



CAPITOLATO TECNICO E PROCEDURA DI SELEZIONE DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE DI PARTE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI NEL MERCATO INTERNO

1. Premessa ed informazioni preliminari

Consorzio Cacciatore Italiano (di seguito Organismo appaltante), con sede in Rozzano (MI) P. IVA e C.F. 03979540964, in qualità di Organismo capofila del raggruppamento di Consorzi: Cacciatore Italiano, Zampone e Cotechino Modena IGP e Italiano Tutela Mortadella Bologna, proponente il Programma triennale (2024-2026) denominato “THE EU QUALITY CREW: PDO AND PGI DELI MEATS FROM EUROPE” – programma di attività di informazione e promozione il cui obiettivo è valorizzare il settore della salumeria comunitaria di qualità in Germania, approvato dalla Commissione Europea in conformità al Regolamento (UE) n. 1144/2014 (CALL 2023).

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 Progetto denominato “THE EU QUALITY CREW: PDO AND PGI DELI MEATS FROM EUROPE” che si svolgerà nel Paese target: **GERMANIA** e che riguarderà i seguenti prodotti a denominazione comunitaria:

Codice riconoscimento prodotto d'origine – Numero fascicolo	Prodotto
16010091	Mortadella Bologna IGP
16010099	Salamini Italiani alla Cacciatore DOP
16010099	Cotechino Modena IGP
16010099	Zampone Modena IGP

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 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;
- Orientamenti sulla procedura di gara di cui alla nota della Commissione Europea DDG1.B5/MJ/DB D(2016)321077 del 7 luglio 2016;
- Decreto del Direttore Generale del Dipartimento delle politiche competitive, della qualità agroalimentare, della pesca e dell'ippica, Direzione generale per la promozione della qualità agroalimentare PQA V del Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste (DG PQA - PQAI 05 - Prot. Uscita N.640411 del 20/11/2023).

Il Consorzio Cacciatore Italiano **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). Il Consorzio 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 della Commissione Europea e all'articolo 2 del sopra citato Decreto del Direttore Generale del 20/11/2023.

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.

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

Prodotti oggetto di promozione:

Codice riconoscimento prodotto d'origine – Numero fascicolo	Prodotto
16010091	Mortadella Bologna IGP
16010099	Salamini Italiani alla Cacciatore DOP
16010099	Cotechino Modena IGP
16010099	Zampone Modena IGP

Organismo appaltante: CONSORZIO CACCIATORE ITALIANO

Paese target: GERMANIA



Gruppi target:

- Consumatori (con focus sulla fascia d'età 30-50 anni)
- Stampa
- Trade (in particolare distributori della Grande Distribuzione organizzata e operatori - salumieri e macellai - compresi quelli del Normal Trade).
- Influencer

Obiettivo generale: la campagna promozionale è tesa a rafforzare la competitività, la riconoscibilità e la consapevolezza dei consumatori rispetto ai prodotti agroalimentari europei di qualità a marchio DOP/IGP sul mercato interno, in particolare sul mercato Germania.

Obiettivi specifici:

- Rafforzare la consapevolezza dei regimi di qualità dell'Unione sia in termini di aumento del livello di riconoscimento dei loghi DOP e IGP che di awareness sul significato dei loghi stessi e quindi dei meriti e dei valori che essi incarnano, esemplificati attraverso i prodotti protagonisti della campagna.
- Aumentare il consumo consapevole dei prodotti DOP e IGP testimonial della campagna e incrementare il livello di export attuale di tali prodotti in Germania.

Attività da svolgere

1. Ufficio Stampa
2. Sito web
3. Social media
4. Pubblicità su riviste trade
5. Pubblicità on-line su web e social media
6. Identità visiva e materiali di comunicazione
7. Partecipazione alla fiera "Food & Life" di Monaco
8. Sponsorizzazione all'evento "Supermarket Star"
9. Cene promozionali
10. Promozione nei punti vendita tramite degustazioni
11. Collaborazione / partnership con associazione di professionisti
12. Collaborazioni / partnership con influencer



13. Influencer Tour

14. Webinar per operatori

Durata del Programma

36 mesi (suddiviso in 3 fasi annuali)

Budget totale delle azioni comprensivo del fee Organismo esecutore per il quale viene indetto il Bando di gara

€ 1.814.561 iva esclusa, così suddivisi:

- € 699.756 per il 1° anno
- € 573.844 per il 2° anno
- € 540.961 per il 3° anno

3. Oggetto dell'appalto

3.1 Descrizione generale del servizio

Il servizio consiste nell'esecuzione di una parte del Programma di informazione e promozione.

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, comprensiva delle relazioni tecniche periodiche e della relazione tecnica finale e tutta la documentazione necessaria per la rendicontazione delle parti concordate del Programma.



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 veicolarli 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, sempre in coordinamento costante con i beneficiari.

3.2 Modalità di esecuzione

L'Organismo di esecuzione deve costituire e disporre, per la durata del contratto, un gruppo di lavoro, nel rispetto dei requisiti di partecipazione, che è incaricato di gestire e attuare parte del Programma. Tutte le attività del gruppo di lavoro, comprese la scelta delle società a cui subappaltare e i relativi preventivi di spesa, devono essere concordate, condivise e preventivamente approvate dall'Organismo appaltante, secondo tempistiche professionalmente accettabili.

L'aggiudicatario deve garantire 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 e con tutti i soggetti partner. Le decisioni e i temi trattati in tali riunioni dovranno risultare da appositi verbali redatti tempestivamente dall'Organismo esecutore e messi a conoscenza via mail e approvati dall'Organismo appaltante.

Il coordinamento delle attività e lo scambio di informazioni con l'Organismo appaltante possono avvenire mediante modalità differenti e articolate: contatti telefonici, riunioni, videochiamate, corrispondenza via e-mail, condivisione e scambio di materiali e documenti attraverso i sistemi di condivisione online. In ogni caso qualsiasi variazione nei piani di esecuzione rispetto a quanto precedentemente concordato dovrà essere previamente autorizzata dall'Organismo appaltante mediante atto scritto. È fatto divieto all'Organismo esecutore di cedere, in tutto o in parte, il servizio di esecuzione del Programma, a pena di nullità della cessione stessa.



Su richiesta dell'Organismo appaltante e per azioni che richiedono una spesa non inferiore a €29.000,00, l'Organismo esecutore dovrà presentare all'Organismo appaltante, con congruo anticipo, almeno due proposte con relativi preventivi di fornitori che siano in grado di garantire adeguati requisiti di capacità professionale ed economica e la realizzazione degli impegni assunti.

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 della parte del Programma. 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, conoscenza ed esperienza di attività svolte in relazione ai mercati del Paese 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. Deve inoltre prevedere un adeguato monitoraggio dei risultati.

