

BANDO DI GARA MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI NEI PAESI TERZI DENOMINATO "SAN MARZANO DOP: ECCELLENZA EUROPEA" – ACRONIMO "EU RED PDO" - INVITO A PRESENTARE PROPOSTE N. 2019/C 18/04 DEL 15.01.2019

CAPITOLATO TECNICO

1 – Informazioni preliminari

IL CONSORZIO DI TUTELA DEL POMODORO S. MARZANO DELL'AGRO SARNESE – NOCERINO D.O.P. – con sede legale ed operativa in Via Lanzara N° 27 – 84087 Sarno (SA) – Italia – C.F. / P. IVA 03571370653 – R.E.A. Salerno N° 305404 – Tel. +39 081 7347020 – Fax +39 081 7347126 – email info@pomodoroconsorziosanmarzanodop.it - PEC consorziopomodorosanmarzanodop@pec.it, in qualità di Organismo proponente capofila e Coordinatore del raggruppamento Consorzio di Tutela del Pomodoro S. Marzano dell'Agro Sarnese-Nocerino D.O.P. e ANICAV – Associazione Nazionale Industriali Conserve Alimentari Vegetali, di seguito denominato anche "Committente", indice un Bando di Gara per la selezione, mediante Procedura Competitiva Aperta, di un "Organismo di Esecuzione".

1.1 – Quadro di riferimento

In attuazione dei Regolamenti UE n. 1144/2014, n. 1829/2015 e n. 1831/2015, il Committente ha il compito di **selezionare un Organismo di Esecuzione per la realizzazione del programma triennale di informazione e di promozione** denominato **"San Marzano DOP: Eccellenza Europea" (Acronimo "EU RED PDO") – ID 874797-** di seguito anche denominato il "Programma" - **presentato in data 16/04/2019 a valere sul Bando 2019/C 18/04 "Call for proposals for simple programmes 2019" – Tema 04-2019 - ed approvato con decisione della Commissione Europea N. C (2019) 7432 del 21/10/2019.**

Il Committente non è un organismo di diritto pubblico ai sensi dell'art. 2, paragrafo 1, punto 4 della Direttiva 2014/24/UE e, pertanto, non è tenuto ad applicare le norme nazionali che recepiscono le Direttive europee sugli appalti pubblici (in Italia il Decreto legislativo 50/2016). Il Committente è, comunque, tenuto ad 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.

Il Committente, in qualità di Organismo proponente capofila e Coordinatore del raggruppamento Consorzio di Tutela del Pomodoro S. Marzano dell'Agro Sarnese-Nocerino D.O.P. e ANICAV – Associazione Nazionale Industriali Conserve Alimentari Vegetali, indice, pertanto, un Bando di Selezione mediante Procedura Competitiva Aperta per la selezione di un "Organismo di esecuzione" incaricato della realizzazione del Programma "EU RED PDO".

Si precisa che l'esecuzione del programma europeo oggetto del presente bando di gara dovrà essere preventivamente condivisa ed approvata dall'Assemblea del Consorzio e che in caso di mancata approvazione l'aggiudicazione della gara sarà da considerarsi nulla e decaduta di fatto, con esonero di ogni responsabilità da parte del Consorzio e dal riconoscimento di qualsiasi onere e/o danno ai partecipanti alla gara.

1.2 – Normativa e documentazione di riferimento

Il quadro dei riferimenti normativi essenziali ai fini dell'esecuzione del Programma comprende:

- a) 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 e che abroga il regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio (GU L 317 del 4.11.2014, pag. 56);
- b) il regolamento delegato (UE) n. 1829/2015 della Commissione 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 (GU L 266 del 13.10.2015, pag. 3);
- c) il regolamento di esecuzione (UE) 1831/2015 della Commissione 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 (GU L 266 del 13.10.2015, pag. 14);
- d) l'invito a presentare proposte 2019 - Programmi semplici – Sovvenzioni per azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi in conformità al regolamento (UE) n. 1144/2014 (2019/C 18/04);

- e) le indicazioni fornite con gli Orientamenti sulla procedura di gara di cui alla nota della Commissione europea DDG1.B5/MJ/db D (2016) 3210777 del 7 luglio 2016;
- f) la Comunicazione della Commissione europea (2006/C 179/02);
- g) il Decreto direttoriale MIPAAF del 01 marzo 2019 – Prot. N. 0014513 – relativo alla procedura di selezione degli organismi di esecuzione per i programmi semplici.

1.3 – Informazioni generali sul Programma

Prodotti oggetto del Programma:

Conserve di pomodoro S. Marzano dell'Agro Sarnese-Nocerino D.O.P. (codice doganale 2002).

Paese target:

Stati Uniti d'America

Obiettivo generale:

Aumentare la competitività, il consumo e la quota di mercato delle conserve di pomodoro S. Marzano dell'Agro Sarnese-Nocerino D.O.P. nel mercato target ottimizzandone l'immagine e migliorando il grado di conoscenza della loro qualità.

