tutti i destinatari B2B e i media specializzati proponendo una visione maggiormente orientata al business per presentare la campagna, i marchi e i prodotti rappresentativi, creando anche lo spazio e le condizioni per incontri professionali individuali durante un pranzo o una cena subito dopo la presentazione. **Sessioni enogastronomiche:** per rivolgersi in maniera specifica ai professionisti HO.RE.CA., sarà sviluppata una sessione speciale di abbinamento di vino e cibo

Gruppo target: Media specializzati e opinion leader, HO.RE.CA. e rivenditori (negozi specializzati, gastronomie di alto livello, commercianti di vini), Hotel e scuole enologiche

Si richiede all'organismo esecutore di formulare la sua migliore proposta per favorire il raggiungimento degli obiettivi previsti e dettagliarne la metodologia di lavoro, le singole attività fornendo nell'offerta economica il dettaglio costi unitari per ogni singola attività proposta.

Activity 6.5: Study trips to Europe

Ogni anno l'organismo di esecuzione si occuperà di organizzare **2 viaggio studio** uno da UK e uno da CH individuando almeno **7 professionisti di spicco** protagonisti e organizzando l'itinerario e l'accompagnamento durante tre giorni di viaggio. I protagonisti impareranno a conoscere l'unicità dei terroir e scopriranno paesaggi di grande fascino e la filosofia dei metodi di produzione sostenibili alla base dei marchi DOP e all'origine di ogni prodotto. Poiché i tre prodotti DOP rappresentativi si trovano in zone diverse dell'Italia, possono essere organizzate visite nelle regioni a rotazione, ma dovranno essere incorporate nel programma di ogni visita momenti di presentazione e visibilità tutti i tre prodotti.

Si richiede all'organismo esecutore di formulare la sua migliore proposta per favorire il raggiungimento degli obiettivi previsti e dettagliarne la metodologia di lavoro, le singole attività fornendo nell'offerta economica il dettaglio costi unitari per ogni singola attività proposta.

Prodotti/servizi da fornire e bilancio stimato

Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Subtotale per l'attività 6.1 + 6.2 + 6.5	REGNO UNITO: 103.768,00 € SVIZZERA: 117.600,00 €	REGNO UNITO: 151.536,00 € SVIZZERA: 65.251,20 €	REGNO UNITO: 151.536,00 € SVIZZERA: 115.920,00 €
Totale per il pacchetto: 6	221.368,00 €	216.787,20€	267.456,00 €

Pacchetto di lavoro 7: POS Promotions			
Obiettivi			
– O1) Aumento del riconoscimento del regime di qualità DOP da parte dei consumatori di fascia medio alta attraverso promozioni in store – O2) Aumento del riconoscimento delle DOP europee e della sostenibilità delle DOP sia tra i consumatori di fascia medio alta attraverso promozioni in store – O3) Aumento della competitività sui mercati target attraverso eventi in store			
Attività 7.1 – Tasting days			
Verranno perseguite collaborazioni esclusive per specifiche promozioni con concept store o mercati gastronomici selezionati, con particolare attenzione all'alta qualità dei cibi, alla sostenibilità, all'eco-responsabilità e alla trasparenza dell'identificazione di origine, tutti valori chiaramente legati agli standard del marchio DOP. Queste nuove idee riuniscono diversi canali di distribuzione in un unico segmento. Le cooperazioni con questi concept stores saranno individuali e comprenderanno la degustazione dei prodotti nei negozi di alta gastronomia, la creazione di menu dedicati presso ristoranti selezionati oppure offerte di vini al calice. Gruppo target: HO.RE.CA. e rivenditori (negozi specializzati, gastronomie di alto livello, concept store), Consumatori: consumatori di fascia medio-alta come da target definito, provenienza contesto urbano <u>Si richiede all'organismo esecutore di formulare la sua migliore proposta per favorire il raggiungimento degli obiettivi previsti e dettagliarne la metodologia di lavoro, le singole attività fornendo nell'offerta economica il dettaglio costi unitari per ogni singola attività proposta.</u>			
Prodotti/servizi da fornire e bilancio stimato			
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Totale per il pacchetto di lavoro 7	//	40.096€	40.096€

PROCEDURA DI SCELTA DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE DEL PROGRAMMA

6. Requisiti per la partecipazione alla gara

Gli operatori economici possono partecipare alla presente gara in forma singola o associata, purché in possesso dei requisiti prescritti dai successivi articoli.

È vietato al concorrente che partecipa alla gara in forma associata di partecipare anche in forma individuale.

Nel caso di partecipazione associata, i successivi requisiti di cui all'art. 6.1 devono essere detenuti da tutti i partecipanti al momento della presentazione dell'offerta.

6.1 Inesistenza di cause di esclusione dalla partecipazione alla Gara

La partecipazione alla presente procedura di gara è riservata agli **operatori economici** che alla data di presentazione dell'offerta dichiarino che **non sussistono motivi di esclusione** ai sensi della Direttiva 2014/24/UE, ovvero motivi di esclusione legati:

- a condanne penali;
- al pagamento d'imposte o contributi previdenziali;
- a insolvenza, conflitto d'interessi o illeciti professionali.

L'inesistenza di questi motivi di esclusione dovrà essere attestata tramite la dichiarazione allegata (**Allegato B**), firmata dal legale rappresentante.

In caso di raggruppamento temporaneo non ancora costituito, ciascun operatore dovrà produrre tale dichiarazione.

6.2 Requisiti di capacità economica e finanziaria

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione:

- deve aver realizzato, nel quinquennio 2017-2018-2019-2020-2021, un fatturato globale complessivamente non inferiore a Euro 2.500.000,00 (in lettere: Euro duemilionicinquecentomila/00) al netto dell'IVA, risultante dalle dichiarazioni IVA o imposta equivalente in ambito UE;
- deve allegare la dichiarazione dell'Istituto Bancario di possesso da parte dell'operatore economico dei mezzi finanziari necessari per garantire l'esecuzione delle azioni previste dal Programma (idonee referenze bancarie);
- deve allegare copia dell'ultimo bilancio approvato e/o dichiarazione IVA;
- deve allegare la visura CCIAA oppure iscrizione in un registro commerciale tenuto nello Stato membro in cui l'operatore economico ha sede.

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato B), firmata dal legale rappresentante. Tali requisiti devono essere posseduti dall'operatore economico nel suo complesso, ovvero come soggetto in raggruppamento temporaneo d'imprese.

