

CAPITOLATO TECNICO

GARA EUROPEA A PROCEDURA APERTA PER L'APPALTO ALL'ORGANISMO DI ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI NEL MERCATO INTERNO DENOMINATO

IN EUROPE WE CARE FOR BEEF

1. Premessa e informazioni preliminari

La **A.O.P. ITALIA ZOOTECNICA** (di seguito Organismo appaltante), con sede legale in Legnaro (PD) alla Via 1 Maggio n.7, P. IVA 09761311001, è un'Associazione di Organizzazioni Produttori riconosciuta con Decr. N.32 del 14 marzo 2019 dalla Regione Veneto, ai sensi del Reg. UE n. 1308/2013, DM n.1108/2019, DM n.387/2016, Linee guida nazionali del 17.5.2016 per l'applicazione del DM n.387/2016 e DGR n.1256/2015 per il settore delle carni bovine, in qualità di Organismo proponente del **Programma biennale (2024 – 2025)** denominato "**IN EUROPE WE CARE FOR BEEF**" (acronimo: **EUCAREBEEF**), nel mercato interno: ITALIA – FRANCIA cofinanziato dalla Commissione Europea ai sensi del Regolamento UE n. 1144/2014 – relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel Mercato Interno e nei Paesi Terzi.

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, con applicazione del criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa individuata sulla base del miglior rapporto qualità prezzo, di un organismo di esecuzione** incaricato della realizzazione delle azioni (attività/iniziativa) rivolte al raggiungimento degli obiettivi previsti nell'ambito del Programma biennale denominato "IN EUROPE WE CARE FOR BEEF" (acronimo "EUCAREBEEF"), che si svolgerà nei paesi target di Italia e Francia, approvato dalla Commissione Europea in conformità al Regolamento (UE) n. 1144/2014 relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel Mercato Interno e nei Paesi Terzi.

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 Direttoriale n.640411 del 20 novembre 2023** del Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste recante "Linee guida per la procedura di selezione degli organismi di esecuzione per i programmi semplici", nell'ambito delle procedure di cui agli inviti REA del 20 gennaio 2022, per i programmi semplici e per i programmi multipli, a presentare proposte relative a "sovvenzioni per azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei Paesi terzi" .

1.2. Stazione Appaltante

La **A.O.P. ITALIA ZOOTECNICA**, 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 31 marzo 2023, n. 36). La A.O.P. 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.

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.

1.3. Chiarimenti

É possibile ottenere chiarimenti sulla presente procedura mediante la proposizione di quesiti scritti da inoltrare almeno 8 giorni prima della scadenza del termine fissato per la presentazione delle offerte via PEC all'indirizzo: italiazootecnica@pec.it

Le richieste di chiarimenti e le relative risposte sono formulate in lingua italiana e/o in inglese. Le risposte alle richieste di chiarimenti presentate in tempo utile sono fornite in formato elettronico almeno 4 giorni prima della scadenza del termine fissato per la presentazione delle offerte, mediante pubblicazione delle richieste in forma anonima e delle relative risposte sul sito istituzionale "www.italiazootecnica.it". Si invitano i concorrenti a visionare costantemente il sito istituzionale.

2. Informazioni principali di progetto

Titolo e descrizione del progetto: il progetto "IN EUROPE WE CARE FOR BEEF" (acronimo "EUCAREBEEF"), nell'ambito della priorità tematica "AGRIP-SIMPLE-2023-IM-SUSTAINABLE" dell'invito a presentare proposte del 2023: programmi multipli nei Paesi terzi, altresì esplicitata nel Programma di lavoro per il 2023 della Commissione e la decisione finanziaria per l'attuazione delle azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi.

Organismo appaltante: A.O.P. ITALIA ZOOTECNICA

Paesi target: Italia e Francia.

Obiettivi generali del Programma:

Gli obiettivi di questi programmi sono conformi agli obiettivi generali e specifici di cui agli articoli 2 e 3 del regolamento (UE) n. 1144/2014. In particolare: aumentare il grado di conoscenza delle pratiche agricole sostenibili dell'Unione favorevoli al clima, all'ambiente e al benessere degli animali da parte dei consumatori

europei e migliorare la competitività e il consumo dei prodotti agroalimentari realizzati in modo sostenibile nell'Unione, ottimizzarne l'immagine e aumentarne la quota di mercato.

Pacchetti di lavoro e attività che verranno realizzate:

- WP 2 – Pubbliche relazioni
- WP 3 – Sito web, social media
- WP 4 – Pubblicità
- WP 5 – Pubblicazioni
- WP 6 – Eventi
- WP 7 – Promozione presso i punti vendita
- WP 9 – Indagine quali-quantitativa

Durata del Programma: 24 mesi

- **Budget totale di progetto: € 2.268.700,00**
- **Inizio dell'attività:** indicativamente il 1° febbraio 2024.

Si precisa che i soggetti interessati a partecipare al presente bando di gara dovranno presentare un'offerta prendendo in considerazione il budget dei costi pari a euro € 2.268.700,00.

3. Oggetto dell'appalto

3.1. Descrizione generale del servizio

L'appalto è costituito da un unico lotto in ragione della natura specialistica dell'intervento, composto da un insieme di operazioni tra loro correlate e della necessità di rendere organica la realizzazione dei servizi e delle forniture. Le diverse attività in cui si articolano le prestazioni oggetto dell'appalto sono infatti assolutamente interdipendenti e lo sviluppo dei diversi aspetti tecnico scientifici deve essere condotto in stretta e costante collaborazione tra le diverse professionalità coinvolte e coordinate da un unico soggetto.

L'organismo di esecuzione dovrà quindi assicurare:

- lo sviluppo progettuale delle parti concordate del Programma di durata biennale, a partire dalla sottoscrizione del contratto;
- 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;
- la gestione finanziario-amministrativa delle parti concordate del Programma, comprensiva delle relazioni tecniche periodiche.

Il servizio deve caratterizzarsi per un qualificato supporto tecnico e operativo, tradotto in un'elevata qualità di prodotti e servizi realizzati; deve inoltre distinguersi per efficacia dei messaggi, potenzialità degli strumenti con cui veicarli ed efficienza 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 previsti dalla Strategia di comunicazione, tenendo in considerazione le Priorità e gli obiettivi del Reg. UE 1144/2104, assicurando una chiara riconoscibilità al Programma e ai relativi soggetti promotori.