L'Organismo esecutore assume la piena ed esclusiva responsabilità dei vari rapporti di lavoro che in alcun modo potranno essere ricondotti in capo all'Organismo appaltante; l'Organismo esecutore garantirà il pieno rispetto di tutti gli adempimenti contributivi e fiscali, nonché contrattuali in genere, impegnandosi altresì ad osservare tutte le norme in materia di sicurezza sul posto di lavoro ed ogni altro obbligo derivante dai predetti rapporti derivanti dalle vigenti disposizioni normative, sollevando l'Organismo appaltante da qualsiasi onere o responsabilità in merito.

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;
 - h) dare esecuzione al Programma che verrà redatto e controfirmato dalle parti, in ogni sua parte e nei modi e tempi ivi stabiliti, e previsti anche dalla Convenzione di Sovvenzione;
 - i) fornire tutta la documentazione richiesta dall'Organismo appaltante con particolare riferimento a preventivi (che dovranno essere sempre anticipati e preventivamente condivisi), contratti e documenti di spesa di eventuali fornitori di qualsivoglia attività collegata o facente parte di quelle previste dal Programma;
 - j) proporre sempre gli obiettivi quantitativi che si vogliono raggiungere con ogni determinata azione;
 - k) monitorare i risultati ex post fornendo la reportistica di supporto.

4. Durata del servizio

Il contratto relativo al servizio avrà per oggetto lo svolgimento delle attività indicate nel presente bando, 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 nei casi di inosservanza di quanto stabilito nel presente atto.

Il committente 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

Si riportano di seguito le attività programmate e il relativo budget (iva esclusa). Si precisa che non sono previsti spostamenti di budget né tra WP (Pacchetti di lavoro), né tra le attività.

Pacchetto di lavoro 2: PUBLIC RELATIONS		
Obiettivi		
<ul style="list-style-type: none"> Obiettivo 1: Rafforzare la consapevolezza dei regimi di qualità dell'Unione 		
Attività (cosa, come, dove) e divisione del lavoro		
Compito n.	Denominazione del compito	Descrizione
2.1	ATTIVITÀ DI PR: Ufficio stampa	<p>L'ufficio stampa gestirà i rapporti con i media per coinvolgerli e informarli sulle tematiche del Programma, affinché possano essere portavoce e catalizzatori di informazioni corrette e precise verso i consumatori. L'azione prevedrà:</p> <ul style="list-style-type: none"> - la creazione e negli anni successivi l'aggiornamento database di contatti stampa - la creazione di press kit approfondito; - la compilazione di un piano editoriale annuale coordinato rispetto alle attività previste; - la stesura di comunicati stampa sulle iniziative previste dal progetto, i messaggi della campagna relativi ai marchi di qualità dei prodotti europei. - la redazione dei testi per i contenuti redazionali previsti su portali di informazione online dedicati ai consumatori. <p>Il recall post invio dei comunicati e l'attività costante di PR porteranno grande risalto sui media. Sarà previsto il monitoraggio quotidiano della rassegna stampa, realizzato tramite tool di media monitoring online e offline che permetteranno anche l'analisi e</p>

		l'elaborazione degli obiettivi.		
Prodotti/servizi da fornire e sottotale attività				
Calendario		ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire		<i>1 mailing list 10 comunicati stampa</i>	<i>Aggiornamento mailing list 10 comunicati stampa</i>	<i>Aggiornamento mailing list 10 comunicati stampa</i>
Subtotale attività		<u>50.050 €</u>	<u>47.850 €</u>	<u>47.850 €</u>

Pacchetto di lavoro 2: PUBLIC RELATIONS				
Obiettivi				
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Obiettivo 1: Rafforzare la consapevolezza dei regimi di qualità dell'Unione 				
Attività (cosa, come, dove) e divisione del lavoro				
Compito n.	Denominazione del compito	Descrizione		
2.2	ATTIVITÀ DI PR: Collab orazion e con influen cer	Un gruppo di 6 influencer (tra i 100mila ed i 500mila followers), fidelizzati nel corso delle diverse attività di progetto (The EU Quality Digital Crew) saranno i protagonisti dei contenuti creati online per la campagna. Ogni anno verrà prevista un'ampia gamma di contenuti principali (3 l'anno per ogni influencer): post, ricette, videointerviste, pillole informative e secondari come stories e unboxing legati a ricorrenze particolari, che verranno postati sia sui canali di riferimento degli influencer (sito web, Instagram, Facebook) sia sui canali della campagna.		
Prodotti/servizi da fornire e sottotale attività				
Calendario		ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire		<i>6 collaborazioni con influencer</i>	<i>6 collaborazioni con influencer</i>	<i>6 collaborazioni con influencer</i>
Subtotale attività		<u>48.796 €</u>	<u>43.296 €</u>	<u>43.296 €</u>

Pacchetto di lavoro 2: PUBLIC RELATIONS				
Obiettivi				
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Obiettivo 1: Rafforzare la consapevolezza dei regimi di qualità dell'Unione 				
Attività (cosa, come, dove) e divisione del lavoro				
Compito n.	Denominazione del compito	Descrizione		
2.3	EVENTI STAMPA: Influencer Tour	Nel progetto, verranno previsti dei tour nei territori di produzione dei proponenti, per blogger e influencer che svilupperanno sui loro canali online uno racconto corale della campagna e dei suoi valori ognuno secondo il proprio stile, condiviso dai canali social della campagna, grazie a post, reel e stories. Nel progetto verranno previsti l'anno I e II un tour della durata di 4 giorni per 6 blogger. Il tour verrà realizzato in autunno e si svilupperà nelle regioni maggiormente rappresentative dei prodotti testimonial della campagna (Lombardia ed Emilia-Romagna).		

Prodotti/servizi da fornire e sottotale attività			
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	<i>1 influencer Tour</i>	<i>1 influencer Tour</i>	
Subtotale attività	<u>18.532 €</u>	<u>18.532 €</u>	