6.3 Requisiti di capacità tecnica e professionale

L'operatore economico (singolo o in raggruppamento temporaneo d'imprese) che intende partecipare alla presente gara di selezione deve:

- aver realizzato, nel quinquennio 2017-2018-2019-2020-2021, servizi analoghi a quelli oggetto della gara per un importo non inferiore complessivamente ad Euro 1.300.000,00 (in lettere: Euro unmilionetrecentomila/00) al

- netto dell'IVA;
- allegare l'elenco dei principali servizi svolti (CV aziendale);
- allegare i CV del personale impiegato, nell'eventuale esecuzione del Programma, dai quali si evinca una comprovata esperienza in servizi analoghi a quelli oggetto della gara.

Per servizi analoghi si intendono (a titolo esemplificativo e non esaustivo):

- attività di gestione di progetti/programmi complessi di promozione internazionale;
- attività di gestione di raggruppamenti di aziende e di coordinamento di gruppi di lavoro;
- attività di progettazione e gestione di programmi a contribuzione pubblica;
- attività di organizzazione eventi ed incoming;
- attività di gestione di ufficio stampa;
- attività di comunicazione, PR, etc. anche on-line;
- realizzazione di materiale informativo;
- realizzazione di video promozionali;
- attività promozionali nel settore agroalimentare.

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (**Allegato B**) firmata dal Legale Rappresentante dell'operatore economico offerente e l'invio dei CV delle figure professionali previste nell'esecuzione dell'incarico. Tali requisiti devono essere posseduti dall'operatore economico o dal raggruppamento temporaneo d'impresa nel suo complesso, fatto salvo che in tale ultimo caso la mandataria in ogni caso deve possedere i requisiti ed eseguire le prestazioni in misura maggioritaria.

7. Commissione giudicatrice e criteri di aggiudicazione

La **Commissione giudicatrice** è nominata dopo la scadenza del termine per la presentazione delle offerte ed è composta fino ad un massimo di 7 membri, esperti nello specifico settore cui si riferisce l'oggetto del contratto.

La Commissione giudicatrice è responsabile della valutazione delle offerte tecniche ed economiche dei concorrenti.

Il RUP si avvale dell'ausilio della commissione giudicatrice ai fini della verifica della documentazione prodotta e dell'anomalia delle offerte.

L'appalto è aggiudicato in base al **criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa**, secondo la ripartizione dei punteggi di seguito descritta, ma tenendo conto anche dei criteri di qualità.

Si terrà conto congiuntamente degli aspetti qualitativi del servizio e dell'offerta economica: Pertanto, i **100 punti complessivi** saranno valutati secondo il seguente ordine:

1) QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA: max punti 85	TOTALE PUNTEGGIO ATTRIBUIBILE: max punti 100
2) OFFERTA ECONOMICA: max punti 15	

La **Commissione giudicatrice** procederà alla valutazione degli elementi di natura qualitativa sulla base degli elementi di valutazione indicati nella tabella sotto riportata.

7.1 Valutazione e qualità dell'offerta tecnica

Il punteggio tecnico di **massimo 85 punti** sarà attribuito sulla base della chiarezza, della completezza e della coerenza rispetto a quanto richiesto negli atti di gara, in applicazione dei seguenti criteri e sotto criteri valutati come indicati dalla seguente tabella.

OFFERTA TECNICA: MASSIMO 85 PUNTI		
Criteri	Sottocriteri	Punteggio massimo
1.QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA - STRATEGIA COMPLESSIVA	Qualità della articolazione della strategia complessiva e delle attività e loro coerenza con le specifiche previste dal capitolato dal Programma promozionale di riferimento	Fino a 5 punti
	Capacità di produrre i risultati previsti e di raggiungere gli obiettivi previsti dal progetto	Fino a 5 punti
		Massimo 10
2.QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA – ATTIVITÀ DI PROGETTO	Creatività ed innovazione degli strumenti proposti nella pianificazione del programma di attività	Fino a 7 punti
	Efficacia e capacità degli output proposti e previsti di comunicare il messaggio del progetto	Fino a 7 punti
	Qualità della proposta grafica e del concept	Fino a 7 punti
	Qualità della proposta nell'individuazione del target group e del posizionamento sui mercati target	Fino a 3 punti
	Qualità del gruppo di lavoro dedicato alla gestione delle attività di progetto (valutazione CV del gruppo di lavoro dedicato alla realizzazione delle singole attività di progetto)	Fino a 6 punti
		Massimo 30
3.QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA – APPROCCIO METODOLOGICO	Congruenza nelle modalità di realizzazione ed esecuzione delle azioni rispetto alle modalità di esecuzione delle attività e delle iniziative previste dal Programma	Fino a 18 punti
	Adeguatezza della pianificazione in termini di coerenza con gli obiettivi della strategia di comunicazione e coerenza rispetto alle tempistiche della programmazione: in particolare, coerenza tra il cronoprogramma delle attività proposto ed efficacia della realizzazione delle singole azioni, anche in relazione alle risorse professionali coinvolte	Fino a 7 punti
	Adeguatezza dei meccanismi di controllo per monitorare la corretta esecuzione economico-finanziaria del progetto, il rispetto del cronoprogramma e degli indicatori di prodotto e risultato e qualità ed efficacia delle modalità di esecuzione delle attività previste dal Programma	Fino a 7 punti
	Qualità nel coordinamento del progetto (valutazione CV del professionista incaricato del coordinamento delle attività di progetto)	Fino a 6 punti
	Servizi/attività aggiuntivi proposti migliorativi del servizio	Fino a 3 punti
	Modalità di interazione/assistenza fornita ai beneficiari	Fino a 4 punti
		Massimo 45
Punteggio massimo Offerta tecnica		85

Per la determinazione dei punteggi ottenuti dell'offerta tecnica in relazione ai rispettivi criteri e sottocriteri sopra indicati, verrà utilizzato il metodo dell'attribuzione discrezionale da parte di ciascun commissario di gara applicando un coefficiente (da moltiplicare poi per il punteggio massimo attribuibile in relazione al criterio), variabile tra 0 e 1. Pertanto, ciascun commissario attribuirà motivatamente un punteggio a ciascuna offerta secondo la seguente griglia:

Giudizio	Coefficiente
non riscontrabile	0
valutazione insignificante	0,1
valutazione appena sufficiente	0,2
valutazione sufficiente	0,3
valutazione tra sufficiente/discreta	0,4
valutazione discreta	0,5
valutazione tra discreta/buona	0,6
valutazione buona	0,7
valutazione tra buona/ottima	0,8
valutazione ottima	0,9
valutazione eccellente	1,0

Per ciascun sub-criterio, una volta che ogni commissario avrà attribuito un coefficiente a ciascun concorrente, verrà calcolata la media dei coefficienti attribuiti dalla Commissione giudicatrice, con valore 1 al coefficiente più elevato tra gli offerenti e di conseguenza riparametrando tutti gli altri coefficienti.