Obiettivi specifici:

1. Conseguire (entro la fine del 2022) un aumento del 78% (rispetto al 2018) in termini di valore delle esportazioni di conserve di pomodoro S. Marzano D.O.P. Questo obiettivo dovrà essere raggiunto principalmente attraverso le attività finalizzate ai professionisti della distribuzione e del canale HoReCa e, secondariamente, attraverso le attività rivolte agli opinion leader (giornalisti, scrittori, blogger, etc.) che ricoprono un ruolo di primaria importanza nell'indirizzare la domanda del prodotto da parte dei consumatori finali del mercato target.

2. Migliorare il grado di conoscenza / riconoscimento del pomodoro S. Marzano D.O.P., quale prodotto autentico, versatile e di elevata qualità, tra i professionisti della distribuzione e del canale HoReCa, gli opinion leader e i consumatori finali del mercato target.

Gruppi bersaglio:

1. Professionisti della distribuzione (trend setting retailers in primis) e del canale HoReCa

3. Opinioni (giornalisti, scrittori, blogger, ecc.)

4. Consumatori delle coste orientale / Grandi laghi e occidentale di livello socio-economico medio-alto nella fascia di età 26-64 anni (*Millennials* e *Boomers* in primis, con particolare riferimento ai *foodies* e agli *health conscious consumers*)

Attività da realizzare:

Definizione della strategia di comunicazione, graphic design e visual identity

Creazione e aggiornamento sito web in inglese e SEO

Gestione social media

Blogger Outreach Programme

Strumenti di comunicazione (reportage fotografico e strumenti di comunicazione below the line)

Attività di relazioni pubbliche (ufficio PR / stampa permanente e organizzazione eventi stampa)

Organizzazione di incontri di presentazione "one-to-one" con distributori e concorsi a premi per consumatori

Settimane di degustazione nei ristoranti

Manifestazioni fieristiche internazionali di settore (partecipazione e sponsorizzazione eventi)

Discovery tour in Italia

Durata del Programma e dell'appalto:

36 mesi (suddiviso in 3 fasi annuali: 2020, 2021, 2022)

Importo complessivo del Programma:

€ 1.029.224,00

Importo complessivo oggetto del presente appalto:

€ 793.200,00 oltre Iva così suddivisi:

Annualità 1: € 329.000,00 oltre Iva

Annualità 2: € 208.500,00 oltre Iva

Annualità 3: € 255.700,00 oltre Iva

L'appalto è costituito da un unico lotto.

2 – Oggetto dell'appalto

2.1 – Descrizione generale del servizio

Il servizio consiste nell'esecuzione del Programma.

L'aggiudicatario dovrà, quindi, assicurare, a seguito della stipula del contratto, lo sviluppo progettuale del Programma di durata triennale e la realizzazione delle attività informative e promozionali previste dal

cronoprogramma sulla base degli obiettivi generali e specifici previsti, anche attraverso il monitoraggio costante delle attività realizzate e dei relativi risultati conseguiti e la predisposizione di relazioni tecniche (periodiche e finale). Il servizio deve caratterizzarsi per un qualificato supporto tecnico e operativo, un'elevata qualità dei prodotti realizzati, nonché 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 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 1144/2014 e assicurando una chiara riconoscibilità al Programma e ai soggetti promotori.

2.2 – Modalità di esecuzione

L'aggiudicatario deve costituire e disporre per tutta la durata del contratto di un Gruppo di lavoro, nel rispetto dei requisiti di partecipazione, incaricato di gestire e attuare il Programma. Tutte le attività del Gruppo di lavoro devono essere concordate e condivise con il Committente. E' previsto che almeno due dei componenti il Gruppo di lavoro siano disponibili a partecipare alle riunioni di monitoraggio (trimestrali e annuali) che si svolgeranno presso la sede del Committente soggetto capofila o del soggetto Partner (ANICAV) per dare supporto operativo alle attività del Programma che necessitano di essere svolte in stretto coordinamento con gli organismi proponenti. Il coordinamento delle attività e lo scambio di informazioni con il Committente potrà avvenire anche con altre modalità: ulteriori riunioni, contatti telefonici, videochiamate, corrispondenza via email, scambio di materiali e documenti attraverso sistemi di condivisione online.

2.3 – Gruppo di lavoro

L'aggiudicatario deve assicurare le prestazioni inerenti i servizi in affidamento con personale interno e/o collaboratori esterni aventi i requisiti professionali e tecnici adeguati alle attività affidate. 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, i componenti del Gruppo di lavoro dedicato dovranno possedere un ventaglio di competenze con particolare riferimento ai seguenti ambiti: sviluppo strategie di comunicazione e marketing, creazione e sviluppo siti web, realizzazione materiale di comunicazione above e below the line, digital web e social management, organizzazione eventi, conferenze stampa, workshop, incontri, missioni e viaggi di approfondimento, design / allestimenti e sviluppo attività nell'ambito di manifestazioni fieristiche internazionali, relazioni pubbliche, gestione uffici stampa, project management.