Pacchetto di lavoro 3: SITO WEB SOCIAL			
Obiettivi			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Obiettivo 1: Rafforzare la consapevolezza dei regimi di qualità dell'Unione ▪ Obiettivo 2: Aumentare il consumo consapevole e l'export in Germania 			
Attività (cosa, come, dove) e divisione del lavoro			
Compito n.	Denominazione del compito	Descrizione	
3.1	SITO WEB	All'inizio dell'anno 1 verrà creato il sito web istituzionale della campagna, in lingua tedesca e con dominio .eu. strutturato con informazioni dettagliate sul progetto, sui prodotti, con un focus sui valori nutrizionali, sui territori e sui metodi di produzione, sulle organizzazioni proponenti, e una sezione news ed eventi in cui sarà possibile seguire l'evoluzione della campagna e delle attività. Ci saranno poi 3 sezioni specifiche e in continuo aggiornamento, una dedicata alla UE Quality Digital Crew in cui saranno presentati i profili degli influencer e saranno linkati tutti i contenuti sui diversi canali; una sezione per i consumatori con ricette e serving tips in cui saranno evidenziati consigli anti-spreco e abbinamenti utili a promuovere un consumo bilanciato e l'utilizzo di prodotti a marchio di qualità e sarà possibile vedere le webseries. Ci sarà poi una sezione B2B per il trade (buyer e distributori) e per gli operatori impiegati nel settore dedicata alle iniziative a loro dedicate nel progetto e con un'area download per scaricare il materiale, tra cui la versione digitale del booklet, e il link ai video webinar in collaborazione con l'associazione di professionisti Fleischerhandwerks.	
Prodotti/servizi da fornire e sottotale attività			
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	<i>1 sito web in lingua tedesca</i>	<i>Animazione costante sito web</i>	<i>Animazione costante sito web</i>
Subtotale attività	<u>16.203 €</u>	<u>7.678 €</u>	<u>7.678 €</u>

Pacchetto di lavoro 3: SITO WEB SOCIAL			
Obiettivi			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Obiettivo 1: Rafforzare la consapevolezza dei regimi di qualità dell'Unione ▪ Obiettivo 2: Aumentare il consumo consapevole e l'export in Germania 			
Attività (cosa, come, dove) e divisione del lavoro			
Compito n.	Denominazione del compito	Descrizione	
3.2	SOCIAL MEDIA	Dal mese 5 (e fino a fine progetto) verrà strutturata la presenza della campagna sulle principali piattaforme social su cui sono presenti i target di progetto: Instagram, Facebook e YouTube per raggiungerli nella quotidianità, grazie ad una social media strategy omnicanale che comprenderà post informativi statici (come descrizioni prodotto o ricette), video tra cui le puntate della web series, la condivisione dei contenuti creati dalla EU Quality Digital Crew e degli spunti presenti sul sito web, il tutto organizzato secondo un calendario editoriale ben preciso che servirà anche da base di partenza per la calendarizzazione dell'online adv. Vista la molteplicità di punti di contatto sarà molto importante la gestione dell'interazione attraverso una quotidiana gestione della community e dell'engagement e un altrettanto puntuale analisi dei KPI. Oltre al coinvolgimento della digital crew andrà poi prevista un'attività continuativa di digital PR.	
Prodotti/servizi da fornire e sottotale attività			
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	<i>1 profilo Instagram 1 pagina Facebook 1 account YouTube Animazione costante dei canali online</i>	<i>Animazione costante dei canali online</i>	<i>Animazione costante dei canali online</i>
Subtotale attività	<u>35.530 €</u>	<u>35.530 €</u>	<u>35.530 €</u>

Pacchetto di lavoro 4: ADVERTISING			
Obiettivi			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Obiettivo 1: Rafforzare la consapevolezza dei regimi di qualità dell'Unione ▪ Obiettivo 2: Aumentare il consumo consapevole e l'export in Germania 			
Attività (cosa, come, dove) e divisione del lavoro			
Compito n.	Denominazione del compito	Descrizione	
4.1	PUBBLICITÀ STAMPA: Riviste di settore	Saranno realizzate pubblicità cartacee su riviste specializzate del settore agroalimentare che parlino della campagna, delle caratteristiche, della qualità dei prodotti testimonial e delle loro certificazioni con un accento professionale e qualificato. Tra le riviste proposte ci sono quelle del gruppo LZ: LEBENSMITTEL ZEITUNG dedicato agli operatori della grande distribuzione, LZ Direkt dedicato al retail e Fleisher-Handwerk. L'advertising stampa sarà concentrato nei mesi precedenti l'attività nei POS.	

Prodotti/servizi da fornire e sottotale attività			
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	<i>1 tabellare su LEBENSMITTEL ZEITUNG/LZ Direkt 1 tabellare su Fleisher- Handwerk</i>	<i>1 tabellare su LEBENSMITTEL ZEITUNG/LZ Direkt 1 tabellare su Fleisher- Handwerk</i>	<i>1 tabellare su LEBENSMITTEL ZEITUNG/LZ Direkt 1 tabellare su Fleisher- Handwerk</i>
Subtotale attività	<u>37.400 €</u>	<u>37.400 €</u>	<u>37.400 €</u>

Pacchetto di lavoro 4: ADVERTISING		
Obiettivi		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Obiettivo 1: Rafforzare la consapevolezza dei regimi di qualità dell'Unione ▪ Obiettivo 2: Aumentare il consumo consapevole e l'export in Germania 		
Attività (cosa, come, dove) e divisione del lavoro		
Compito n.	Denominazione del compito	Descrizione
4.2	PUBBLICITÀ ONLINE	<p>L'animazione organica dei canali social e del sito web sarà accompagnata dal mese 6 fino a fine progetto, da una campagna pubblicitaria online declinata su diverse piattaforme e canali a seconda della tipologia di messaggio e di target.</p> <p>Facebook, Instagram e Google Ads: la sponsorizzazione di banner, slideshow, video (webseries) e post a partire dai canali social di progetto servirà ad aumentare la consapevolezza sui messaggi della campagna, aumentare l'audience dei suoi canali social; portare traffico qualificato al sito e visualizzazioni alle webseries.</p> <p>Proximity advertising: in concomitanza con le attività nei punti vendita verrà attivata una campagna di display advertising su portali e applicazioni mobile geotargettizzata nelle vicinanze dei punti vendita così da promuovere, attraverso mirate Call to Action, la partecipazione alle promozioni nei POS.</p> <p>Native advertorial: verranno realizzati, in collaborazione con portali per consumatori, contenuti redazionali di approfondimento sui prodotti testimonials e sulle certificazioni che li contraddistinguono.</p> <p>Sul portale LZ verrà attivata una campagna di advertising allo scopo di portare gli operatori alla sezione dedicata del portale web di progetto e approfondire le informazioni e le iniziative a loro dedicate, soprattutto in vista delle attività nei punti vendita e della collaborazione con l'associazione di professionisti Fleischerhandwerks.</p>

Prodotti/servizi da fornire e sottotale attività			
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	<i>1 campagna di Facebook e Instagram ads 1 campagna Google ads 3 spazi sul portale LZ 1 campagna di proximity advertising 3 Native advertorial su portali per consumatori</i>	<i>1 campagna di Facebook e Instagram ads 1 campagna Google ads 3 spazi sul portale LZ 1 campagna di proximity advertising 3 Native advertorial su portali per consumatori</i>	<i>1 campagna di Facebook e Instagram ads 1 campagna Google ads 3 spazi sul portale LZ 1 campagna di proximity advertising 3 Native advertorial su portali per consumatori</i>
Subtotale attività	<u>66.220 €</u>	<u>60.830 €</u>	<u>60.830 €</u>