7.2 Valutazione dell'offerta economica

L'offerta economica dovrà essere articolata in modo tale da poter valutare i diversi elementi indicati all'interno della seguente tabella.

OFFERTA ECONOMICA: MASSIMO 15 PUNTI		
Elemento di valutazione	Criterio motivazionale	Punteggio massimo
OFFERTA ECONOMICA Max 15 punti	Analisi economica: Analisi di economicità delle iniziative proposte, secondo i prezzi di mercato	Fino a 7 punti
	Onorario: Valutazione della congruità dell'onorario (espresso in giornate/uomo) e richiesto dall'operatore economico offerente per la realizzazione di ogni azione, in base al costo di ogni azione e ai benefici attesi	Fino a 8 punti
Punteggio massimo attribuibile		15

Per quanto riguarda **l'offerta economica per le attività** (massimo di 7 punti su 100) il punteggio verrà attribuito sulla base della seguente formula:

$$\text{punteggio "offerta economica per le attività" considerata} = \frac{\text{Offerta X}}{\text{Offerta massima}} \quad \boxed{* 7}$$

dove:

Offerta massima: è l'offerta economica per le attività (SUBTOTALE ATTIVITÀ) più alta tra quelle presentate;

Offerta X: è l'offerta economica per le attività (SUBTOTALE ATTIVITÀ) dell'operatore economico considerato.

Per quanto riguarda **l'offerta economica per l'onorario dell'operatore economico partecipante** (massimo di 8 punti su 100) il punteggio verrà attribuito sulla base della seguente formula:

$$\text{punteggio offerta economica per l'onorario dell'operatore economico considerato} = \frac{\text{Onorario \% minimo}}{\text{Onorario \% X}} \quad \boxed{* 8}$$

dove:

- Onorario % minimo: è la percentuale dell'onorario relativo all'offerta economica per l'onorario dell'operatore economico partecipante più bassa tra quelle presentate;
- Onorario % X: è la percentuale dell'onorario relativo all'offerta economica per l'onorario dell'operatore economico considerato.

Ai fini dell'attribuzione e del calcolo dei punteggi, eventuali valori non interi verranno approssimati fino alla seconda cifra decimale.

Non sono ammesse offerte in aumento.

L'apertura della PEC C relativa all'offerta economica avverrà a conclusione dei lavori di valutazione effettuati dalla predetta Commissione giudicatrice.

Sulla base dei punteggi attribuiti alle offerte, verrà stilata la graduatoria.

L'aggiudicazione sarà effettuata a favore del concorrente che abbia presentato un'offerta che, in possesso di tutti i requisiti minimi obbligatori, risulti aver conseguito il punteggio complessivo (punteggio offerta tecnica + punteggio offerta economica) più elevato.

In caso di parità di punteggio ottenuto, l'appalto sarà aggiudicato al concorrente che avrà riportato il maggior punteggio nell'offerta tecnica. In caso di parità di punteggio sia dell'offerta economica, sia dell'offerta tecnica, si procederà mediante sorteggio.

L'Organismo appaltante non è tenuto a corrispondere compenso alcuno alle imprese concorrenti, per qualsiasi titolo o ragione, per le offerte presentate.

Espletati i controlli previsti circa il possesso dei prescritti requisiti, si procederà con l'aggiudicazione.

L'aggiudicazione vincola immediatamente il concorrente affidatario della gara, mentre l'Organismo appaltante sarà impegnato definitivamente soltanto quando, a norma di legge, tutti gli atti conseguenti e necessari all'espletamento della gara avranno conseguito piena efficacia giuridica.

Nel caso in cui l'affidatario non si presenti per la stipula del contratto o in cui venga accertata la falsità delle dichiarazioni prestate, l'Organismo appaltante procederà all'esclusione dell'operatore conferendo l'incarico all'operatore posto successivamente in graduatoria, espletati i controlli di rito.

Il Consorzio Vini Alto Adige procederà all'aggiudicazione anche nel caso in cui venga presentata un'unica offerta valida, purché congrua.

L'Organismo appaltante si riserva di non procedere all'aggiudicazione laddove nessuna offerta risultasse conveniente o idonea in relazione all'oggetto del contratto.

I risultati saranno comunicati via PEC (posta elettronica certificata) ai partecipanti e saranno pubblicati sul sito web del Consorzio Vini Alto Adige.

8 Presentazione delle proposte

8.1 Modalità di presentazione delle proposte

Gli organismi interessati a partecipare al bando di gara per la selezione dell'Organismo esecutore dovranno, a pena di esclusione, far pervenire tutta la documentazione necessaria attraverso **3 diversi messaggi di posta elettronica certificata (PEC)** così individuabili dalla descrizione riportata nel campo "Oggetto":

PEC A - documentazione amministrativa, che dovrà contenere:

- a) domanda di partecipazione alla procedura secondo il modello di cui all'Allegato A, compilata e firmata dal legale rappresentante;
- b) dichiarazioni richieste secondo il modello di cui all'Allegato B, compilato e firmato dal legale rappresentante;
- c) documento di identità del/dei sottoscrittore/i;
- d) dichiarazione dell'Istituto Bancario di possesso dei mezzi finanziari necessari per garantire l'esecuzione delle azioni previste dal Programma (idonee referenze bancarie);
- e) visura CCIAA oppure iscrizione in un registro commerciale tenuto nello Stato membro in cui l'operatore economico ha sede;
- f) CV del/degli operatore/i economo/i interessato/i alla partecipazione alla Procedura di selezione ed alla presentazione dell'offerta (CV aziendale);
- g) copia dell'ultimo bilancio approvato e/o dichiarazione IVA;

PEC B - offerta tecnica, che dovrà contenere:

- a) relazione tecnica contenente la descrizione dettagliata delle attività utilizzando i riferimenti indicati nel successivo capitolo: MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA TECNICA- PEC B;
- b) CV del personale impiegato;
- c) presentazione del gruppo di lavoro e delle figure professionali e delle loro competenze;

d) cronoprogramma;

PEC C - offerta economica, che dovrà contenere l'indicazione dell'offerta economica per le attività (SUB- TOTALE ATTIVITÀ) e dell'onorario dell'operatore economico considerato secondo il modello descritto nel successivo capitolo: MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA ECONOMICA - PEC C.