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 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 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.

Il Coordinamento dell'Organismo appaltante ha il compito di garantire la coerenza della strategia progettuale durante la sua intera durata. Il coordinamento integra le varie linee di intervento, orienta le risorse disponibili rispetto alle varie azioni, raccorda costantemente e, quindi, assicura sempre la massima rispondenza fra le risorse individuate e gli obiettivi operativi da raggiungere.

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. Il Gruppo di lavoro deve essere caratterizzato da un approccio organizzativo flessibile per rispondere alle esigenze che potranno determinarsi nel corso dello svolgimento delle attività.

In particolare, lo staff del gruppo di lavoro dedicato dovrà possedere un ventaglio di competenze in questi settori: project management, team working, comunicazione, grafica, eventi, conoscenza ed esperienza di attività promozionali svolte in relazione ai corrispondenti mercati in ambito internazionale.

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

- costituire e rendere disponibile un adeguato gruppo di progetto, nel rispetto dei requisiti di partecipazione;
- concordare e condividere tutte le attività del gruppo con il soggetto appaltante;
- 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;
- 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;
- rispettare, nei confronti del proprio personale, i contratti di lavoro relativi al trattamento salariale, normativo, previdenziale ed assicurativo;
- prevedere un Referente di progetto che presenzi alle riunioni di monitoraggio presso la sede dell'appaltante (queste avranno una periodicità definita dall'appaltante), per dare supporto operativo alle attività del Programma;
- predisporre tutti i possibili mezzi di comunicazione che possano semplificare il coordinamento, monitoraggio e controllo del Programma.

4. Durata del servizio

Il servizio ha la durata di 24 mesi, decorrenti dalla data di stipula del contratto di appalto, che verrà stipulato tra il committente e l'aggiudicatario – subordinatamente alla sottoscrizione della Convenzione di Sovvenzione tra la A.O.P. ITALIA ZOOTECHNICA ed Agea - e avrà per oggetto lo svolgimento delle attività indicate nel presente bando alle condizioni ivi riportate.

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 Progetto

Le attività e le iniziative ammissibili, nell'ambito del Programma presentato dalla A.O.P ITALIA ZOOTECNICA, nel rispetto della normativa di riferimento, tenuto conto delle tematiche da trattare e degli obiettivi sopra elencati sono le seguenti per i due paesi target, complete di descrizione, output richiesti, tempistiche:

WP 2 – Relazioni pubbliche

WP 3 – Sito web, social media

WP 4 – Pubblicità

WP 5 – Strumenti di comunicazione

WP 6 – Eventi

WP 7 – Promozione presso i punti vendita

WP 9 – Indagine quali-quantitativa

Pacchetto di lavoro 2: Relazioni pubbliche		
Durata:	da M2 a M24	
Obiettivi		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informare sull'alta qualità della carne bovina SQNZ prodotta da allevatori italiani e valorizzare le tipicità territoriali (per il Fassone di razza piemontese). ▪ Aumentare la riconoscibilità del marchio di qualità SQNZ "Consorzio Sigillo Italiano" dei prodotti "Vitellone/Scottona allevati ai cereali" e del "Fassone di razza piemontese". ▪ Raccontare ai consumatori attraverso meccanismi di <i>storytelling</i> la sostenibilità degli allevamenti. ▪ Promuovere un consumo più consapevole sulle caratteristiche qualitative del prodotto e meno price sensitive. 		
Attività e divisione del lavoro (descrizione del programma di lavoro)		
Compito n.	Denominazione del compito	Descrizione
T 2.1	Azioni di PR	<p>Attivazione di un ufficio stampa dedicato finalizzato a rafforzare la riconoscibilità dei prodotti europei certificati SQNZ (e dei prodotti testimonial in particolare) in oggetto sui mercati italiano e francese focalizzando il messaggio sulla qualità, sulla sostenibilità e sulla strategia comunitaria del Farm to Fork.</p> <p>L'ufficio stampa avrà cura di redigere i comunicati stampa in occasione del lancio del progetto, dell'avvio della campagna pubblicitaria nonché in corrispondenza dell'organizzazione degli eventi.</p> <p>L'attività è rivolta ai seguenti target:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumatori (Italia). • Operatori del settore – Canale Ho.Re.Ca. (Italia e Francia). • Giornalisti e blogger (Italia e Francia).
T 2.2	Eventi Stampa	<p>Organizzazione di conferenze stampa in occasione della partecipazione dell'AOP Italia Zootechnica alle seguenti fiere di settore:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marca, Italia, Bologna

		<ul style="list-style-type: none"> • I Meet, Italia, Modena • Tuttofood, Italia, Milano • Cibus, Italia, Parma • Sommet Elevage, Francia Clermont Ferrand • Salone Agricoltura, Francia Parigi <p>Le conferenze saranno rivolte a giornalisti, blogger e operatori specializzati. Saranno necessario predisporre e distribuire Kit informativi. Si richiede la trasmissione in streaming di ciascuna conferenza. Alle conferenze parteciperanno i referenti dell’AOP Italia Zootecnica, i rappresentanti dell’Unione Europea e del MASAF, esperti del settore. Ciascuna conferenza sarà moderata da un giornalista.</p> <p>L’attività è rivolta ai seguenti target:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Operatori del settore – Canale Ho.Re.Ca. (Italia e Francia). • Giornalisti e blogger (Italia e Francia).
Totale per il pacchetto di lavoro nel biennio		EUR 45.000,00