Pacchetto di lavoro 5: STRUMENTI DI COMUNICAZIONE			
Obiettivi			
<ul style="list-style-type: none"> Obiettivo 1: Rafforzare la consapevolezza dei regimi di qualità dell'Unione 			
Attività (cosa, come, dove) e divisione del lavoro			
Compito n.	Denominazione del compito	Descrizione	
5.1	PUBBLICAZIONI	<p>Verrà elaborata un'identità visiva con claim, logo e visual con l'obiettivo di rendere facilmente riconoscibile la campagna, catturare l'attenzione del pubblico e facilitare la trasmissione dei messaggi. Nello specifico i materiali prodotti saranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> - flyer per i consumatori in tedesco da distribuire nella GDO che riporteranno il visual della campagna, brevi cenni sull'iniziativa e i riferimenti online (sito web e social). - booklet per operatori da utilizzare durante gli eventi con contenuti dedicati alla campagna, ai suoi obiettivi, ai regimi DOP/IGP. Ad ogni prodotto sarà poi dedicata una scheda con dati specifici su produzione, caratteristiche nutrizionali e sui formati disponibili così da essere uno strumento il più possibile utile a buyer e retailer. - la produzione di gadget servirà infine nelle occasioni di contatto diretto, sia con operatori che soprattutto con i consumatori e avrà un ruolo importante durante gli unboxing degli influencer dove i gadget saranno protagonisti insieme ai prodotti per promuovere e rendere visibile e memorabile l'immagine della campagna. 	
Prodotti/servizi da fornire e sottotale attività			
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	<i>100.000 flyer 600 booklet 20.000 gadget per consumatori 1.700 gadget per operatori, giornalisti e influencer</i>	<i>100.000 flyer 600 booklet 20.000 gadget per consumatori</i>	<i>100.000 flyer 600 booklet 20.000 gadget per consumatori</i>
Subtotale attività	<u>58.986 €</u>	<u>30.736 €</u>	<u>30.736 €</u>

Pacchetto di lavoro 5: STRUMENTI DI COMUNICAZIONE			
Obiettivi			
<ul style="list-style-type: none"> Obiettivo 1: Rafforzare la consapevolezza dei regimi di qualità dell'Unione nei consumatori 			
Attività (cosa, come, dove) e divisione del lavoro			
Compito n.	Denominazione del compito	Descrizione	
5.2	VIDEO: Web Series	<p>La webserie sarà una breve storia audiovisiva (fiction web-nativa), serializzata in 9 "webisodi", racchiusi sotto un unico titolo e accomunati da una narrazione orizzontale che tramite le vicende di 3 personaggi fissi, promuoverà i messaggi della campagna, la valorizzazione dei marchi di qualità e di un consumo bilanciato dei prodotti testimonial della campagna. Gli episodi della durata di circa 1 minuto e mezzo saranno appositamente concepiti per essere distribuiti esclusivamente online (Instagram, Facebook e YouTube). La serie verrà prodotta tra il mese 5 e 7 e sarà presentata durante l'evento di lancio a Berlino.</p>	
Prodotti/servizi da fornire e sottotale attività			

Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	9 episodi della webseries		
Subtotale attività	<u>71.301 €</u>		

Pacchetto di lavoro 6: EVENTI			
Obiettivi			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Obiettivo 1: Rafforzare la consapevolezza dei regimi di qualità dell'Unione ▪ Obiettivo 2: Aumentare il consumo consapevole e l'export in Germania 			
Attività (cosa, come, dove) e divisione del lavoro			
Compito n.	Denominazione del compito	Descrizione	
6.1	FIERE: Food&Life Monaco	La campagna sarà presente alla manifestazione FOOD & LIFE, che si tiene a Monaco ogni marzo e novembre, con uno spazio espositivo che potrà essere utilizzato per organizzare tasting dei prodotti e per distribuire materiale e gadget grazie alla presenza di personale dedicato allo stand. All'interno del convention center sarà poi prevista l'organizzazione di show-cooking in collaborazione con gli ambassador di progetto. La partecipazione è prevista tutte e tre le annualità nell'edizione invernale, la più frequentata in termini di presenze (circa 70.000 al solo Food&Life).	
Prodotti/servizi da fornire e subtotale attività			
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	1 stand al Food&Life	1 stand al Food&Life	1 stand al Food&Life
Subtotale attività	<u>35.030 €</u>	<u>35.030 €</u>	<u>35.030 €</u>

Pacchetto di lavoro 6: EVENTI			
Obiettivi			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Obiettivo 1: Rafforzare la consapevolezza dei regimi di qualità dell'Unione ▪ Obiettivo 2: Aumentare il consumo consapevole e l'export in Germania 			
Attività (cosa, come, dove) e divisione del lavoro			
Compito n.	Denominazione del compito	Descrizione	
6.2	SPONSORIZZAZIONE DI EVENTI	Il Supermarket Star è il grande evento della GDO tedesca, organizzato da Lebensmittel Zeitung ogni giugno, la stessa testata tedesca con cui si stringerà una partnership per l'attività di adv. All'evento partecipano oltre 500 decision-makers della grande distribuzione tedesca e si divide in 2 momenti principali: una giornata dedicata a momenti di formazione (che vede fra i relatori i maggiori esponenti delle principali insegne in Germania) e B2B in cui la campagna sarà presente con corner informativo aperto alle aziende associate alle OP e ai loro importatori nel paese, così che possano incontrare gli operatori e una cerimonia serale maggiormente dedicata alle PR in cui verranno proposti nel menu anche i prodotti testimonial. Oltre alla presenza live, la campagna sarà presente anche sui materiali di comunicazione online dell'evento.	
Prodotti/servizi da fornire e subtotale attività			

Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	<i>1 sponsorizzazione del Supermarket star</i>	<i>1 sponsorizzazione del Supermarket star</i>	<i>1 sponsorizzazione del Supermarket star</i>
Subtotale attività	<u>28.815 €</u>	<u>28.815 €</u>	<u>28.815 €</u>