L'aggiudicatario si impegna:

- a) ad adibire al servizio personale e/o collaboratori idonei, di provata capacità, onestà, moralità e riservatezza;
- b) a garantire la stabilità e la continuità del servizio in ogni circostanza, assicurando personale e/o collaboratori quantitativamente e qualitativamente adeguati alle necessità e nel rispetto dei contenuti dell'offerta tecnica;
- c) al rispetto, nei confronti del proprio personale e/o collaboratori, dei contratti di lavoro relativi al trattamento salariale, normativo, previdenziale ed assicurativo.

3 – Durata del servizio

Il servizio ha la durata di trentasei (36) mesi decorrenti dalla data di stipula del contratto di appalto che verrà stipulato tra il Committente e l'Aggiudicatario entro 30 giorni dalla data della sottoscrizione della convenzione tra il Committente ed AGEA ed avrà per oggetto lo svolgimento delle attività indicate nel presente capitolato alle condizioni ivi riportate. Il Committente si riserva la facoltà di richiedere un differimento del termine di esecuzione del servizio per massimo ulteriori 6 (sei) mesi, al fine di assicurare il completamento delle attività previste dal Programma, a parità di condizioni economiche.

4 – Requisiti per la partecipazione alla gara

Gli operatori economici, anche stabiliti in altri Stati membri dell'Unione Europea, possono partecipare alla presente gara in forma singola o avvalendosi, per la dimostrazione del possesso dei requisiti di carattere economico, finanziario, tecnico e professionale, di altri soggetti.

E' comunque vietato al concorrente che partecipa alla gara in avvalimento di partecipare anche in forma individuale. I concorrenti devono essere in possesso dei requisiti previsti nei punti seguenti.

4.1 – Requisiti di idoneità

Iscrizione nel registro tenuto dalla Camera di Commercio Industria, Artigianato e Agricoltura per attività coerenti

con quelle oggetto della presente procedura di gara (da attestare tramite copia di visura camerale). Il concorrente non stabilito in Italia ma in un altro Stato Membro presenta dichiarazione giurata o secondo le modalità vigenti nello Stato in cui è stabilito.

4.2 – 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;
- a omesso pagamento di imposte o contributi previdenziali;
- a insolvenza, conflitto di interessi o illeciti professionali.

L'inesistenza di questi motivi dovrà essere attestata tramite la dichiarazione allegata (**Allegato A**) sottoscritta dal Legale Rappresentante.

4.3 – Requisiti di capacità economica e finanziaria

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione deve dimostrare, singolarmente o in avvalimento, di aver realizzato, **nel triennio 2016/2018, un fatturato medio annuo** non inferiore a Euro 1.200.000,00 (Euro un milione duecento mila) al netto dell'IVA per attività analoghe a quelle della presente gara;

La comprova del su citato requisito dovrà essere fornita mediante apposita dichiarazione (**Allegato A**) sottoscritta dal legale rappresentante e dalla presentazione dei **bilanci degli ultimi tre esercizi finanziari**. **Nel caso di ricorso allo strumento dell'avvalimento l'Allegato A nonché la restante documentazione richiesta dovranno essere prodotti anche dall'impresa ausiliaria.**

4.4 - Requisiti di capacità tecnica e professionale

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione deve dimostrare, singolarmente o in avvalimento, di aver realizzato, **nel triennio 2016/2018, attività analoghe a quelle oggetto della gara**. Per attività analoghe si intendono (a titolo esemplificativo e non esaustivo): sviluppo strategie di comunicazione e marketing, creazione e sviluppo siti web, realizzazione materiale di comunicazione above e below the line, digital web e social management, organizzazione eventi, conferenze stampa, workshop, incontri, missioni e viaggi di approfondimento, design / allestimenti e sviluppo attività nell'ambito di manifestazioni fieristiche internazionali, relazioni pubbliche, gestione uffici stampa, project management..

La comprova del su citato requisito dovrà essere fornita mediante apposita dichiarazione (**Allegato A**) sottoscritta dal legale rappresentante e recante in allegato la presentazione generale dell'organismo di esecuzione, la descrizione del gruppo di lavoro e i profili sintetici dei suoi componenti. **Nel caso di ricorso allo strumento dell'avvalimento l'Allegato A e i restanti documenti richiesti dovranno essere prodotti anche dall'impresa ausiliaria.**

In caso di ricorso all'istituto dell'avvalimento, dovranno essere altresì presentate le seguenti dichiarazioni:

- dichiarazione sottoscritta dal legale rappresentante dell'impresa concorrente attestante l'avvalimento dei requisiti necessari per la partecipazione alla gara, con specifica indicazione dei requisiti forniti e delle risorse messe a disposizione dall'impresa ausiliaria;
- dichiarazione sottoscritta dal legale rappresentante dell'impresa ausiliaria attestante l'inesistenza delle cause di esclusione dalla partecipazione alla gara nonché il possesso dei requisiti e delle risorse oggetto di avvalimento (**Allegato A**);
- dichiarazione incondizionata ed irrevocabile sottoscritta dal legale rappresentante dell'impresa ausiliaria con cui la stessa si obbliga verso il concorrente e verso la stazione appaltante a mettere a disposizione, per tutta la durata del contratto, le risorse necessarie di cui è carente il concorrente;
- dichiarazione sottoscritta dal legale rappresentante dell'impresa ausiliaria di non partecipare alla gara in proprio o associata o consorziata ad altre imprese e di non prestare avvalimento per altri concorrenti;
- copia del contratto in virtù del quale l'impresa ausiliaria si obbliga nei confronti del concorrente a fornire i requisiti e le risorse necessarie per tutta la durata dell'appalto; nel caso di avvalimento nei confronti di un'impresa che appartiene al medesimo gruppo, in luogo del contratto, può essere presentata una dichiarazione sostitutiva attestante il legame giuridico ed economico esistente nel gruppo;
- copia visura attestante l'iscrizione dell'impresa ausiliaria al registro camerale per attività coerenti con quelle oggetto del contratto di avvalimento (nel caso di operatori economici non residenti e privi di stabile organizzazione in Italia, documentazione conforme alla normativa vigente nel rispettivo Paese o

dichiarazione giurata).

4.5 – Subappalto

Il concorrente indica all'atto dell'offerta le parti del servizio che intende subappaltare nei limiti del 30% dell'importo complessivo del contratto. Non costituisce motivo di esclusione ma comporta, per il concorrente, il divieto di subappalto l'indicazione di uno o più subappaltatori che, contestualmente, concorrano in proprio alla presente gara.

4.6 – Garanzia fideiussoria

In caso di aggiudicazione dell'appalto, l'Aggiudicatario dovrà presentare una garanzia fideiussoria rilasciata da istituto bancario o assicurativo in possesso delle necessarie autorizzazioni pari al 10% dell'importo affidato per ciascuna annualità e, più precisamente, di importo pari a € 32.900,00 per la prima annualità, € 20.850,00 per la seconda annualità e € 25.570,00 per la terza annualità. La garanzia relativa alla prima annualità dovrà essere fatta pervenire, in originale, almeno 10 (dieci) giorni prima della sottoscrizione del contratto. La garanzia relativa alle successive annualità dovrà essere fatta pervenire, in originale, rispettivamente, entro e non oltre il 31 dicembre 2020 e il 31 dicembre 2021.

5 – Modalità di presentazione dell'offerta e sottoscrizione dei documenti di gara

Il plico contenente l'offerta, a **pena di esclusione**, deve essere sigillato e trasmesso a mezzo raccomandata del servizio postale o tramite corriere o mediante consegna a mano tutti i giorni escluso il sabato e la domenica dalle ore **9,00 alle ore 17,00 press la sede del soggetto partner: ANICAV – Viale della Costituzione - Centro Direzionale Isola F/3 – 5° Piano – 80143 Napoli (NA) – Italia. Il plico deve pervenire al su citato indirizzo, a pena di esclusione, entro e non oltre le ore 12.00 (ora italiana) del 3 dicembre 2019.** Nel caso di consegna a mano, il personale addetto rilascerà ricevuta nella quale sarà indicata data e ora di ricezione del plico. Il recapito del plico rimane a esclusivo rischio del mittente ove, per qualsiasi motivo, non giunga a destinazione entro il suddetto termine perentorio. Si precisa che per "sigillatura" deve intendersi una chiusura ermetica recante un qualsiasi segno o impronta, apposto su materiale plastico come striscia incollata o ceralacca, tale da rendere chiusi il plico e le buste nello stesso contenute, attestare l'autenticità della chiusura originaria proveniente dal mittente, nonché garantire l'integrità e la manomissione del plico e delle buste.

Il plico deve recare, all'esterno, le informazioni relative all'operatore economico concorrente (denominazione o ragione sociale, P. IVA, indirizzo PEC – o email nel caso di concorrenti non stabiliti in Italia - per le comunicazioni) e riportare la seguente dicitura: **Bando di selezione mediante procedura competitiva aperta per la selezione di un organismo incaricato dell'esecuzione del Programma denominato "SAN MARZANO DOP: ECCELLENZA EUROPEA – EU RED PDO".**

Il plico deve contenere al suo interno tre buste chiuse e sigillate, recanti l'intestazione del mittente, l'indicazione dell'oggetto dell'appalto e la dicitura, rispettivamente:

"A – Documentazione amministrativa"

"B – Offerta tecnica"

"C – Offerta economica"

La mancata sigillatura delle buste "A", "B" e "C" inserite nel plico, nonché la non integrità delle medesime, sono **cause di esclusione** dalla gara.