Pacchetto di lavoro 3: Sito Web, social media		
Durata:	da M2 a M24	
Obiettivi		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informare sull’alta qualità della carne bovina SQNZ prodotta da allevatori italiani e valorizzare le tipicità territoriali (per il Fassone di razza piemontese). ▪ Aumentare la riconoscibilità del marchio di qualità SQNZ “Consorzio Sigillo Italiano” dei prodotti “Vitellone/Scottona allevati ai cereali” e del “Fassone di razza piemontese”. ▪ Raccontare ai consumatori attraverso meccanismi di <i>storytelling</i> la sostenibilità degli allevamenti. ▪ Promuovere un consumo più consapevole sulle caratteristiche qualitative del prodotto e meno price sensitive. 		
Attività e divisione del lavoro (descrizione del programma di lavoro)		
Compito n.	Denominazione del compito	Descrizione
T 3.1	Configurazione, gestione e aggiornamento del sito Web	Realizzazione di un sito web della campagna in tre lingue (Italiano, Francese e Inglese) comprensivo di progettazione informatica e grafica, usabilità e accessibilità, acquisto del domino e dei servizi di hosting, aggiornamento e mantenimento tecnico, redazione e aggiornamento dei testi, ottimizzazione e indicizzazione del contenuto.
T 3.2	Configurazione e gestione dei social media	<p>L’attività riguarda la creazione e gestione dei profili pubblici sui canali social Facebook, Instagram, Tiktok e Youtube. Si prevede la personalizzazione grafica dei profili, la redazione e gestione di un piano editoriale e la gestione della community.</p> <p>I contenuti pubblicati riguarderanno le tematiche della campagna con grafiche personalizzate, meme, social card, video e tutorial. I contenuti saranno pubblicati in italiano, inglese e francese.</p> <p>Saranno previste dirette live degli eventi.</p> <p>L’attività è rivolta ai seguenti target:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumatori (Italia)

		<ul style="list-style-type: none"> • Operatori del settore – Canale Ho.Re.Ca. (Italia e Francia) • Giornalisti e blogger (Italia e Francia)
Totale per il pacchetto di lavoro nel biennio		EUR 115.200,00

Pacchetto di lavoro 4: Pubblicità		
Durata:	da M3 a M24	
Obiettivi		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informare sull'alta qualità della carne bovina SQNZ prodotta da allevatori italiani e valorizzare le tipicità territoriali (per il Fassone di razza piemontese). ▪ Aumentare la riconoscibilità del marchio di qualità SQNZ "Consorzio Sigillo Italiano" dei prodotti "Vitellone/Scottona allevati ai cereali" e del "Fassone di razza piemontese". ▪ Raccontare ai consumatori attraverso meccanismi di <i>storytelling</i> la sostenibilità degli allevamenti. ▪ Promuovere un consumo più consapevole sulle caratteristiche qualitative del prodotto e meno price sensitive. 		
Attività e divisione del lavoro (descrizione del programma di lavoro)		
Compito n.	Denominazione del compito	Descrizione
T 4.1	Campagna televisiva	<p>L'attività riguarda la pianificazione e realizzazione di due campagne pubblicitarie (una per anno) su n. 3 emittenti televisive generaliste nazionali italiane e su n. 3 emittenti tematiche italiane di primario ascolto.</p> <p>L'attività è rivolta ai seguenti target:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumatori (Italia).
T 4.2	Campagna radiofonica	<p>L'attività riguarda la pianificazione e realizzazione di due campagne pubblicitarie (una per anno) su n. 3 emittenti radiofoniche nazionali di primario ascolto.</p> <p>L'attività è rivolta ai seguenti target:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumatori (Italia).
T 4.3	Campagne On line	<p>L'attività riguarda la pianificazione e realizzazione di due campagne di web advertising e social advertising.</p> <p>L'attività è rivolta ai seguenti target:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumatori (Italia). <p>La campagna di social advertising sarà realizzata in maniera continuativa per complessivi 21 mesi.</p> <p>L'attività è rivolta ai seguenti target:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumatori (Italia e Francia). • Giornalisti e blogger (Italia e Francia).
Totale per il pacchetto di lavoro nel biennio		EUR 858.000,00

Pacchetto di lavoro 5: Strumenti di comunicazione			
Durata:	da M3 a M24		
Obiettivi			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informare sull'alta qualità della carne bovina SQNZ prodotta da allevatori italiani e valorizzare le tipicità territoriali (per il Fassone di razza piemontese). ▪ Aumentare la riconoscibilità del marchio di qualità SQNZ "Consorzio Sigillo Italiano" dei prodotti "Vitellone/Scottona allevati ai cereali" e del "Fassone di razza piemontese". ▪ Raccontare ai consumatori attraverso meccanismi di <i>storytelling</i> la sostenibilità degli allevamenti. ▪ Promuovere un consumo più consapevole sulle caratteristiche qualitative del prodotto e meno price sensitive. 			
Attività e divisione del lavoro (descrizione del programma di lavoro)			
Compito n.	Denominazione del compito	Descrizione	
T 5.1	Pubblicazioni, kit e gadget	<p>Il materiale informativo sarà principalmente utilizzato in occasione degli eventi organizzati nel biennio e distribuito ai partecipanti. Si richiede la realizzazione di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Flyer (brochure) inerenti ai prodotti bovini di qualità oggetto del progetto, la sostenibilità dei metodi di produzione nell'ottica della strategia europea del Farm to fork, i testi saranno in tre lingue (italiano, inglese e francese) – 3 edizioni • Kit convegno/stampa comprensivo di cartelletta, block notes, schede tecniche e informative, penna a sfera (ecologica); • Kit degustazione con schede informative • Un gadget ecosostenibile ispirato al progetto <p>Tutti i prodotti dovranno essere realizzati con materiali green ecosostenibili.</p> <p>L'attività è rivolta ai seguenti target:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumatori (Italia) • Operatori del settore – Canale Ho.Re.Ca. (Italia e Francia) • Giornalisti e blogger (Italia e Francia) 	
T 5.2	Video e audio	<p>Si richiede la realizzazione dei seguenti prodotti video e audio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Spot video nei formati richiesti per la campagna pubblicitaria • Video per i social media (in italiano e Francese con sottotitoli in inglese) • Video istituzionali per gli eventi (in italiano e Francese con sottotitoli in inglese) • Spot audio nei formati richiesti per la campagna pubblicitaria <p>L'attività è rivolta ai seguenti target:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumatori (Italia) • Operatori del settore – Canale Ho.Re.Ca. (Italia e Francia) • Giornalisti e blogger (Italia e Francia) 	
Totale per il pacchetto di lavoro nel biennio		EUR 259.500,00	