Pacchetto di lavoro 6: EVENTI			
Obiettivi			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Obiettivo 1: Rafforzare la consapevolezza dei regimi di qualità dell'Unione ▪ Obiettivo 2: Aumentare il consumo consapevole e l'export in Germania 			
Attività (cosa, come, dove) e divisione del lavoro			
Compito n.	Denominazione del compito	Descrizione	
6.3	ALTRI EVENTI: Cene promozionali	Il primo anno, per segnare l'inizio delle attività in Germania, verrà realizzata a Berlino una Gala Dinner dedicata ad un variegato parterre di media, influencer e intermediari commerciali per raggiungere gli opinion maker e presentare gli obiettivi e le attività del programma. L'evento riunirà circa 40 tra i più importanti esponenti del panorama alimentare tedesco, tra cui anche alcuni degli ambassador della EU Quality Digital Crew, che inizieranno lì ufficialmente la loro attività. Avrà lo scopo di presentare la campagna e i relativi obiettivi, stringere nuovi rapporti, consolidare quelli già in essere e porre così le basi per le future attività di progetto. Il secondo anno invece verrà organizzato un evento minore per circa 25 ospiti a Monaco di Baviera in concomitanza con la partecipazione al Food&Life. Gli chef dei ristoranti stellati e di prestigio coinvolti per l'occasione elaboreranno uno speciale menu avente per protagonisti i prodotti testimonials della campagna. Ogni evento si comporrà di una prima parte informativa e promozionale introdotta dai rappresentanti del proponente, cui seguirà quindi una cena di alto livello che permetterà di unire l'attività di PR alla degustazione del prodotto testimonial in chiave contemporanea.	
Prodotti/servizi da fornire e subtotale attività			
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	<i>1 cena promozionale</i>	<i>1 cena promozionale</i>	
Subtotale attività	<u>19.097 €</u>	<u>14.351 €</u>	

Pacchetto di lavoro 7: PROMOZIONE NEI PUNTI VENDITA			
Obiettivi			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Obiettivo 2: Aumentare il consumo consapevole e l'export in Germania 			
Attività (cosa, come, dove) e divisione del lavoro			
Compito n.	Denominazione del compito	Descrizione	
7.1	GIORNATE DI DEGUSTAZIONE	Verrà realizzato nei punti vendita della GDO uno spazio allestito con un desk che riprenda il visual della campagna con personale formato ad hoc per distribuire il materiale informativo, far assaggiare il prodotto, ma soprattutto guidare i consumatori verso scelte di acquisto consapevoli. L'attività di promozione si terrà nelle principali catene della grande distribuzione come REWE ed EDEKA e si concentrerà nei mesi	

	autunnali nelle principali città del paese e in particolare Berlino, Monaco, Colonia, Dusseldorf, Lipsia e prevedrà il coinvolgimento di circa 105 punti vendita per almeno 2 giorni. In questo modo si stima di raggiungere con 210 giorni di promozione l'anno circa 70.000 consumatori.		
Prodotti/servizi da fornire e sottotale attività			
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	<i>210 giornate di degustazione nei punti vendita</i>	<i>210 giornate di degustazione nei punti vendita</i>	<i>210 giornate di degustazione nei punti vendita</i>
Sottotale attività	<u>181.365 €</u>	<u>181.365 €</u>	<u>181.365 €</u>

Pacchetto di lavoro 8: ALTRE ATTIVITÀ			
Obiettivi			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Obiettivo 1: Rafforzare la consapevolezza dei regimi di qualità dell'Unione 			
Attività (cosa, come, dove) e divisione del lavoro			
Compito n.	Denominazione del compito	Descrizione	
8.1	ALTRO: Collaborazione con associazioni di professionisti	La campagna prevede di attivare un canale diretto di comunicazione anche con i macellai/salumieri attivando una partnership ogni anno con la principale Associazione di professionisti tedesca, Fleischerhandwerks. La partnership vedrà la campagna inserirsi come partner dell'associazione sui diversi materiali di comunicazione, soprattutto online e prevederà l'organizzazione ogni anno 3 webinar dedicati agli associati. Ciascuno si comporrà di un'introduzione sulla campagna e i suoi obiettivi da parte di un rappresentante dei Consorzi e della partecipazione di 2 relatori esperti che potranno offrire un supporto diretto nella promozione di un consumo bilanciato dei prodotti e suggerimenti utili a comunicare ai consumatori i messaggi di qualità, tradizionalità, sicurezza, sostenibilità della campagna. I webinar saranno inoltre registrati e resi disponibili sul sito web della campagna così da poter essere visionati on-demand.	
Prodotti/servizi da fornire e sottotale attività			
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	<i>1 partnership con Fleischerhandwerks 3 webinar per operatori</i>	<i>1 partnership con Fleischerhandwerks 3 webinar per operatori</i>	<i>1 partnership con Fleischerhandwerks 3 webinar per operatori</i>
Sottotale attività	<u>32.431 €</u>	<u>32.431 €</u>	<u>32.431 €</u>

CRONOPROGRAMMA

WP	MESI																																						
	M 1	M 2	M 3	M 4	M 5	M 6	M 7	M 8	M 9	M 10	M 11	M 12	M 13	M 14	M 15	M 16	M 17	M 18	M 19	M 20	M 21	M 22	M 23	M 24	M 25	M 26	M 27	M 28	M 29	M 30	M 31	M 32	M 33	M 34	M 35	M 36			
wp 2.1																																							
wp 2.2																																							
wp 2.3																																							
wp 3.1																																							
wp 3.2																																							
wp 4.1																																							
wp 4.2																																							
wp 5.1																																							
wp 5.2																																							
wp 6.1																																							
wp 6.2																																							
wp 6.3																																							
wp 7.1																																							
wp 8.1																																							

INDICATORI DI REALIZZAZIONE E DI RISULTATO DEL PROGETTO

Si riporta la tabella indicatori di realizzazione e di risultato inseriti nella proposta progettuale. Tale tabella di indicatori deve essere di riferimento nella predisposizione dell'offerta tecnica che deve contenere indicazione dei KPI attesi, in quanto il programma di promozione alla conclusione dei tre anni dovrà conseguire i risultati di seguito indicati:

Output and results indicators		
WP	Indicatori di realizzazione	Indicatori di risultato
Work package 2	1 mailing list 30 comunicati stampa 6 collaborazioni con influencer attivate	3.000 contatti di giornalisti nella mailing list 600 articoli non a pagamento online e offline 6.000.000 utenti raggiunti dai contenuti

	consecutivamente x 3 anni 2 influencer tour	2.000.000 utenti raggiunti dai contenuti dei tour
Work package 3	1 sito web 1 profilo Instagram 1 pagina Facebook 1 account YouTube	30.000 visitatori del sito 3.000 follower su Instagram 21.000 follower su Facebook 15.000 reazioni positive sui social 60.000 visualizzazioni medie della webseries
Work package 4	3 tabellari sui magazine del gruppo LZ 3 tabellari su Fleisher-Handwerk 3 campagna di Facebook e Instagram ads 3 campagna Google ads 9 spazi sul portale web LZ 3 campagna di proximity advertising 9 Native advertorial su portali per consumatori	59.000 operatori raggiunti dall'adv stampa 90.000 operatori ed esperti del settore raggiunti online 27.000.000 consumatori raggiunti con l'advertising online
Work package 5	300.000 flyer 1.800 booklet 60.000 gadget per consumatori 1.700 gadget per operatori, giornalisti e influencer 9 episodi della webseries	100% di distribuzione del materiale 60.000 visualizzazioni medie di ogni episodio della webseries
Work package 6	3 stand al Food&Life 3 sponsorizzazioni del Supermarket star 2 cene promozionali	7.500 persone raggiunte in fiera 1.500 operatori raggiunti al Supermarketstar 65 ospiti alle cene promozionali
Work package 7	630 giorni di degustazione nei POS	210.000 consumatori raggiunti dalla promozione nei POS
Work package 8	3 partnership annuali con Fleischerhandwerks 9 webinar per operatori	900 operatori formati