Tutte le dichiarazioni sostitutive rese ai sensi degli artt. 46 e 47 del d.p.r. 445/2000, nonché l'Allegato A, la domanda di partecipazione, l'offerta tecnica e l'offerta economica devono essere sottoscritte dal rappresentante legale del concorrente e, nel caso di ricorso all'avvalimento, dell'impresa ausiliaria. In caso di concorrenti non stabiliti in Italia, la documentazione dovrà essere prodotta in modalità idonea equivalente secondo la legislazione dello Stato di appartenenza. Il dichiarante allega copia fotostatica di un documento di riconoscimento in corso di validità.

Tutta la documentazione dovrà essere redatta in **lingua italiana e/o inglese** e dovrà essere presentata in formato cartaceo e in formato elettronico - stampabile e copiabile - su chiavetta USB (una per ciascuna busta) a cura del partecipante alla gara **entro e non oltre le ore 12.00 del 3 dicembre 2019.**

Ulteriori informazioni e/o chiarimenti sulla presente procedura possono essere ottenuti mediante la proposizione di quesiti scritti da inoltrare all'indirizzo PEC: consorziopomodorosanmarzanodop@pec.it o, nel caso di concorrenti non stabiliti in Italia, all'indirizzo email: info@consorziopomodorosanmarzanodop.it almeno 3 giorni prima della scadenza del termine fissato per la presentazione delle offerte. Non sono ammessi chiarimenti telefonici.

5.1 – Contenuti della Busta "A" – Documentazione amministrativa e requisiti di capacità economica-finanziaria e tecnica-professionale

La Busta A contiene la domanda di partecipazione, l'Allegato A, il certificato di iscrizione alla Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura (nel caso di operatori economici non residenti e privi di stabile organizzazione in Italia, documentazione conforme alla normativa vigente nel rispettivo Paese o dichiarazione giurata) e i bilanci relativi al triennio 2016/2018 del concorrente e, nel caso di ricorso all'avvalimento, dell'impresa ausiliaria, nonché tutta la restante documentazione a corredo in relazione alla forma di partecipazione.

La **domanda di partecipazione** contiene tutte le seguenti informazioni e dichiarazioni:

- forma singola o in avvalimento con la quale il concorrente partecipa alla gara;
- in caso di avvalimento, il concorrente fornisce i dati identificativi (ragione sociale, P. IVA, sede) e il ruolo di ciascuna impresa ausiliaria;
- dichiara remunerativa l'offerta economica presentata giacché per la sua formulazione ha preso atto e tenuto conto: a) delle condizioni contrattuali e degli oneri compresi quelli relativi in materia di sicurezza, di assicurazione, di condizioni di lavoro e di previdenza e assistenza in vigore nel luogo dove devono essere svolti i servizi/forniture; b) di tutte le circostanze generali, particolari e locali, nessuna esclusa ed eccezionata, che possano avere influito o influire sia sulla prestazione del servizio, sia sulla determinazione della propria offerta;
- accetta, senza condizione o riserva alcuna, tutte le norme e disposizioni contenute nel presente Capitolato;
- indica i seguenti dati; domicilio fiscale; codice fiscale / partita IVA; indirizzo PEC **oppure**, solo in caso di concorrenti aventi sede in altri Stati membri, l'indirizzo di posta elettronica ai fini delle comunicazioni;
- autorizza qualora un partecipante alla gara eserciti la facoltà di "accesso agli atti", il Committente a rilasciare copia di tutta la documentazione presentata per la partecipazione alla gara;
- attesta di essere informato, ai sensi e per gli effetti dell'articolo 13 del decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, che i dati personali raccolti saranno trattati, anche con strumenti informatici, esclusivamente nell'ambito della presente gara, nonché dell'esistenza dei diritti di cui all'articolo 7 del medesimo decreto legislativo.

Gli operatori economici non residenti e privi di stabile organizzazione in Italia dovranno, inoltre, dichiarare di impegnarsi ad uniformarsi, in caso di aggiudicazione, alla disciplina di cui agli articoli 17, comma 2, e 53, comma 3, del d.p.r. 633/1972 e a comunicare al Committente la nomina del proprio rappresentante fiscale, nelle forme di legge.

Il concorrente allega copia fotostatica di un documento di identità del sottoscrittore nonché tutta la documentazione / dichiarazioni richieste in caso di ricorso alla procedura di avvalimento (vedi precedente punto 4.4).

L'Allegato A contiene tutte le seguenti informazioni:

- informazioni sull'operatore economico;
- motivi di esclusione;
- criteri di selezione

Nel caso di ricorso allo strumento dell'avvalimento, l'Allegato A dovrà essere prodotto anche dall'impresa ausiliaria.