Pacchetto di lavoro 6: Eventi			
Durata:	da M3 a M24		
Obiettivi			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informare sull'alta qualità della carne bovina SQNZ prodotta da allevatori italiani e valorizzare le tipicità territoriali (per il Fassone di razza piemontese). ▪ Aumentare la riconoscibilità del marchio di qualità SQNZ "Consorzio Sigillo Italiano" dei prodotti "Vitellone/Scottona allevati ai cereali" e del "Fassone di razza piemontese". ▪ Raccontare ai consumatori attraverso meccanismi di <i>storytelling</i> la sostenibilità degli allevamenti. ▪ Promuovere un consumo più consapevole sulle caratteristiche qualitative del prodotto e meno price sensitive. 			
Attività e divisione del lavoro (descrizione del programma di lavoro)			
Compito n.	Denominazione del compito	Descrizione	
T 6.1	Stand in fiere	<p>Partecipazione a n. 6 fiere internazionali del settore alimentare e zootecnico – 4 in Italia e 2 in Francia, per ciascuna delle due annualità previste dal progetto, come da elenco seguente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marca, Italia, Bologna • I Meet, Italia, Modena • Tuttofood, Italia, Milano • Cibus, Italia, Parma • Sommet Elevage, Francia, Clermont Ferrand • Salone Agricoltura, Francia, Parigi <p>L'attività è rivolta ai seguenti target:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Operatori del settore – Canale Ho.Re.Ca. (Italia e Francia) 	
T 6.2	Workshop c/o fiere	<p>In corrispondenza con le fiere di settore, durante i giorni di esposizione, si prevede la realizzazione di workshop tecnici rivolti al pubblico dei visitatori (buyer, operatori del settore, specialisti, istituzioni, giornalisti). Le tematiche affrontate riguarderanno, a titolo esemplificativo: il benessere animale, la qualità delle produzioni zootecniche europee, l'importanza dei marchi di qualità europei, la corretta informazione al consumatore, la sostenibilità dei metodi di produzione nell'ottica della strategia europea del Farm to fork.</p> <p>Ai workshop parteciperanno in qualità di relatori: i referenti dell'AOP Italia Zootecnica, i rappresentanti dell'Unione Europea e del MASAF, esperti del settore. Ciascuno workshop sarà moderato da un giornalista.</p> <p>L'attività è rivolta ai seguenti target:</p> <p>Operatori del settore – Canale Ho.Re.Ca. (Italia e Francia)</p>	
T 6.2	Conferenze	<p>Per ciascuna delle due annualità, sarà organizzata una conferenza nazionale sui temi del progetto: il benessere animale, la qualità delle produzioni zootecniche europee, l'importanza dei marchi di qualità europei, la corretta informazione al consumatore, la sostenibilità dei metodi di produzione nell'ottica della strategia europea del Farm to fork.</p> <p>Alle conferenze parteciperanno in qualità di relatori: i referenti dell'AOP Italia Zootecnica, i rappresentanti dell'Unione Europea e del MASAF, esperti del settore. Ciascuna conferenza sarà moderata da un giornalista.</p>	

		<p>L'attività è rivolta ai seguenti target:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Operatori del settore – Canale Ho.Re.Ca. (Italia) • Giornalisti, blogger (Italia) • Stakeholder istituzionali
T 6.3	Settimane nei ristoranti	<p>Eventi promozionali con show cooking, esclusivamente B2B, rivolti a operatori del settore, foodder, buyer in Italia e in Francia.</p> <p>Saranno presentati i prodotti oggetto del progetto con particolare attenzione alle tematiche relative al benessere animale, alla qualità delle produzioni zootecniche europee, all'importanza dei marchi di qualità europei, alla sostenibilità dei metodi di produzione nell'ottica della strategia europea del Farm to fork.</p> <p>Agli eventi promozionali parteciperanno i referenti dell'AOP Italia Zootecnica, i rappresentanti dell'Unione Europea e del MASAF, esperti del settore.</p> <p>L'attività è rivolta ai seguenti target:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Operatori del settore – Canale Ho.Re.Ca. (Italia, Francia) • Giornalisti, blogger (Italia, Francia) • Scuole alberghiere, scuole di cucina e associazioni professionali cuochi (Italia)
Totale per il pacchetto di lavoro nel biennio		EUR 916.000,00

Pacchetto di lavoro 7: Promozione presso i punti vendita		
Durata:	da M12 a M24	
Obiettivi		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informare sull'alta qualità della carne bovina SQNZ prodotta da allevatori italiani e valorizzare le tipicità territoriali (per il Fassone di razza piemontese). ▪ Aumentare la riconoscibilità del marchio di qualità SQNZ "Consorzio Sigillo Italiano" dei prodotti "Vitellone/Scottona allevati ai cereali" e del "Fassone di razza piemontese". ▪ Raccontare ai consumatori attraverso meccanismi di <i>storytelling</i> la sostenibilità degli allevamenti. ▪ Promuovere un consumo più consapevole sulle caratteristiche qualitative del prodotto e meno price sensitive. 		
Attività e divisione del lavoro (descrizione del programma di lavoro)		
Compito n.	Denominazione del compito	Descrizione
T 7.1	Giornate di degustazione	<p>L'attività riguarda l'organizzazione presso punti vendita della GDO in Italia di banchetti di degustazione rivolta ai consumatori.</p> <p>La degustazione dei prodotti oggetto del progetto sarà completata con la diffusione di informazioni al pubblico sulle tematiche relative al benessere animale, alla qualità delle produzioni zootecniche europee, all'importanza dei marchi di qualità europei, alla sostenibilità dei metodi di produzione nell'ottica della strategia europea del Farm to fork.</p> <p>L'attività è rivolta ai seguenti target:</p>

		• Consumatori (Italia)
Totale per il pacchetto di lavoro nel biennio		EUR 30.000,00

Pacchetto di lavoro 8: Valutazione dei risultati		
Durata:	da M23 a M24	
Obiettivi		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informare sull'alta qualità della carne bovina SQNZ prodotta da allevatori italiani e valorizzare le tipicità territoriali (per il Fassone di razza piemontese). ▪ Aumentare la riconoscibilità del marchio di qualità SQNZ "Consorzio Sigillo Italiano" dei prodotti "Vitellone/Scottona allevati ai cereali" e del "Fassone di razza piemontese". ▪ Raccontare ai consumatori attraverso meccanismi di <i>storytelling</i> la sostenibilità degli allevamenti. ▪ Promuovere un consumo più consapevole sulle caratteristiche qualitative del prodotto e meno price sensitive. 		
Attività e divisione del lavoro (descrizione del programma di lavoro)		
Compito n.	Denominazione del compito	Descrizione
T 8.1	Indagine quali-quantitativa finale	Verrà realizzata un'indagine quali-quantitativa sui risultati raggiunti dal progetto attraverso: L'indagine avrà lo scopo di valutare le performance raggiunte dal progetto in relazione agli indicatori d'impatto individuati.
Totale per il pacchetto di lavoro nel biennio		EUR 45.000,00

6. Requisiti per partecipazione alla gara

Gli operatori economici possono partecipare alla presente gara in forma singola o associata.