PROCEDURA DI SCELTA DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE DEL PROGRAMMA

6. Requisiti per la partecipazione alla gara

a) 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.

b) Requisiti di capacità economica e finanziaria

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

- deve aver realizzato, nel triennio 2020-2021-2022, un fatturato globale complessivamente non inferiore a Euro 1.500.000,00 in lettere: (Euro un milione e mezzo/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'impresa.



c) Requisiti di capacità tecnica e professionale

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

- aver realizzato, nel triennio 2020-2021-2022, servizi analoghi a quelli oggetto della gara per un importo non inferiore complessivamente a € 1.200.000 (in lettere: Euro unmilione duecentomila /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;
- 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'impresе 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. Criteri di aggiudicazione

L'appalto è aggiudicato sulla base delle capacità e della comprovata esperienza in termini di promozione e internazionalizzazione, tenendo sempre in considerazione il miglior rapporto qualità/prezzo, sulla base dei seguenti criteri:

1) QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA: max punti 50	TOTALE PUNTEGGIO ATTRIBUIBILE: max punti 100
2) ESPERIENZE PREGRESSE NELLA REALIZZAZIONE DI ATTIVITA' SIMILI (in particolare in presenza di cofinanziamento pubblico) E RELATIVI RISULTATI RAGGIUNTI: max punti 24	
3) CONOSCENZA DEL MERCATO DI RIFERIMENTO: max punti 11	
4) OFFERTA ECONOMICA: max punti 15	

Per l'assegnazione del punteggio vengono stabiliti i seguenti criteri con relativi sotto criteri.

OFFERTA TECNICA: MASSIMO 50 PUNTI		
Elemento di valutazione	Criterio motivazionale	Punteggio massimo
a. STRATEGIA COMPLESSIVA e PROPOSTE GRAFICHE	Esecuzione delle azioni: descrizione delle modalità operative utilizzate per la prestazione dei servizi e relativa coerenza con le finalità e gli obiettivi del Programma; adeguatezza e conformità degli output offerti rispetto a quelli previsti dal capitolato tecnico.	Fino a 15 punti
	Adeguatezza dei meccanismi di controllo per monitorare la corretta esecuzione economico-finanziaria del progetto	Fino a 9 Punti
	Qualità dell'articolazione della proposta complessiva e coerenza del concept di comunicazione e della strategia creativa con il Programma adatti a garantire il raggiungimento e la massimizzazione degli obiettivi fissati nel Programma.	Fino a 10 punti
	Creatività nell'ideazione di almeno 2 proposte di identità visiva del Programma e appeal del suo impatto visivo.	Fino a 8 punti
Punteggi massimi attribuibili		42
b. SERVIZI EXTRA	Servizio di magazzino e logistica per la spedizione del prodotto relativo agli eventi progettuali.	Fino a 3 punti
	Altri servizi aggiuntivi.	Fino a 2 punti



	Servizio di back-office attivo 5 giorni la settimana.	Fino a 3 punti
	Punteggi massimi attribuibili	8

ESPERIENZE PREGRESSE NELLA REALIZZAZIONE DI ATTIVITA' SIMILI E RELATIVI RISULTATI RAGGIUNTI: MASSIMO 24 PUNTI		
Elemento di valutazione	Criterio motivazionale	Punteggio Massimo
ESPERIENZE PREGRESSE e RELATIVO APPROCCIO METODOLOGICO	Esperienza in gestione e organizzazione di attività ed eventi di comunicazione e promozione, come quelle descritte nel bando, con particolare attenzione al mercato tedesco.	Fino a 11 punti
	Evidenziazione dei risultati raggiunti, da cui si evinca l'orientamento al ROI.	Fino a 13 punti
	Punteggi massimi attribuibili	24

CONOSCENZA DEL MERCATO DI RIFERIMENTO: MASSIMO 11 PUNTI		
Elemento di valutazione	Criterio motivazionale	Punteggio Massimo
CONOSCENZA DEL MERCATO DI RIFERIMENTO	Conoscenza del mercato tedesco e valutazione dei rapporti esistenti con i referenti sul territorio.	Fino a 11 punti
	Punteggi massimi attribuibili	11

La valutazione delle offerte tecniche verrà effettuata da una Commissione di valutazione nominata successivamente alla data di presentazione delle offerte. La Commissione valuterà ogni offerta tecnica, assegnando per ogni sottocriterio un coefficiente di natura qualitativa:

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
------------------------	-----

OFFERTA ECONOMICA: MASSIMO 15 PUNTI		
Elemento di valutazione	Criterio motivazionale	Punteggio massimo
OFFERTA ECONOMICA	<u>Analisi economica:</u> Analisi di economicità delle iniziative proposte, secondo i prezzi di mercato.	Fino a 7 punti
	<u>Onorario:</u> Valutazione della congruità dell'onorario, espresso in giornate/uomo, richiesto 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:

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

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:

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

dove:



Onorario % minimo: è la percentuale dell'onorario relativo all'offerta economica per l'onorario dell'operatore economico offerente 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.

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 esperienze pregresse + punteggio conoscenza dei mercati di riferimento + 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 anche dell'offerta tecnica l'appalto sarà aggiudicato al concorrente che avrà riportato il maggior punteggio nell'offerta economica. 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 Cacciatore Italiano procederà all'aggiudicazione anche nel caso in cui venga presentata



un'unica offerta valida, purché congrua.

In applicazione dell'art.95, comma 12, del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i. 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 Cacciatore Italiano (www.salamecacciatore.it).

8. Presentazione

a) 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 via PEC**. Per l'invio della proposta si consiglia eventualmente di mettere a disposizione un link di Wetransfer al quale poter accedere per scaricare la documentazione, assicurandosi che sia valido fino alla data di apertura delle buste. Il materiale verrà messo a disposizione, nel momento opportuno, del Comitato di valutazione che verrà nominato per svolgere le attività di selezione.