La Busta A contiene, inoltre, **a pena di esclusione, la Presentazione dell'organismo di esecuzione** così come di seguito indicato:

- **Presentazione generale** in termini di azioni realizzate nei seguenti campi di attività: sviluppo strategie di comunicazione e marketing, creazione e sviluppo siti web, realizzazione materiale di comunicazione above e below the line, digital web e social management, organizzazione eventi, conferenze stampa, workshop, incontri, missioni e viaggi di approfondimento, design / allestimenti e sviluppo attività nell'ambito di manifestazioni fieristiche internazionali, relazioni pubbliche, gestione uffici stampa, project management;
- Conoscenza del mercato target e contatti operativi già in essere.

Descrizione del gruppo di lavoro dedicato alla realizzazione del Programma, per i cui componenti deve essere fornito il relativo profilo sintetico evidenziando, in particolare le attività e l'esperienza acquisita nel settore agroalimentare e/o in progetti analoghi.

In caso di ricorso all'istituto dell'avvalimento le su richiamate informazioni dovranno essere fornite sia dal concorrente che dall'impresa ausiliaria.

5.2 - Contenuti della Busta "B" – Offerta Tecnica

La busta "B – Offerta tecnica" contiene, **a pena di esclusione:**

a) Definizione della strategia complessiva di comunicazione

Nell'articolazione della strategia proposta dovranno essere considerate le seguenti indicazioni:

- articolazione della strategia di comunicazione: descrizione della coerenza tra gli obiettivi previsti a programma

- e la strategia di comunicazione proposta per il Paese target;
- proposta di concept di comunicazione e di ideazione grafica: originalità, creatività, efficacia e coerenza del concept di comunicazione con la strategia di comunicazione e con gli obiettivi del programma;
- declinazione del concept e del key visual strategico nei formati standard che saranno utilizzati.
- soluzioni tecniche e qualità dei prodotti.

L'articolazione della strategia proposta dovrà evidenziare sinteticamente la rispondenza della stessa agli obiettivi del Committente, le motivazioni delle scelte strategiche operate in funzione del mercato target nonché l'efficacia dei messaggi proposti.

La relazione dovrà contenere tutti gli elementi atti a definire compiutamente l'ideazione, la strategia di comunicazione (Progetto creativo) e la produzione (Progetto esecutivo).

b) Articolazione delle attività e output di Programma

Per ciascuna attività prevista nei Pacchetti di lavoro, così come riportati al successivo Punto 6, dovranno essere dettagliati gli interventi che si intendono porre in essere annualmente per raggiungere gli obiettivi progettuali ed i relativi indicatori minimi di risultato così come riportati nella tabella riepilogativa di cui al Punto 6 (INDICATORI DI REALIZZAZIONE – OUTPUT - RISULTATO E IMPATTO). Le attività ed i relativi interventi dovranno essere coerenti con la strategia proposta e con i gruppi bersaglio individuati e dovranno essere declinati in funzione dei punti sotto riportati:

- descrizione dettagliata delle attività;
- gruppo di lavoro proposto per la realizzazione delle singole attività;
- prodotti / servizi (output) che saranno forniti: descrizione, quantificazione e, nel caso di prodotti, modalità di diffusione degli stessi.

Per il periodo di attuazione del Programma è prevista la realizzazione di una serie di output minimi richiesti per ciascuna attività. I concorrenti hanno, comunque, 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 dalla base d'asta.

5.3 – Contenuto della Busta C - Offerta Economica

La Busta "C – Offerta Economica" contiene, a pena di esclusione, l'offerta economica che dovrà specificare i seguenti elementi:

- **Prezzo complessivo offerto** espresso in totale e per ciascuna annualità sia in cifre che in lettere, al netto di IVA e/o di altre imposte e contributi di legge.
- **Per ciascuna attività riportata al Punto 6**, dovranno, inoltre, essere dettagliati, per singola annualità, all'interno di apposita tabella (vedi esempio di seguito riportato), i relativi costi al netto di IVA e/o di altre imposte e contributi di legge nonché il compenso omnicomprensivo dell'organismo di esecuzione.

Pacchetto di lavoro N° 4	STRUMENTI DI COMUNICAZIONE		
Attività N° 4	Strumenti di comunicazione: reportage fotografico, ricettario, brochure, media kit, menù eventi stampa e settimane di degustazione nei ristoranti, angolo promozionale e roll-up, desk espositore		
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Dettaglio dei costi	Realizzazione N° immagini fotografiche - € Ideazione e stampa N° brochure formato - € Ideazione e stampa N° ricettari formato - € Ideazione e stampa N° Menù per evento stampa e N° Menù per settimane nei ristoranti - € Ecc.		

	Compenso omnicomprensivo organismo di esecuzione – €		
Totale attività N° 4	€	€	€

Il costo totale annuale delle singole attività nonché il compenso totale annuale dell'organismo di esecuzione dovranno, inoltre, essere riportati, separatamente, in un apposito prospetto riassuntivo (vedi esempio di seguito riportato).

ATTIVITA'	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
COSTO TOTALE ATTIVITA'			
COMPENSO ORGANISMO DI ESECUZIONE			

Alla fine di questa tabella si dovranno riassumere il costo totale delle azioni (somma di tutte le attività proposte) e il costo totale del compenso dell'organismo di esecuzione.