Ai soggetti costituiti in forma associata si applicano le disposizioni di cui agli articoli 67 e 68 del Codice degli appalti. I consorzi di cui agli articoli 65, comma 2 del Codice che intendono eseguire le prestazioni tramite i propri consorziati sono tenuti ad indicare per quali consorziati il consorzio concorre.

I consorzi di cui all'articolo 65, comma 2, lettere b) e c) sono tenuti ad indicare per quali consorziati il consorzio concorre.

Possono essere esclusi dalla gara, previo contraddittorio, i raggruppamenti temporanei costituiti da due o più operatori economici che singolarmente hanno i requisiti per partecipare alla gara. Tale facoltà non opera nel caso in cui i raggruppamenti sono costituiti da imprese controllate e/o collegate ai sensi dell'articolo 2359 del Codice civile.

Il concorrente che partecipa alla gara in una delle forme di seguito indicate è escluso nel caso in cui la stazione appaltante accerti la sussistenza di rilevanti indizi tali da far ritenere che le offerte degli operatori economici siano imputabili ad un unico centro decisionale a cagione di accordi intercorsi con altri operatori economici partecipanti alla stessa gara:

- partecipazione in più di un raggruppamento temporaneo o consorzio ordinario di concorrenti o aggregazione di operatori economici aderenti al contratto di rete (nel prosieguo, aggregazione di

retisti);

- partecipazione sia in raggruppamento o consorzio ordinario di concorrenti sia in forma individuale:
 - o partecipazione sia in aggregazione di retisti sia in forma individuale. Tale esclusione non si applica alle retiste non partecipanti all'aggregazione, le quali possono presentare offerta, per la medesima gara [in caso di suddivisione dell'appalto in lotti distinti sostituire "alla gara" con "al singolo lotto"], in forma singola o associata;
 - o partecipazione di un consorzio che ha designato un consorziato esecutore il quale, a sua volta, partecipa in una qualsiasi altra forma.

Nel caso venga accertato quanto sopra, si provvede ad informare gli operatori economici coinvolti i quali possono, entro 5 giorni, dimostrare che la circostanza non ha influito sulla gara, né è idonea a incidere sulla capacità di rispettare gli obblighi contrattuali.

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 (Allegati A e B), firmati dal legale rappresentante.

Non possono partecipare i concorrenti che si trovano, rispetto ad un altro partecipante, in una situazione di controllo di cui all'art. 2359 cod. civ. o in qualsiasi relazione, anche di fatto, qualora il controllo o la relazione implichi l'imputabilità, al medesimo centro decisionale, delle offerte presentate.

6.2. Requisiti di capacità economica e finanziaria

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, un fatturato globale complessivamente non inferiore a euro 3.000.000,00 (in lettere: euro tre milioni) al netto dell'IVA, risultante dalle dichiarazioni IVA o imposta equivalente in ambito UE.

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

6.3. Requisiti di capacità tecnica e professionale

I concorrenti devono essere in possesso, a pena di esclusione, dei requisiti di ordine generale previsti dal Codice degli appalti, nonché degli ulteriori requisiti indicati nel presente articolo e nel disciplinare.

La stazione appaltante verifica il possesso dei requisiti di ordine generale accedendo al fascicolo presentato dall'operatore economico.

Le circostanze di cui all'articolo 94 del Codice sono cause di esclusione automatica. La sussistenza delle circostanze di cui all'articolo 95 del Codice è accertata previo contraddittorio con l'operatore economico.

In caso di partecipazione di consorzi di cui all'articolo 65, comma 2, lettere b) e c) del Codice, i requisiti di cui al punto 5 sono posseduti dal consorzio e dalle consorziate indicate quali esecutrici.

In caso di partecipazione di consorzi stabili di cui all'articolo 65, comma 2, lett. d) del Codice, i requisiti di cui al punto 5 sono posseduti dal consorzio, dalle consorziate indicate quali esecutrici e dalle consorziate che prestano i requisiti.

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

- aver realizzato, nel triennio 2020-2021-2022, servizi analoghi a quelli oggetto della gara per un importo non inferiore complessivamente ad euro 1.500.000,00 (in lettere: euro un milione e cinquecento) 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 nel settore agroalimentare;
- 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.

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata firmata dal Legale Rappresentate del soggetto proponente 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

Self cleaning

Un operatore economico che si trovi in una delle situazioni di cui agli articoli 94 e 95 del Codice appalti, ad eccezione delle irregolarità contributive e fiscali definitivamente e non definitivamente accertate, può fornire prova di aver adottato misure (c.d. self cleaning) sufficienti a dimostrare la sua affidabilità.

Se la causa di esclusione si è verificata prima della presentazione dell'offerta, l'operatore economico indica nel DG la causa ostativa e, alternativamente:

- descrive le misure adottate ai sensi dell'articolo 96, comma 6 del Codice;
- motiva l'impossibilità ad adottare dette misure e si impegna a provvedere successivamente. L'adozione delle misure è comunicata alla stazione appaltante.

Se la causa di esclusione si è verificata successivamente alla presentazione dell'offerta, l'operatore economico adotta le misure di cui al comma 6 dell'articolo 96 del Codice dandone comunicazione alla stazione appaltante.

Sono considerate misure sufficienti il risarcimento o l'impegno a risarcire qualunque danno causato dal reato o dall'illecito, la dimostrazione di aver chiarito i fatti e le circostanze in modo globale collaborando attivamente con le autorità investigative e di aver adottato provvedimenti concreti, di carattere tecnico, organizzativo o relativi al personale idonei a prevenire ulteriori reati o illeciti. Se le misure adottate sono

ritenute sufficienti e tempestive, l'operatore economico non è escluso. Se dette misure sono ritenute insufficienti e intempestive, la stazione appaltante ne comunica le ragioni all'operatore economico.