Nelle sezioni successive (Modalità di predisposizione dell'offerta tecnica e Modalità di predisposizione dell'offerta economica) si forniscono indicazioni su come dovranno essere redatte l'offerta tecnica e quella economica.

La documentazione dovrà essere redatta in lingua italiana, dovrà essere presentata in formato elettronico - PDF non editabile, stampabile e file.xls - a mezzo PEC, a cura del partecipante alla gara **entro e non oltre il giorno 19 dicembre 2022 alle ore 12.00.**

Tutti i documenti dovranno essere sottoscritti dal legale rappresentante dell'operatore economico partecipante alla procedura di selezione; nel caso di **raggruppamento temporaneo già costituito**, l'offerta deve essere sottoscritta dal legale rappresentante del concorrente designato quale Capogruppo; nel caso di **raggruppamento temporaneo non ancora costituito**, l'offerta deve essere sottoscritta da tutti i soggetti che costituiranno il predetto raggruppamento.

Indirizzo PEC al quale far pervenire le proposte entro il termine suddetto:
vinialtoadige.progetti@pec.konmail.net

Si richiede l'invio di **tre distinte trasmissioni via PEC** [3 messaggi di posta elettronica certificata (PEC)].

Nell'oggetto di ciascuna PEC deve essere riportata la seguente dicitura:

BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI - PAESI TERZI – NON APRIRE.

Nell'oggetto, le singole PEC dovranno poi riportare anche l'identificazione aggiuntiva:

- **PEC A - documentazione amministrativa;**
- **PEC B - offerta tecnica;**
- **PEC C - offerta economica.**

8.2 Modalità di apertura delle offerte

La Commissione giudicatrice si riunirà da remoto mediante una piattaforma di videoconferenza e le relative modalità verranno comunicate ai soggetti offerenti. Ove compatibile, le sedute della Commissione giudicatrice potranno anche essere effettuate in presenza, ma comunque nel rispetto delle prescrizioni sanitarie in vigore in tale momento e collegate alle misure urgenti in materia di contenimento e gestione dell'emergenza epidemiologica da COVID 19, in ottemperanza a quanto disposto al fine di evitare contatti e spostamenti.

Data: 19 dicembre 2022;

Ora locale: 14.00.

Seduta pubblica realizzata in modalità smart working e collegamento da remoto, per l'apertura della PEC A e verifica della documentazione amministrativa.

La valutazione delle offerte tecniche avverrà in una o più sedute riservate in modalità remoto tramite piattaforma elettronica di videoconferenza da parte della Commissione giudicatrice indicata all'art. 7. I lavori della Commissione giudicatrice saranno adeguatamente verbalizzati con indicazione delle motivazioni a sostegno delle valutazioni effettuate.

Inoltre, come già indicato all'art. 7, l'offerta economica verrà valutata in seduta riservata in modalità da remoto tramite piattaforma elettronica di videoconferenza (salvo le indicazioni sopra riportate), a conclusione dei lavori di valutazione delle offerte tecniche effettuati dalla predetta Commissione.

Per eventuali domande e/o chiarimenti per l'esecuzione dell'offerta è possibile rivolgersi **ESCLUSIVAMENTE** per e-mail a **Alexandra Cembran: alexandra.cembran@suedtirolwein.com**, ai quali seguirà risposta esclusivamente per iscritto.

Non saranno prese in considerazione eventuali richieste verbali o inoltrate con modalità diverse da quella indicata.

Le comunicazioni da parte dell'Organismo appaltante avverranno a mezzo PEC (posta elettronica certificata) all'indirizzo di posta elettronica certificata indicato dal concorrente.

9 Documenti di gara

9.1 Indicazioni rispetto alle irregolarità della documentazione amministrativa - PEC A

Le carenze di qualsiasi elemento formale della domanda possono essere sanate attraverso le richieste di integrazioni e/o documentazione da parte del Consorzio, ove ritenuto opportuno. In particolare, in caso di mancanza, incompletezza e di ogni altra irregolarità essenziale della documentazione presentata, con esclusione di quelle afferenti all'offerta economica e all'offerta tecnica, l'Organismo appaltante assegna al concorrente un termine, non superiore a dieci giorni, perché siano rese, integrate o regolarizzate le dichiarazioni necessarie, indicandone il contenuto e i soggetti che le devono rendere. In caso di inutile decorso del termine di regolarizzazione, il concorrente è escluso dalla gara. Costituiscono irregolarità essenziali non sanabili le carenze della documentazione che non consentono l'individuazione del contenuto o del soggetto responsabile della stessa.

9.2 Modalità di predisposizione dell'offerta tecnica - PEC B

Relazione tecnica

L'operatore dovrà indicare per ogni punto sottoelencato le proprie iniziative e relative modalità di esecuzione e raggiungimento dei risultati.

1. Strategia complessiva

L'operatore dovrà articolare la propria proposta proponendo le strategie realizzative che ritiene maggiormente efficaci al perseguimento degli obiettivi progettuali utilizzando le sottostanti indicazioni:

- a) dimostrazione della capacità del gruppo di lavoro di produrre i risultati previsti dal progetto;
- b) articolazione della strategia complessiva: coerenza tra la strategia complessiva progettuale e le singole attività;
- c) modalità di raggiungimento degli obiettivi specifici e dei risultati indicati nel progetto.

2. Azioni di progetto

L'operatore dovrà articolare la propria proposta proponendo tipologie di attività e le modalità realizzative che ritiene maggiormente efficaci per la realizzazione degli obiettivi progettuali utilizzando le sottostanti indicazioni:

- a) descrizione del piano di attività: proposta relativa alle modalità realizzative ed ai contenuti del piano promozionale redatto al fine di raggiungere gli obiettivi richiesti, proposta grafica e del concept e contenuto dei messaggi promozionali e loro coerenza con il piano delle attività e capacità del gruppo di lavoro di realizzare efficacemente le azioni, indicazione dei KPI attesi;
- b) presentazione del gruppo di lavoro responsabile della realizzazione delle attività di comunicazione e di promozione.