I file relativi alla documentazione dovranno essere raggruppati in 3 (tre) cartelle – PEC A, PEC B, PEC C, attraverso 3 diversi messaggi di posta elettronica certificata – così individuabili dalla descrizione riportata nel campo “oggetto”:

PEC A - documentazione amministrativa, che dovrà contenere:

- domanda di partecipazione alla procedura secondo il modello di cui all'Allegato A, compilata e firmata dal legale rappresentante;
- le dichiarazioni richieste secondo il modello di cui all'Allegato B, compilato e firmato dal legale rappresentante;
- documento di identità in corso di validità del/dei sottoscrittore/i;
- dichiarazione dell'Istituto Bancario di possesso dei mezzi finanziari necessari per garantire l'esecuzione delle azioni previste dal Programma (idonee referenze bancarie);
- visura CCIAA oppure iscrizione in un registro commerciale tenuto nello Stato membro in cui l'operatore economico ha sede;
- copia dell'ultimo bilancio approvato e/o dichiarazione IVA.



PEC B - offerta tecnica, esperienze pregresse e conoscenza dei mercati 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, ESPERIENZE PREGRESSE E CONOSCENZA DEI MERCATI- PEC B;
- b) CV del/degli operatore/i economico/i interessato/i alla partecipazione alla Procedura di selezione ed alla presentazione dell'offerta (CV aziendale);
- c) CV del personale impiegato.

PEC C - offerta economica, che dovrà contenere:

- a) 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;
- b) la tabella riassuntiva finale da fornire in formato pdf e in formato excel.

Nelle sezioni successive (Modalità di predisposizione dell'offerta tecnica, esperienze pregresse e conoscenza dei mercati 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 copiabile - a mezzo PEC, a cura del partecipante alla gara entro e non oltre le ore 09.30 del giorno 18/12/2023.

L'invio delle candidature rimane ad esclusivo rischio del mittente ove, per qualsiasi motivo, non giunga a destinazione entro il suddetto termine perentorio. Solo per gli operatori aventi sede all'estero (e non dotati di PEC) sarà accettato l'invio all'indirizzo:

progetto1144@salamecacciatore.it

Tutti i documenti dovranno essere sottoscritti dal legale rappresentante dell'operatore economico partecipante alla Procedura di selezione; nel caso di raggruppamento temporaneo già costituito 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: cacciatore@promopec.it

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

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

NON APRIRE - BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE IN GERMANIA.

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

- PEC A - documentazione amministrativa
- PEC B - offerta tecnica, esperienze pregresse e conoscenza del mercato
- PEC C - offerta economica.

b) Modalità di apertura delle offerte

La **Commissione di valutazione**, organo che verrà creato appositamente dopo il termine di presentazione delle candidature, per la valutazione e selezione delle proposte pervenute, si riunirà in data **18/12/2023 alle ore 14:00** al fine di espletare le procedure di selezione.

L'apertura del contenuto della PEC A - contenente la documentazione amministrativa dei partecipanti alla Gara di selezione, al fine della loro ammissione alla gara stessa – verrà realizzata in sessione pubblica attraverso piattaforma telematica. A tale sessione potrà assistere su richiesta a mezzo PEC il rappresentante legale di ognuna delle agenzie/operatori economici partecipanti, presentando un documento di riconoscimento o un suo incaricato munito di delega.

Successivamente si procederà, in sessione privata, alla valutazione delle Proposte tecniche (PEC B) e delle Proposte economiche (PEC C).

I lavori della Commissione di valutazione saranno adeguatamente verbalizzati con indicazione delle motivazioni a sostegno delle valutazioni effettuate.

Sarà data tempestiva comunicazione a tutti i partecipanti sull'esito della Gara di Selezione, a mezzo PEC con le relative motivazioni. I risultati verranno anche pubblicati sul sito www.salamecacciatore.it, entro il 22/12/2023. Inoltre, si procederà con la pubblicazione tempestiva



degli esiti sul portale TED, versione online del supplemento alla Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea, dedicato agli appalti pubblici europei.

Eventuali domande e/o richieste di chiarimenti per la presentazione dell'offerta dovranno essere avanzate **ESCLUSIVAMENTE** per iscritto a mezzo PEC (inviate all'indirizzo cacciatore@promopec.it e, solo per gli operatori aventi sede all'estero e non dotati di PEC, sarà accettato l'invio all'indirizzo progetto1144@salamecacciatore.it) alla C.A. di Serena Al Labban; le risposte saranno fornite esclusivamente per iscritto. Non saranno prese in considerazione eventuali richieste verbali o inoltrate con modalità diverse da quella indicata.

9. Documenti di gara

a) 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 dell'Organismo appaltante, 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 tre 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.

b) Modalità di predisposizione dell'offerta tecnica, esperienze pregresse e conoscenza del mercato – PEC B

a) Presentazione dell'operatore economico

L'operatore economico che parteciperà alla Gara di Selezione dovrà fornire il proprio CV aziendale riportando le esperienze maturate, evidenziando i risultati raggiunti, nel settore della promozione/informazione su prodotti agricoli di qualità o in settori analoghi e affini, esperienza nella realizzazione di eventi e attività promozionali, attività di PR e Ufficio Stampa, elaborazione materiale promozionale/informativo, gestione siti web e social media. In questo ambito dovranno essere fornite informazioni volte a evidenziare la conoscenza del mercato tedesco. L'operatore dovrà indicare per ogni punto sottoelencato le proprie iniziative e relative modalità di esecuzione e



raggiungimento dei risultati.

Dovrà fornire anche una presentazione del gruppo di lavoro, con descrizione dettagliata delle figure professionali impiegate e delle loro competenze allegando i curriculum vitae.

b) Dettaglio delle attività

L'operatore dovrà indicare per ogni attività prevista da progetto sopra descritta, le relative modalità di esecuzione. Per il periodo di attuazione del programma, è prevista la realizzazione di una serie di output minimi richiesti per ciascuna settore di attività. I concorrenti hanno facoltà di presentare in sede di offerta tecnica una proposta che preveda la realizzazione di un numero maggiore di output, a condizione che la conseguente offerta economica rientri obbligatoriamente entro i limiti determinati dal Capitolato tecnico. Si ricorda che le informazioni riportate per ogni singola attività/iniziativa verranno confrontate con i relativi costi riportati nella Offerta economica - Busta C, per valutarne l'economicità e congruità.

c) Presentazione proposta grafica e del concept e loro coerenza con il piano delle attività proposte

L'operatore economico che parteciperà alla Gara di Selezione dovrà presentare almeno 2 proposte grafiche del concept che siano coerenti con il contenuto dei messaggi promozionali e con il piano delle attività, adatti a garantire il raggiungimento degli obiettivi fissati nel Programma.

d) Descrizione dell'approccio metodologico

L'operatore economico che parteciperà alla Gara di Selezione dovrà fornire una descrizione delle modalità di esecuzione delle azioni, per la prestazione dei servizi e relativa coerenza con le finalità e con gli obiettivi della campagna, la descrizione dei meccanismi di monitoraggio e la presentazione delle eventuali attività/servizi extra e di assistenza forniti.