Non può avvalersi del self-cleaning l'operatore economico escluso con sentenza definitiva dalla partecipazione alle procedure di affidamento o di concessione, nel corso del periodo di esclusione derivante da tale sentenza.

Nel caso in cui un raggruppamento/consorzio abbia estromesso o sostituito un partecipante/esecutore interessato da una clausola di esclusione di cui agli articoli 94 e 95 del Codice, si valutano le misure adottate ai sensi dell'articolo 97 del Codice al fine di decidere sull'esclusione.

7. Criteri di aggiudicazione

L'appalto è aggiudicato in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, individuata sulla base del miglior rapporto qualità prezzo, secondo la ripartizione dei punteggi di seguito descritta, tenendo conto dell'offerta tecnica e dell'offerta economica.

Si terrà conto congiuntamente degli aspetti qualitativi del servizio e del prezzo; pertanto, i 100 punti complessivi saranno valutati nelle seguenti proporzioni:

- OFFERTA TECNICA: MASSIMO 90 PUNTI;
- OFFERTA ECONOMICA: MASSIMO 10 PUNTI.

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

OFFERTA TECNICA: MAX 90 PUNTI		
Criteri	Sotto criteri	Punteggio massimo
STRATEGIA COMPLESSIVA (max 24 punti)	Adeguatezza della pianificazione in termini di coerenza con gli obiettivi della Strategia di comunicazione e coerenza rispetto alle tempistiche della programmazione.	8
	Adeguatezza della metodologia proposta, articolazione della strategia di comunicazione, la sua capacità di produrre risultati significativi, l'ampiezza del pubblico di riferimento contattato.	8
	Coerenza tra la strategia complessiva progettuale e le singole attività.	8
FORMAT CREATIVO E PROPOSTE GRAFICHE (max 34 punti)	Qualità dei format creativi e grafici proposti: creatività ed efficacia dell'identità visiva della campagna e dell'immagine coordinata, tali da rendere riconoscibile ed efficace la comunicazione in tutte le sue declinazioni.	10
	Coerenza con gli obiettivi del Programma: efficienza dei format di comunicazione per garantire il raggiungimento degli obiettivi di carattere generale e specifico fissati nel Programma.	8
	Flessibilità per canale, strumento e gruppo bersaglio: valutazione della possibilità di articolazione del messaggio nell'ottica di utilizzo nel corso del programma e attraverso un mix di tecniche e soluzioni coordinate, volti a dare una risposta chiara e completa alle esigenze di coinvolgimento dei differenti target.	8

	Efficacia dell'architettura proposta: valutazione di funzionalità e potenzialità della strategia creativa per la prevista applicazione ai diversi ambiti e livelli della comunicazione, con particolare riferimento ai format da attivare nelle corrispondenti azioni progettuali e tenuto conto che la completezza del progetto richiede la piena correlazione tra i singoli strumenti ed azioni di comunicazione e l'asse strategico orientato agli obiettivi di promozione del Programma.	8
<u>APPROCCIO METODOLOGICO</u> (max 32 punti)	Completezza delle caratteristiche degli output richiesti.	8
	Profonda conoscenza dei mercati target e delle logiche di mercato negli stessi.	5
	Qualità delle caratteristiche professionali del gruppo di lavoro proposto in termini di competenze assolute sulla base della qualità dei CV presentati.	6
	Adeguatezza dei meccanismi di controllo per monitorare la corretta esecuzione economico-finanziaria del progetto e il rispetto del cronoprogramma.	5
	Esperienza in gestione di progetti articolati di comunicazione e promozione nello specifico segmento.	8
TOTALE		90

La Commissione valuterà ogni offerta tecnica, assegnando per ogni sotto criterio un coefficiente di natura qualitativa:

non riscontrabile	0,0
Valutazione appena sufficiente	0,2
Valutazione sufficiente	0,4
Valutazione discreta	0,6
Valutazione buona	0,8
Valutazione ottima	1,0

Per quanto riguarda l'offerta economica per le attività (massimo di 10 punti su 100) il punteggio verrà attribuito sulla base della seguente formula:

$$\text{Punteggio "offerta economica per le attività" considerata} = \text{Offerta X} / \text{Offerta massima} * 10$$

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.

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 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 si riserva la facoltà di conferire l'incarico al soggetto posto successivamente in graduatoria, espletati i controlli di rito.

La Stazione Appaltante procederà all'aggiudicazione anche nel caso in cui venga presentata un'unica offerta valida, purché congrua.

In applicazione dell'art. 108, comma 10, del D.Lgs. 31 marzo 2023, n. 36 e s.m.i. la stazione appaltante non procederà all'aggiudicazione laddove nessuna offerta risultasse conveniente o idonea in relazione all'oggetto del contratto.

In presenza di un'offerta anormalmente bassa, la stazione appaltante adotterà le procedure previste dall'art. 110 del D.Lgs. 31 marzo 2023, n. 36 e s.m.i.

La valutazione dell'offerte tecniche verrà effettuata da una Commissione di valutazione nominata successivamente alla data di presentazione delle offerte.

I risultati saranno comunicati via PEC ai partecipanti e saranno pubblicati sul sito web della Stazione Appaltante.

8. Modalità di presentazione e valutazione delle proposte

Gli organismi interessati a partecipare al Bando di Gara dovranno, a pena di esclusione, far pervenire tutta la documentazione necessaria, scaricabile anche dal sito www.italiazootecnica.it, entro le ore 12.00 del 17/01/2024 (ora locale di Roma), in un unico plico contenente i seguenti documenti o in uno o più file (se l'invio avverrà in via telematica):

Busta A) Documentazione amministrativa:

- Allegato A, compilato e firmato dal Legale Rappresentante.
- DGUE – Allegato B, compilato e firmato dal Legale Rappresentante.
- Bilancio degli ultimi 2 esercizi finanziari.
- CV del personale impiegato.

Busta B) Proposta tecnica:

- Presentazione dell'operatore economico partecipante alla gara di selezione
- Descrizione dettagliata delle attività/iniziativa richieste/proposte creative.

Busta C) Offerta economica:

- Tabella di dettaglio dei costi.

La documentazione dovrà essere presentata in formato cartaceo e in formato elettronico – stampabile e copiabile – su CD o chiavetta USB, a cura del partecipante alla gara entro e non oltre le ore 12.00 del 17/01/2024 (ora locale di Roma).