3. Approccio metodologico e articolazione delle attività

Per ogni tipologia di attività riportata nel capitolato tecnico, dovranno essere descritti gli specifici interventi che si intendono porre in essere per raggiungere gli obiettivi progettuali. Le attività e i relativi interventi dovranno essere coerenti con le strategie proposte per i singoli Paesi target e con i relativi gruppi bersaglio individuati e dovranno essere declinati in funzione dei punti sotto riportati:

- a) modalità di esecuzione delle azioni: descrizione delle modalità operative utilizzate per la prestazione dei servizi e relativa coerenza con le finalità e con gli obiettivi della campagna di comunicazione proposta e con il Programma (indicazione dei KPI attesi);
- b) cronoprogramma: adeguatezza di tempi e risorse, previsti nel cronoprogramma e sua coerenza con il Programma che dovrà articolarsi nell'arco temporale di tre anni;
- c) coerenza con la strategia generale e le modalità esecutive degli interventi sopra proposti;
- d) descrizione dei meccanismi di monitoraggio e della corretta esecuzione delle attività;
- e) presentazione degli eventuali ulteriori attività/servizi proposti e delle modalità di assistenza fornite al Consorzio;
- f) descrizione del gruppo di lavoro e delle specifiche responsabilità in relazione alle diverse attività.

I precedenti punti devono essere organizzati e presentati secondo i criteri e sotto criteri descritti all'art. 7 e per attività.

La **relazione tecnica** con le proposte strategiche, realizzative e metodologiche dovrà essere inserita all'interno della **PEC B - Offerta tecnica**.

9.3 Modalità di predisposizione dell'offerta economica - PEC C

Offerta economica

I costi dovranno essere dettagliati per ogni azione e tipologia di attività necessaria per l'organizzazione e la realizzazione del servizio (**SUB-TOTALE ATTIVITÀ**) con l'indicazione del **VALORE DELL'ONORARIO DELL'OPERATORE ECONOMICO** considerato, secondo lo schema tabellare seguente, che dovrà essere compilato per ogni singola annualità di progetto (anno 1, anno 2 e anno 3) e per ogni singolo Paese target.

Dovrà essere evidenziato **l'onorario dell'operatore economico**.

Di seguito, si riporta una tabella d'esempio per l'anno 1. Tale tabella dovrà essere anche compilata per ogni singola annualità di progetto (anno 1, anno 2 e anno 3) e per ogni singolo Paese target.

PAESE TARGET	*****			
ANNUALITA'	Anno			
Descrizione attività	Descrizione voce di costo	Numero o quantità	Valore unitario	Valore totale
WP2 – Pubbliche relazioni			€	€
*****			€	€
*****			€	€
*****			€	€
SUB-TOTALE ATTIVITA'			€	€
WP 2 PER ANNO 1			€	€
ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP 2			€	€
WP 3 - Web site, Social media			€	€
*****			€	€
*****			€	€
*****			€	€
SUB-TOTALE ATTIVITA'			€	€
WP 3 PER ANNO 1			€	€
ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP 3			€	€
WP 4 - Pubblicità			€	€
*****			€	€
*****			€	€
*****			€	€
SUB-TOTALE ATTIVITA'			€	€
WP 4 PER ANNO 1			€	€
ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP 4			€	€
WP 5 - Materiale promozionale			€	€
*****			€	€
*****			€	€
*****			€	€
SUB-TOTALE ATTIVITA'			€	€
WP 5 PER ANNO 1			€	€
ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP 5			€	€
WP 6 – Eventi			€	€
*****			€	€
*****			€	€
*****			€	€
SUB-TOTALE ATTIVITA'			€	€
WP 6 PER ANNO 1			€	€
ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP 6			€	€
WP 7 – Promozione presso i punti vendita			€	€
*****			€	€
*****			€	€
*****			€	€
SUB-TOTALE ATTIVITA'			€	€
WP 7 PER ANNO 1			€	€
ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP 7			€	€
A) SUB-TOTALE GENERALE ATTIVITA' PER ANNO 1 (WP2 + WP3 + WP4 + WP5 + WP6 + WP7)			€	€
B) SUB-TOTALE GENERALE ONORARIO OPERATORE ECONOMICO PER ANNO 1 (WP2 + WP3 + WP4 + WP5 + WP6 + WP7)			€	€
A + B) TOTALE OFFERTA ECONOMICA PAESE TARGET PER ANNO			€	€

Il compenso dell'Organismo di esecuzione (**onorario dell'operatore economico**) dovrà essere al massimo pari al 12% del costo totale riferito alle azioni (SUB-TOTALE GENERALE ATTIVITA').

L'operatore economico dovrà compilare anche la seguente tabella riassuntiva riportata a titolo di esempio.

PAESE TARGET	GRAN BRETAGNA			SVIZZERA			Totale	% onorario
	Anno 1	Anno 2	Anno 3	Anno 1	Anno 2	Anno 3		
A) SUB-TOTALE GENERALE ATTIVITA' PER OGNI SINGOLA ANNUALITA' (SUB TOTALE ATTIVITA' WP2 + SUB TOTALE ATTIVITA' WP3 + SUBTOTALE ATTIVITA' WP4 + SUBTOTALE ATTIVITA' WP5 + SUBTOTALE ATTIVITA' WP6 + SUBTOTALE ATTIVITA' WP7)	€	€	€	€	€	€	Inserire sommatoria anno 1 + anno 2 + anno 3	
B) SUB-TOTALE GENERALE ONORARIO OPERATORE ECONOMICO PER OGNI SINGOLA ANNUALITA' (ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP2 + ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP3 + ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP4 + ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP5 + ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP6 + ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP7)	€	€	€	€	€	€	Inserire sommatoria anno 1 + anno 2 + anno 3	Inserire valore B) / A) in % (con valore approssimato a max 3 cifre dopo la virgola)
*A + B) TOTALE OFFERTA ECONOMICA PAESI TARGET PER OGNI SINGOLA ANNUALITA'	€	€	€	€	€	€	Inserire sommatoria anno 1 + anno 2 + anno 3	

*NB: IL TOTALE DELL'OFFERTA ECONOMICA deve essere al massimo pari al totale dell'importo della presente procedura di selezione (€ 1.247.361,92 IVA esclusa).

L'insieme delle tabelle sopra riportate a titolo di esempio (6 tabelle relative alle 3 annualità di progetto per ogni Paese target + 1 tabella riassuntiva), formerà l'offerta economica e andrà inserito nella PEC C - Offerta economica.

Inoltre, l'operatore economico dovrà fornire su supporto elettronico, l'offerta economica sia in formato .pdf, sia in formato .xls.