9.3 Modalità di predisposizione dell'offerta economica – PEC C

Offerta economica

Come indicato nella sezione “modalità di presentazione delle proposte”, la busta C dovrà contenere:

- piano finanziario dettagliato per ogni attività da fornire in formato PDF
- tabella riassuntiva finale da fornire in formato PDF e in formato EXCEL

Il **Piano finanziario** formerà l'offerta economica, sulla base della quale verrà valutato il prezzo della proposta presentata e la sua adeguatezza rispetto ai servizi offerti e alle tariffe di mercato. Il **piano finanziario** dovrà indicare i costi relativi all'onorario dell'organismo esecutore, questi dovranno essere dettagliati per ogni singola attività e presentati in forma di giornate/uomo in relazione ad ogni singola iniziativa. Non è richiesto di dettagliare i costi vivi di ogni azione, vanno forniti solamente i valori relativi all'onorario dell'organismo esecutore in termini di giornate/uomo. Si richiede quindi la predisposizione di una tabella che riassume per anno i costi totali delle attività proposte e il relativo costo dell'onorario dell'agenzia. Si riporta una tabella d'esempio:

ES. RELAZIONI PUBBLICHE	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Ufficio stampa			
Totale annuo attività	XXXXXX €	XXXXXX €	XXXXXX €
Onorario agenzia (costo unitario al giorno per un consulente senior o junior)	XXXXXX €	XXXXXX €	XXXXXX €
Numero giornate previste	XXXXXX	XXXXXX	XXXXXX
Totale onorario agenzia	XXXXXX €	XXXXXX €	XXXXXX €
Totale annuo comprensivo di onorario	XXXXXX €	XXXXXX €	XXXXXX €
Collaborazioni con influencer			
Totale annuo attività	XXXXXX €	XXXXXX €	XXXXXX €
Onorario agenzia (costo unitario al giorno per un consulente senior o junior)	XXXXXX €	XXXXXX €	XXXXXX €
Numero giornate previste	XXXXXX	XXXXXX	XXXXXX
Totale onorario agenzia	XXXXXX €	XXXXXX €	XXXXXX €
Totale annuo comprensivo di onorario	XXXXXX €	XXXXXX €	XXXXXX €

Questa tabella formerà l'offerta economica e andrà inserita nella Busta C – Offerta economica.

Il compenso dell'Organismo di esecuzione (onorario dell'operatore economico) non potrà essere superiore al 13% del costo totale riferito alle azioni (SUB-TOTALE GENERALE

ATTIVITÀ) e contestualmente dovrà essere adeguato a garantire la piena realizzazione e la qualità delle iniziative del programma.

**NB: IL TOTALE DELL'OFFERTA ECONOMICA deve essere al massimo pari al totale dell'importo della presente procedura di selezione (€ 1.814.561 iva esclusa)*

La **tabella riassuntiva** dovrà essere compilata secondo il seguente modello:

	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3	TOTALE
(A) Sub totale attività	€	€	€	€
(B) Totale onorario agenzia espresso in €	€	€	€	€
Onorario agenzia in % = B/A * 100	%	%	%	%

10. 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.

11. Obblighi dell'Organismo di esecuzione

Sono 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 concordate del programma, compresa quella relativa alla loro compatibilità con la vigente normativa dell'Unione Europea, quella del Paese target di progetto e con le regole di concorrenza applicabili in materia;
- il contraente assume, se necessario, personale per il controllo e la sorveglianza dell'esecuzione delle azioni previste dal programma;
- l'Organismo esecutore dovrà sovrintendere all'attività di monitoraggio amministrativo/finanziario delle azioni concordate del programma, compresi la tenuta dei registri e documenti giustificativi.

L'Appaltatore/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.

12. 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.

13. 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 di quanto stabilito all'articolo 24 della Direttiva 2014/24/UE e dell'art. 42 del D.Lgs. 50/2016.

14. 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. 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. Il contratto è risolto, ai sensi e per gli effetti dell'art. 1456 del Codice Civile, con riserva di risarcimento danni nei seguenti casi:

- a) nel caso di cessione di tutto o parte del contratto;
- b) nel caso di violazione degli obblighi di tutela dei dati e riservatezza, di gravità tale da non consentire l'ulteriore prosecuzione delle obbligazioni contrattuali;
- c) 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;
- d) nel caso di ingiustificata sospensione del servizio;
- e) 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;



- f) 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;
- g) 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.

15. 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.

16. Cessione

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.

17. Modalità di pagamento



L'importo di aggiudicazione sarà corrisposto mediante acconti preventivamente concordati tra le parti secondo il cronoprogramma delle attività del progetto (tenendo conto della Proposta Tecnica e dell'Offerta Economica presentata dall'Organismo Esecutore in sede di gara, comprensivo sia del costo delle attività previste dal progetto che dell'onorario spettante all'Ente Esecutore). Per ogni annualità sono previste quattro rate anticipate da erogare a seguito di presentazione di regolare-fattura. Ferma la facoltà di controllo e verifica sulle attività in corso, al termine di ogni annualità verrà verificato il controllo della regolarità contabile e fiscale di tutta la documentazione e, in particolare, della relazione finale sulle attività svolte, dei prodotti rilasciati e della relativa rendicontazione delle spese sostenute secondo le disposizioni normative di riferimento.

Le fatture, unitamente alla documentazione prevista, dovranno essere sottoposte al personale referente dell'organismo appellante e al responsabile unico del procedimento (RUP) al fine di acquisire il visto riguardante la corretta esecuzione del contratto.

18. 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.

19. Spese contrattuali

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

20. Contenzioso

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

21. 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. 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.

22. 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 interesse ai sensi della Legge 241/1990 s.m.i.

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

- a) le finalità cui sono detenuti i dati raccolti ineriscono alla verifica della capacità dei concorrenti di partecipare alla gara in oggetto;
- b) 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;
- c) il conferimento dei dati richiesti è un onere a pena di esclusione dalla gara;
- d) 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.;
- e) 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;

- f) soggetto attivo della raccolta è l'Organismo appaltante e il responsabile è il rappresentante legale Presidente Lorenzo Beretta.

Titolare del trattamento dei dati è Lorenzo Beretta 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 Cacciatore Italiano e rivolgere le richieste presso il Consorzio Cacciatore Italiano, in Strada 4, Palazzo Q8 20089 Rozzano (MI), con lettera raccomandata, oppure via mail all'indirizzo mail: info@salamecacciatore.it, oppure con richiesta telefonica al numero 02/8925901.

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.