Tutta la documentazione potrà essere presentata con due differenti modalità:

- formato cartaceo in un plico chiuso (controfirmato sui lembi) contenente le 3 buste;
- formato elettronico, su CD o chiavetta USB, contenente i documenti in PDF stampabile non editabili

In alternativa la documentazione potrà essere inviata via PEC all'indirizzo: italiazootecnica@pec.it

Nominare l'oggetto del plico o della PEC con la seguente dicitura: BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DI UNA PARTE DEL PROGRAMMA BIENNALE DI ATTIVITÀ DI PROMOZIONE E INFORMAZIONE DENOMINATO "EUCAREBEEF"

Il recapito del plico e/o della comunicazione telematica nei termini previsti rimane a esclusivo rischio del mittente ove, per qualsiasi motivo, non giunga a destinazione entro il suddetto termine perentorio.

Il recapito oltre tale termine perentorio, e la relativa esclusione, non potrà essere oggetto di contestazione.

Indirizzo al quale far pervenire le proposte entro il termine suddetto:

A.O.P. ITALIA ZOOTECNICA - Via 1 Maggio n.7, 35020 - Legnaro (PD).

Modalità di apertura delle offerte e di selezione:

Una Commissione interna sarà nominata *ad hoc*, dopo il termine ultimo previsto per l'arrivo delle offerte, per effettuare l'apertura e la valutazione delle proposte regolarmente pervenute, nonché la conseguente selezione secondo i criteri previsti nel presente bando di gara. La Commissione si riunirà presso la sede della Stazione Appaltante, al fine di espletare le procedure di selezione. I lavori della Commissione saranno adeguatamente verbalizzati con indicazione, tra l'altro, delle motivazioni a sostegno delle valutazioni effettuate.

La Stazione Appaltante provvederà a dare adeguata pubblicità dell'avvenuta aggiudicazione dell'appalto. In particolare, sarà data tempestiva comunicazione formale a tutti i partecipanti dell'esito della Gara attraverso comunicazione formale via email, informando i concorrenti non aggiudicatari delle ragioni dell'esclusione.

I risultati verranno anche pubblicati sul sito della Stazione Appaltante, non appena terminate le valutazioni da parte della Commissione.

Ulteriori informazioni possono essere richieste al seguente recapito:

email: info@emmepicons.com

DOCUMENTI DI GARA:

- BANDO
- CAPITOLATO TECNICO
- ALLEGATO A - B

9. Modalità di presentazione e valutazione delle proposte

9.1. Modalità di predisposizione dell'offerta tecnica – Busta B

Presentazione dell'operatore economico:

Presentazione generale in termini di: contatti, esperienze maturate nel settore della promozione/informazione su prodotti agricoli di alta qualità, esperienza nella realizzazione di eventi, attività di PR e Ufficio Stampa, organizzazione di degustazioni nei punti vendita e campagne stampa, elaborazione materiale promozionale/informativo, gestione siti web e social media. Informazioni sul proprio organico, con espresso riferimento alle attività similari già realizzate a livello europeo ed internazionale, e particolarmente ai settori e ai Paesi d'intervento del Programma.

Contenuti della Relazione tecnica:

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

STRATEGIA COMPLESSIVA

Il partecipante 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.

OUTPUT DI PROGETTO

Il partecipante dovrà articolare la propria proposta proponendo le modalità realizzative che ritiene maggiormente efficaci per la produzione degli output progettuali. La proposta dovrà essere strutturata in particolare sviluppando i sottostanti punti:

- a) caratteristiche realizzative e contenuti degli interventi, con motivazione circa le modalità strategiche, organizzative ed esecutive prescelte, analisi di coerenza con gli obiettivi generali e specifici del Programma e descrizione degli output di progetto;
- b) presentazione del gruppo di lavoro responsabile della realizzazione delle attività, con descrizione delle capacità del gruppo di lavoro di produrre tali output, anche in riferimento alle specifiche competenze ed esperienze professionali maturate.

APPROCCIO METODOLOGICO E ARTICOLAZIONE DELLE ATTIVITA'

Per ogni tipologia di attività riportata nel capitolato dovranno essere descritti gli specifici interventi che si intendono attuare per raggiungere gli obiettivi progettuali. Le attività e i relativi interventi dovranno essere coerenti con la strategia complessiva del Programma e con i rispettivi sub-assi strategici proposti per i singoli Paesi target, rispetto ai relativi gruppi bersaglio individuati. Gli interventi 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;
- 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) descrizione del gruppo di lavoro e delle specifiche responsabilità in relazione alle diverse attività.

9.2. Modalità di predisposizione dell'offerta economica – Busta C

I costi dovranno essere dettagliati per ogni attività e tipologia di attività necessaria per l'organizzazione e realizzazione del servizio (SUBTOTALE ATTIVITA') con indicazione del valore dell'onorario dell'operatore economico considerato secondo lo schema seguente. Tali costi concorrono alla definizione del SUBTOTALE ATTIVITA' e sono soggetti a rendicontazione secondo quanto indicato nella Convenzione di cui al modello allegato al bando annualità 2023 approvato ai sensi del Regolamento UE n. 1144/2014 relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardante i prodotti agricoli realizzate nel Mercato Interno e nei Paesi Terzi.

Si riporta una tabella di esempio:

Pacchetto di lavoro/paese target/attività comuni	Tipologia di attività	Costo attività per ognuna delle due annualità (euro)	Totale complessivo (euro)
WP 2 – Pubbliche relazioni			
WP 3 – Sito web, social media			
WP 4 - Pubblicità			
WP 5 - Pubblicazioni			
WP 6 – Eventi			
WP 7 – Promozione presso i punti vendita			
WP 8 – Indagine quali-quantitativa			
Totale Offerta Economica			

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

ONERI A CARICO DELL'AGGIUDICATARIO

Sono a carico dell'aggiudicatario.

1. Svolgimento dei Servizi oggetto dell'appalto, nell'accettazione integrale e incondizionata del contenuto del presente Capitolato;
2. 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 regionale, 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.

MODIFICHE DEL CONTRATTO - VARIAZIONI QUANTITATIVE E QUALITATIVE DEI SERVIZI

La Stazione Appaltante, qualora sorgessero improvvise e particolari necessità, si riserva il diritto di apportare al contratto variazioni quantitative in più o in meno entro il limite del quinto dell'importo del contratto nel rispetto degli obblighi contrattuali.