10 Integrazioni in caso di carenze

Le carenze di qualsiasi elemento formale della domanda, e in particolare, la mancanza, l'incompletezza e ogni altra irregolarità essenziale degli elementi, con esclusione di quelle afferenti al contenuto sostanziale dell'offerta economica e dell'offerta tecnica, possono essere sanate attraverso la procedura di integrazione di cui al presente articolo.

L'irregolarità essenziale è sanabile laddove non si accompagni ad una carenza sostanziale del requisito alla cui dimostrazione la documentazione omessa o irregolarmente prodotta era finalizzata. La successiva correzione o integrazione documentale è ammessa laddove consenta di attestare l'esistenza di circostanze preesistenti, vale a dire requisiti previsti per la partecipazione e documenti/elementi a corredo dell'offerta. Nello specifico valgono le seguenti regole:

- il mancato possesso dei prescritti requisiti di partecipazione non è sanabile mediante integrazione ed è causa di esclusione dalla procedura di gara;

- l'omessa o incompleta nonché irregolare presentazione delle dichiarazioni sul possesso dei requisiti di partecipazione e ogni altra mancanza, incompletezza o irregolarità della domanda, sono sanabili, ad eccezione delle false dichiarazioni;
- la mancata presentazione di elementi a corredo dell'offerta ovvero di condizioni di partecipazione alla gara, aventi rilevanza in fase di gara, sono sanabili, solo se preesistenti e comprovabili con elementi di data certa anteriore al termine di presentazione dell'offerta;
- il difetto di sottoscrizione della domanda di partecipazione, delle dichiarazioni richieste e dell'offerta è sanabile.

Ai fini della procedura di integrazione, viene assegnato al concorrente un congruo termine - non superiore a dieci giorni - perché siano rese, integrate o regolarizzate le dichiarazioni necessarie, indicando il contenuto e i soggetti che le devono rendere.

In caso di inutile decorso del termine, si procederà all'esclusione del concorrente dalla procedura.

Ove il concorrente produca dichiarazioni o documenti non perfettamente coerenti con la richiesta, è possibile chiedere ulteriori precisazioni o chiarimenti, limitate alla documentazione presentata in fase di integrazione, fissando un termine a pena di esclusione.

11 Gruppo di lavoro

Il soggetto affidatario assume a proprio carico tutti gli oneri assicurativi e previdenziali di legge, si impegna ad osservare le norme vigenti in materia di sicurezza sul lavoro e di retribuzione dei lavoratori dipendenti e, in generale, si impegna a rispettare tutti gli obblighi derivanti da leggi, regolamenti, contratti collettivi ed integrativi aziendali in materia di rapporti di lavoro, in relazione a tutte le persone che esplicano attività a favore dello stesso, tanto in regime di dipendenza diretta, quanto in forma saltuaria, con contratti di qualsivoglia natura.

Il soggetto affidatario assume ogni responsabilità per danni o infortuni che possono derivare a dette persone o essere cagionati da dette persone nell'esecuzione di ogni attività, direttamente o indirettamente, inerente alle prestazioni oggetto della presente procedura.

12 Obblighi dell'Organismo di esecuzione

Saranno a carico dell'appaltatore/Organismo di esecuzione:

- lo svolgimento dei servizi oggetto dell'appalto, in accordo e collaborazione con l'Organismo appaltante e nell'accettazione integrale e incondizionata del contenuto del presente capitolato;
- l'osservanza di ogni indicazione contenuta nel presente capitolato anche se non specificatamente richiamata nel presente articolo, di norme e regolamenti in vigore sia a livello nazionale che comunitario, nonché quelle che venissero eventualmente emanate nel corso del periodo contrattuale (comprese le norme regolamentari e le ordinanze municipali), con particolare riguardo a quelle relative all'igiene ed alla sicurezza e comunque attinenti all'oggetto dell'appalto e alla sua esecuzione;
- l'Organismo di esecuzione si assume l'intera responsabilità tecnica e finanziaria delle azioni di cui agli articoli 3 e 5, compresa quella relativa alla loro compatibilità con la vigente normativa dell'Unione Europea, quella dei Paesi target di progetto e con le regole di concorrenza applicabili in materia;
- l'Organismo esecutore dovrà sovrintendere all'attività di monitoraggio amministrativo/finanziario del progetto, compresi la tenuta dei registri e documenti giustificativi, la trasmissione dei deliverables e la predisposizione delle azioni e delle domande di pagamento.

L'Organismo di esecuzione dovrà:

- per un periodo di tre anni dopo il pagamento del saldo, tenere i registri e conservare documenti giustificativi, al fine di dimostrare la corretta attuazione dell'azione e i costi dichiarati ammissibili;
- se sono in corso controlli, revisioni contabili, indagini, contenziosi o azioni legali nel quadro della convenzione, tenere i registri e i documenti giustificativi fino al termine di dette procedure;
- rendere disponibile la documentazione sopra indicata su richiesta o nel contesto di controlli, revisioni contabili o indagini;
- mettere a disposizione dell'Organismo appaltante tutta la documentazione prodotta durante lo svolgimento del servizio, nonché tutti i dati elaborati, utilizzati o raccolti nel corso dell'esecuzione delle attività, ivi compresi i dati necessari per una corretta valutazione dell'efficacia del programma, secondo quanto previsto dal quadro normativo di riferimento e tutte le informazioni necessarie per la redazione delle rendicontazioni periodiche e finale;
- conservare i documenti originali.

13 Riservatezza e non divulgazione

Il soggetto aggiudicatario non potrà far uso, né direttamente né indirettamente, per proprio tornaconto o per quello di terzi, del mandato affidato e delle informazioni di cui verrà a conoscenza in relazione ad esso e ciò anche dopo la scadenza del contratto. A tal fine il soggetto aggiudicatario non potrà divulgare, comunicare o diffondere le informazioni e i dati dei quali verrà a conoscenza durante l'espletamento delle attività.

Il soggetto affidatario si impegna a rispettare, nello svolgimento delle attività oggetto della presente procedura, tutti i principi contenuti nelle disposizioni normative vigenti, relativi al trattamento dei dati personali e in particolare quelli contenuti nel D.Lgs. n. 196/2003 e s.m.i. e nel Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 contenente il Regolamento europeo sulla protezione dei dati (di seguito anche "GDPR") e a garantire che le informazioni personali, patrimoniali, statistiche, anagrafiche e/o di qualunque altro genere, di cui verrà a conoscenza in conseguenza dei servizi resi, in qualsiasi modo acquisite, vengano considerati riservati e come tali trattati, pur assicurando nel contempo la trasparenza delle attività svolte.

L'affidatario del servizio deve impegnarsi formalmente a dare istruzioni al proprio personale affinché tutti i dati e le informazioni vengano trattati nel rispetto della normativa di riferimento.

L'aggiudicatario del servizio si impegna ad utilizzare i dati e le informazioni di cui sopra esclusivamente ai fini e nell'ambito delle attività previste dal presente capitolato.

14 Conflitti di interessi

L'Organismo appaltante adotterà misure adeguate a prevenire, individuare e porre rimedio in modo efficace a conflitti di interesse nello svolgimento della presente procedura di selezione in modo da evitare qualsiasi distorsione della concorrenza e garantire la parità di trattamento di tutti gli operatori economici, nel rispetto dei principi stabiliti dal Codice degli Appalti e, per quanto applicabili, dall'articolo 24 della Direttiva 2014/24/UE e dell'art. 42 del D.Lgs. 50/2016.

15 Inadempienze e risoluzione

L'Organismo appaltante ha la facoltà di controllare e verificare la buona esecuzione del servizio con ausilio di incaricati scelti a sua discrezione. Inoltre, l'Organismo appaltante ha facoltà di contestare i servizi resi non rispondenti in tutto o in parte alle prescrizioni del capitolato o della offerta proposta in gara. In caso di contestazione, potrà richiedere al fornitore la sostituzione di personale inadeguato alla realizzazione dei servizi. Oltre a quanto previsto dall'art. 1453 Codice Civile per i

casi di inadempimento delle obbligazioni contrattuali, il contratto è risolto, ai sensi e per gli effetti dell'art. 1456 del Codice Civile, con riserva di risarcimento danni nei seguenti casi:

- nel caso di cessione di tutto o parte del contratto;
- nel caso di violazione degli obblighi di tutela dei dati e riservatezza, di gravità tale da non consentire l'ulteriore prosecuzione delle obbligazioni contrattuali;
- nel caso di gravi infrazioni, debitamente accertate, alle norme in materia di sicurezza e a ogni altro obbligo derivante dai rapporti di lavoro ai sensi delle vigenti disposizioni normative (in particolare in riferimento alla regolarità del DURC, etc.), nonché per mancato assolvimento degli obblighi contrattuali o di legge, in materia di stipendi, liquidazioni o trattamenti previdenziali ed assicurativi a favore del personale e dei collaboratori occupati nel servizio;
- nel caso di ingiustificata sospensione del servizio;
- nel caso di grave inadempimento ai servizi appaltati previsti dal programma e dagli altri obblighi scaturenti dal presente capitolato e/o dal contratto e/o dal cronoprogramma nonché per inosservanza delle linee progettuali presentate e delle eventuali indicazioni integrative in ordine alla qualità del servizio, previamente contestati per iscritto dall'Organismo appaltante e non risolti entro il termine concesso;
- nel caso in cui l'Organismo esecutore fosse sottoposto a procedure concorsuali o analoghe e limitative della capacità economica e d'impresa da parte degli Organi competenti;
- comunque, nei casi di violazione delle vigenti disposizioni normative.

Non potranno essere intese quale rinuncia ad avvalersi della clausola di cui al presente articolo eventuali mancate contestazioni e/o precedenti inadempimenti per i quali l'Organismo appaltante non abbia ritenuto di avvalersi della clausola medesima e/o atti di mera tolleranza a fronte di pregressi inadempimenti dell'appaltatore di qualsivoglia natura.

Nel caso di risoluzione, l'Organismo appaltante si riserva ogni diritto al risarcimento dei danni subiti ed in particolare si riserva di esigere dall'Organismo esecutore il rimborso di eventuali spese eccedenti rispetto a quelle che avrebbe sostenuto in presenza di un regolare adempimento del Contratto.

In ogni caso l'Organismo esecutore, in caso di risoluzione, avrà diritto esclusivamente al rimborso delle spese e dell'attività effettivamente svolta fino a quel momento.

L'Organismo appaltante avrà anche facoltà di differire il pagamento del saldo eventualmente dovuto in base al conto finale di liquidazione, sino alla quantificazione del danno che l'Organismo esecutore è tenuto a risarcire.

16 Rapporti tra l'aggiudicatario e l'Amministrazione dell'Organismo committente

L'operatore economico aggiudicatario deve individuare un referente responsabile del servizio, che avrà l'obbligo di collaborare strettamente con il personale referente dell'Organismo appaltante ed il Responsabile Unico del Procedimento (RUP) nella realizzazione del servizio oggetto dell'appalto, nonché la risoluzione operativa di problematiche relative a particolari esigenze delle attività.

17 Cessione e subappalto

Il soggetto aggiudicatario è tenuto ad eseguire in proprio le prestazioni comprese nel contratto e lo stesso non potrà essere ceduto a pena di nullità, fatti salvi i casi previsti dalla legge.

Il subappalto è consentito ove all'atto della presentazione dell'offerta il concorrente indica le parti del servizio/fornitura che intende subappaltare.

In caso di mancata indicazione delle parti da subappaltare il subappalto è vietato.

L'aggiudicatario e il subappaltatore sono responsabili in solido nei confronti della stazione appaltante dell'esecuzione delle prestazioni oggetto del contratto di subappalto.

In ogni caso, il subappalto è consentito nei limiti e secondo le modalità indicate all'art. 105 del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i., per quanto applicabile alla presente procedura di selezione.

18 Modalità di pagamento

L'importo di aggiudicazione sarà corrisposto nel modo seguente:

- a) rate posticipate sulla base di stati di avanzamento del servizio presentati alle scadenze previste dal Programma e dalla normativa di riferimento, fino ad un massimo del 80% dell'importo contrattuale, a seguito di presentazione di regolare fattura e dopo aver effettuato il controllo della regolarità contabile e fiscale di tutta la documentazione ed, in particolare, delle idonee relazioni sulle attività svolte e dei prodotti rilasciati e la relativa rendicontazione delle spese sostenute secondo le disposizioni normative di riferimento;
- b) saldo dell'importo contrattuale, al termine di tutte le attività previste a seguito di presentazione di regolare fattura e dopo aver effettuato il controllo della regolarità contabile e fiscale di tutta la documentazione ed, in particolare, della relazione finale sulle attività svolte, dei prodotti rilasciati e della relativa rendicontazione delle spese sostenute secondo le disposizioni normative di riferimento.