RAPPORTI TRA L'AGGIUDICATARIO E L'AMMINISTRAZIONE

L'aggiudicatario deve individuare un referente responsabile del servizio, che avrà l'obbligo di collaborare strettamente con gli uffici della Stazione Appaltante nella realizzazione del Servizio oggetto dell'appalto, nonché la risoluzione operativa di problematiche relative a particolari esigenze delle attività.

INADEMPIENZE

La A.O.P. ITALIA ZOOTECNICA 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, la A.O.P. ITALIA ZOOTECNICA potrà richiedere al fornitore la sostituzione di personale inadeguato alla realizzazione dei servizi. In caso di ritardo o rifiuto, nonché in ogni altra ipotesi di inosservanza degli obblighi contrattuali assunti dall'operatore economico, la Stazione Appaltante contesterà in forma scritta alla ditta aggiudicataria le inadempienze.

DECADENZA E REVOCA DELL'APPALTO

La ditta aggiudicataria potrà essere dichiarata decaduta dall'appalto nei seguenti casi:

- per mancato assolvimento degli obblighi contrattuali o di legge, in materia di stipendi, liquidazioni o trattamenti previdenziali ed assicurativi a favore del personale della ditta aggiudicataria;
- per manifesta inadempienza degli impegni assunti con il contratto di appalto;
- per inosservanza delle linee progettuali presentate e delle eventuali indicazioni integrative in ordine alla qualità del servizio.

RISOLUZIONE UNILATERALE DEL CONTRATTO

La Stazione Appaltante ha la facoltà di controllare e verificare la buona esecuzione del servizio con ausilio di incaricati scelti a sua discrezione. In caso di risoluzione del contratto, la Ditta aggiudicataria è comunque impegnata a proseguire l'incarico, alle medesime condizioni, per il tempo massimo di tre mesi.

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'operatore economico aggiudicatario e per il restante 50% della Stazione Appaltante.

CONTENZIOSO

Per la risoluzione di tutte le controversie che dovessero sorgere nell'esecuzione del servizio, non definibili in via breve dalle parti contraenti, il foro competente è quello di Padova (PD).

DIRITTI DI PROPRIETÀ E DI UTILIZZAZIONE

I diritti di proprietà e/o di utilizzazione e sfruttamento economico degli elaborati, predisposti o realizzati dall'aggiudicatario o da suoi dipendenti e collaboratori nell'ambito o in occasione dell'esecuzione del presente servizio, rimarranno di titolarità esclusiva dell'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'aggiudicatario si impegna a consegnare tutti i prodotti in formato aperto e modificabile e si obbliga espressamente a fornire alla Stazione 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 della Stazione Appaltante in eventuali registri o elenchi pubblici. L'aggiudicatario si impegna a rispettare la vigente normativa in materia di raccolta e trattamento dei dati personali e di tutela delle banche dati.

TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI DI TERZI E RISERVATEZZA

L'Aggiudicatario, durante l'esecuzione del contratto, si impegna a rispettare tutte le disposizioni contenute dalla normativa nazionale ed europea ivi comprese le disposizioni di cui al D.Lgs. 196/2003 e quelle previste dal Reg. (UE) 679/2016 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 (c.d. GDPR) e a garantire che le informazioni personali, patrimoniali, statistiche, anagrafiche e/o di qualsiasi altro genere, di cui verrà a conoscenza in ragione dei servizi affidati, saranno trattati con modalità adeguate e secondo procedure trasparenti.

L'Aggiudicatario, durante e dopo l'esecuzione del contratto, si impegna a non fare uso diretto o indiretto delle informazioni di cui è venuto a conoscenza in ragione dei servizi affidati per ottenere vantaggi o altre utilità per sé o per soggetti terzi. In particolare, l'Aggiudicatario si deve impegnare a mantenere la massima riservatezza su tutte le informazioni, dati e circostanze riguardanti il Committente, anche successivamente alla conclusione del servizio.

INFORMATIVA SUL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

In ossequio alle disposizioni di cui al D.Lgs. 196/2003 e quelle previste dal Reg. (UE) 679/2016 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 (c.d. GDPR), il Committente utilizzerà i dati raccolti contenuti nelle offerte al solo fine di procedere alla selezione dell'Organismo di esecuzione. I dati raccolti potranno essere utilizzati per l'adempimento di obblighi di legge, ivi compresi i controlli previsti dal Reg. (UE) 1144/2014.

I diritti dell'interessato sono fissati all'art 13 del D.Lgs. 196/2003 e possono essere esercitati ai sensi e per gli effetti del GDPR (Cfr. artt. 15 e 22).

Il Committente dichiara che in ordine al procedimento instaurato per la procedura di selezione:

- Le finalità del trattamento dei dati riguardano la verifica della capacità dei concorrenti di partecipare e aggiudicarsi la gara in oggetto.
- I dati forniti saranno raccolti, registrati, organizzati e conservati per il tempo strettamente necessario e per le finalità di gestione della gara; saranno trattati sia mediante supporti cartacei sia mediante tecnologie informatiche, anche successivamente all'eventuale instaurazione del rapporto contrattuale per le finalità del rapporto medesimo.
- La mancata indicazione dei dati richiesti obbligatoriamente comporta l'esclusione dalla presente gara.
- I dati potranno essere comunicati a: 1. Personale del Committente; 2. Componenti Commissione giudicatrice; 3. Commissione di verifica individuata dal MASAF; 4. Concorrenti che partecipano alla seduta pubblica di gara; 5. Tutti gli altri soggetti individuati come meritevoli o interessati ai sensi

della normativa italiana e in particolare della Legge sul procedimento amministrativo n. 241/90.

- Soggetto attivo della raccolta dati è il Committente e il responsabile del trattamento è il Legale Rappresentante.
- L'interessato può esercitare i diritti previsti dal D.Lgs. 196/2003 e dal GDPR artt. 15 e 22.

Titolare del trattamento dei dati: A.O.P. ITALIA ZOOTECNICA.

Esercizio dei diritti: per ogni ulteriore informazione in materia di trattamento dei dati personali è possibile scrivere a info@italiazootecnica.it

RESPONSABILE UNICO DEL PROCEDIMENTO

Responsabile Unico del Procedimento è il Dott. Giuliano Marchesin.