La fattura, unitamente alla documentazione prevista, dovrà essere sottoposta al personale referente dell'Organismo appaltante e al Responsabile Unico del Procedimento (RUP) al fine di acquisire il visto riguardante la corretta esecuzione del contratto.

19 Controlli

L'Organismo appaltante ha la facoltà di controllare e verificare la buona esecuzione del servizio con ausilio di incaricati scelti a sua discrezione. Essendo l'appalto finanziato con risorse dell'Unione Europea potranno essere disposti controlli da parte dei competenti servizi dell'Unione Europea e/o di Autorità nazionali.

20 Spese contrattuali

Le spese di bollo, stipulazione, registrazione ed ogni altra spesa accessoria inerente al contratto di appalto, sono a carico per il 50% dell'Organismo di esecuzione aggiudicatario e per il restante 50% all'Organismo appaltante.

21 Accesso alla documentazione della procedura di selezione

L'accesso alla documentazione della procedura è consentito nel rispetto di quanto previsto in materia di diritto di accesso ai documenti amministrativi secondo le seguenti modalità:

- **È differito**
 - a) in relazione all'elenco dei soggetti che hanno presentato offerte, fino alla scadenza del termine per la presentazione delle medesime;
 - b) in relazione alle offerte, fino all'aggiudicazione;
 - c) in relazione al procedimento di verifica della anomalia dell'offerta, fino all'aggiudicazione.
- **È vietato**
 - d) alle informazioni fornite nell'ambito dell'offerta o a giustificazione della medesima che costituiscano, secondo motivata e comprovata dichiarazione dell'offerente, segreti tecnici o commerciali;

- e) alle relazioni riservate del direttore dei lavori e dell'organo di collaudo sulle domande e sulle riserve del soggetto esecutore del contratto.

In relazione all'ipotesi di cui al comma lettera d), è consentito l'accesso al concorrente ai fini della difesa in giudizio dei propri interessi in relazione alla procedura di affidamento del contratto.

22 Contenzioso

Per la risoluzione di tutte le controversie che dovessero sorgere in relazione alla presente procedura, il foro competente è quello di Bolzano, nelle forme e nei modi previsti dalla legge.

23 Diritti di proprietà e di utilizzazione

I diritti di proprietà e/o di utilizzazione e sfruttamento economico degli elaborati, predisposti o realizzati dall'Organismo di esecuzione da suoi dipendenti e collaboratori nell'ambito o in occasione dell'esecuzione del presente servizio, rimarranno di titolarità esclusiva dell'Organismo appaltante che potrà, quindi, disporre senza alcuna restrizione la pubblicazione, la diffusione, l'utilizzo, la duplicazione di dette opere dell'ingegno o materiale. Detti diritti, ai sensi della L. n. 633/41 "Protezione del diritto d'autore e di altri diritti concessi al suo esercizio" così come modificata ed integrata dalla L. n. 248/00, devono intendersi ceduti, acquisiti e licenziati in modo perpetuo, illimitato e irrevocabile. L'Organismo di esecuzione si impegna a consegnare tutti i prodotti in formato aperto e modificabile e si obbliga espressamente a fornire all'Organismo appaltante tutta la documentazione e il materiale necessario all'effettivo sfruttamento dei diritti di titolarità esclusiva, nonché a sottoscrivere tutti i documenti necessari all'eventuale trascrizione di detti diritti a favore dell'Organismo appaltante in eventuali registri o elenchi pubblici. L'Organismo di esecuzione si impegna a rispettare la vigente normativa in materia di raccolta e trattamento dei dati personali e di tutela delle banche dati.

24 Trattamento dei dati

Ai sensi del D.Lgs. 196/2003 e del Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 contenente il Regolamento europeo sulla protezione dei dati (di seguito anche "GDPR"), si informa che i dati raccolti sono destinati alla scelta del contraente e il loro conferimento ha natura facoltativa, fermo restando che il concorrente che intende partecipare alla procedura o aggiudicarsi l'appalto deve fornire all'Organismo appaltante la documentazione richiesta dalla vigente normativa. I diritti dell'interessato sono quelli previsti dall'art. 13 della legge citata. Tali diritti possono essere esercitati ai sensi e per gli effetti del D.Lgs. 196/2003 e GDPR. I dati raccolti possono essere comunicati al personale dell'Organismo appaltante che cura il procedimento e ad ogni altro soggetto che vi abbia fermo quanto disposto dall'articolo 21.

In particolare, in ordine al procedimento instaurato da questa procedura:

- le finalità cui sono detenuti i dati raccolti ineriscono alla verifica della capacità dei concorrenti di partecipare alla gara in oggetto;
- i dati forniti saranno raccolti, registrati, organizzati e conservati per le finalità di gestione della gara e saranno trattati, sia mediante supporto cartaceo che magnetico, anche successivamente all'eventuale instaurazione del rapporto contrattuale, per le finalità del rapporto medesimo;
- il conferimento dei dati richiesti è un onere a pena di esclusione dalla gara;
- i soggetti o le categorie di soggetti ai quali i dati possono essere comunicati sono: 1) il personale dell'Organismo appaltante; 2) i concorrenti; 3) ogni altro soggetto che abbia interesse ai sensi della legge n. 241/1990 e s.m.i.;
- i diritti spettanti all'interessato sono quelli di cui all'art. 7, del D.Lgs. n. 196/2003 e s.m.i. e degli articoli dal 15 al 22 del GDPR, cui si rinvia;

- soggetto attivo della raccolta è l'Organismo appaltante e il responsabile è il rappresentante legale KOFLER ANDREAS.

Titolare del trattamento dei dati è KOFLER ANDREAS ai sensi dell'art. 28 del Regolamento europeo sulla protezione dei dati ("GDPR") e dell'art. 29 del D.Lgs. n. 196/2003, nonché della normativa italiana di adeguamento al GDPR.

Per ogni ulteriore aspetto in merito, è possibile fare riferimento alla "Informativa sul trattamento dei dati personali al cliente" del Consorzio Vini Alto Adige e rivolgere le richieste presso il Consorzio Vini Alto Adige, in Via Crispi 15, 39100 Bolzano (BZ), con lettera raccomandata oppure via mail all'indirizzo mail: info@suedtirolwein.com.

25 Responsabile unico del procedimento

Responsabile unico del procedimento è Alexandra Cembran.