Nella preparazione dell'offerta economica ciascun offerente deve comunque tenere presente che, in conformità all'articolo 7, comma 1, lettera b) del decreto del Presidente della Repubblica 21 settembre 2001, n. 403, è necessario rispettare le seguenti percentuali del valore economico complessivo del servizio: a) compenso dell'organismo di esecuzione non oltre il 25%; b) realizzazione / produzione non meno del 75%.

6 – Attività previste dal Programma ATTIVITÀ DA REALIZZARE

Pacchetto di lavoro N° 2	STRATEGIA DI COMUNICAZIONE, GRAPHIC DESIGN E VISUAL IDENTITY		
Gruppi bersaglio	Opinionisti (giornalisti, food blogger e food writer, gastronomi, nutrizionisti), professionisti della distribuzione e del canale HoReCa, consumatori finali		
Attività N° 2	Strategia di comunicazione, graphic design e visual identity		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	Questa attività dovrà comprendere quanto di seguito riportato: <u>Progetto della campagna di comunicazione</u> : ideazione del <i>concept</i> creativo e del <i>claim</i> della campagna. <u>Sviluppo e realizzazione del format grafico e della visual identity</u> della campagna attraverso lo sviluppo creativo del <i>concept</i> di comunicazione sia per il target B2B che per il target B2C. <u>Declinazione e adattamento dei contenuti e del format.</u>		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) richiesti			

Pacchetto di lavoro N° 3	SITO WEB – SOCIAL MEDIA – FOOD BLOGGER		
Gruppi bersaglio	Opinionisti (giornalisti, food blogger e food writer, gastronomi, nutrizionisti), professionisti della distribuzione e del canale HoReCa, consumatori finali		
Attività N° 3.1	Creazione/aggiornamento Sito Web in inglese & SEO		
Descrizione sintetica dell'attività e degli	Creazione di un <u>sito web</u> in inglese dedicato alla promozione della visual identity, dei messaggi e dei prodotti oggetto della campagna.		

output richiesti	Realizzazione di una piattaforma CMS Piano SEO Rapporto annuale sulle attività realizzate e sul numero di contatti ottenuti		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) richiesti			

Pacchetto di lavoro N° 3	SITO WEB - SOCIAL MEDIA - FOOD BLOGGER		
Gruppi bersaglio	Opinionisti (giornalisti, food blogger e food writer, gastronomi, nutrizionisti), professionisti della distribuzione e del canale HoReCa, consumatori finali		
Attività N° 3.2	Gestione Social Media		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	L'attività prevede la pianificazione, la produzione e la pubblicazione dei contenuti (comprensivi di video ricette) secondo un piano editoriale definito su base trimestrale per ciascuna annualità e dovrà garantire il Set-up e l'implementazione dei social account, la gestione degli account e lo sviluppo di follower. Dovranno essere redatti adeguati rapporti semestrali contenenti l'analisi dei risultati e dei trends di visualizzazioni e di follower. I social network individuati sono i seguenti: Instagram e Facebook. Per ogni annualità del programma dovranno essere previste almeno 200 pubblicazioni organiche su Facebook e almeno 150 su Instagram.		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) richiesti			

Pacchetto di lavoro N° 3	SITO WEB - SOCIAL MEDIA - FOOD BLOGGER		
Gruppi bersaglio	Opinionisti (giornalisti, food blogger e food writer, gastronomi, nutrizionisti), professionisti della distribuzione e del canale HoReCa, consumatori finali		
Pacchetto di lavoro N° 3.3	BLOGGER OUTREACH PROGRAMME		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	L'attività consiste nel predisporre un apposito database dal quale selezionare un gruppo mirato di 20 food blogger appassionati di prodotti e cucina di qualità per sensibilizzarli a promuovere i messaggi della campagna e a far conoscere sia il prodotto promosso sia, più in generale, i prodotti europei DOP/IGP/STG. Con i food blogger selezionati dovranno, inoltre, essere concordati altrettanti <u>concorsi annuali a premio</u> (migliore ricetta proposta dai loro <i>followers</i> a base di pomodoro S. Marzano DOP, miglior utilizzo del pomodoro S. Marzano DOP per ricette locali o internazionali, ecc.). Almeno 200 contenuti che dovranno essere generati, gestiti e pubblicati per ciascuna annualità del programma.		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3

Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) richiesti			
--	--	--	--

Pacchetto di lavoro N° 4	STRUMENTI DI COMUNICAZIONE		
Gruppi bersaglio	Opinionisti (giornalisti, food blogger e food writer, gastronomi, nutrizionisti), professionisti della distribuzione e del canale HoReCa, consumatori finali		
Attività n° 4	Strumenti di comunicazione: reportage fotografico, ricettario, brochure, media kit, menù eventi stampa e settimane di degustazione nei ristoranti, angolo promozionale e roll-up, desk espositore		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	<p>L'attività prevede:</p> <ul style="list-style-type: none"> - la realizzazione di un reportage fotografico finalizzata alla creazione di 100 immagini alle quali attingere per sviluppare tutti i restanti materiali - l'ideazione e la realizzazione di un ricettario in inglese in formato sia cartaceo che digitale (15.000 copie) - l'ideazione e la realizzazione di una brochure 12 pagine in inglese in formato sia cartaceo che digitale (15.000 copie) - l'ideazione e la realizzazione di un media kit (cartellina e block notes – 800 copie) - l'ideazione e la realizzazione dei menù da utilizzare in occasione degli eventi stampa (300 copie) e delle settimane di degustazione nei ristoranti (800 copie) - l'ideazione e la realizzazione di 3 angoli promozionali comprensivi di roll-up da utilizzare in occasione degli eventi stampa e di 16 espositori da posizionare all'interno dei ristoranti coinvolti nella campagna 		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) richiesti			

Pacchetto di lavoro N° 5	RELAZIONI PUBBLICHE		
Gruppi bersaglio	Opinionisti (giornalisti, food blogger e food writer, gastronomi, nutrizionisti), professionisti della distribuzione e del canale HoReCa		
Attività N° 5.1	Attività permanenti di relazioni pubbliche e ufficio stampa		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	<p>L'attività comprende: a) la predisposizione e l'aggiornamento annuale di un piano di pubbliche relazioni (inclusivo di contenuti, mailing list e calendario di diffusione); b) la predisposizione e l'aggiornamento annuale di un press kit in formato sia digitale che cartaceo; c) la redazione e distribuzione online di 4 comunicati stampa / anno con link a press kit, brochure e ricettario; d) la realizzazione di un archivio digitale multimediale online.</p> <p>L'attività dovrà garantire la pubblicazione di almeno 20 articoli (online / offline) e di 200 post / tweet/ foto / anno che dovranno essere raccolti in un apposito Media Clipping Report.</p>		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) richiesti			

Pacchetto di lavoro N° 5	RELAZIONI PUBBLICHE		
Gruppi bersaglio	Opinionisti (giornalisti, food blogger e food writer, gastronomi, nutrizionisti) e canale HoReCa		
Attività N° 5.2	Eventi stampa		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	L'attività dovrà comprendere l'organizzazione di una conferenza stampa seguita da un buffet / degustazione di benvenuto a New York (anno 1), a Las Vegas (anno 2) e a San Francisco (anno 3). Gli eventi dovranno essere organizzati durante o nel periodo immediatamente precedente la partecipazione alle manifestazioni fieristiche Summer Fancy Food (giugno 2020), International Pizza Expo (marzo 2021) e Winter Fancy Food (gennaio 2022). Ciascun evento dovrà prevedere la partecipazione di 80/100 ospiti nonché la predisposizione di apposito invito e di un menù a base dei prodotti promossi. Il soggetto aggiudicatario dovrà assicurare la gestione completa di ogni evento e tutti gli aspetti organizzativi: selezione delle location, sopralluoghi, verifica della presenza e del funzionamento delle attrezzature tecniche, allestimento, trasporto e distribuzione dei materiali promozionali, servizio fotografico e video, servizio di accoglienza, assistenza, attività di monitoraggio e promozione. L'attività dovrà garantire la pubblicazione di almeno 10 articoli (online / offline) e di almeno 100 post / tweet/ foto / anno che dovranno essere raccolti in un apposito Media Clipping Report.		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) richiesti			

Pacchetto di lavoro N° 6	EVENTI: INCONTRI CON DISTRIBUTORI – SETTIMANE NEI RISTORANTI – FIERE DI SETTORE – DISCOVERY TOUR		
Gruppi bersaglio	Food Distributors (specialty stores, wholesale clubs, distributori “gourmet”, ecc.)		
Attività N° 6.1	Organizzazione di incontri di presentazione “one-to-one” con distributori e concorsi a premi per consumatori		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	Questa attività prevede l'organizzazione, sia durante la prima che durante la seconda annualità del Programma, di 10 incontri one-to-one (con i rappresentanti di 5 diversi distributori, preventivamente individuati all'interno di un database appositamente predisposto e preferibilmente localizzati nelle città target delle attività “field”) per somministrare loro un questionario e per sensibilizzarli ad una migliore comprensione e valorizzazione del prodotto promosso. Gli incontri dovranno essere coordinati da un giornalista o da un PR manager esperto del prodotto e dei regimi di qualità europei e dovranno essere organizzati presso gli uffici principali regionali delle principali catene individuate. Dovrà, inoltre, essere organizzato un <u>concorso a premi</u> , della durata di almeno una settimana, finalizzato ai consumatori di 2 punti vendita / anno (di una o due catene tra quelle incontrate).		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata prodotti / servizi (output) richiesti			

Pacchetto di lavoro N° 6	EVENTI: INCONTRI CON DISTRIBUTORI – SETTIMANE NEI RISTORANTI – FIERE DI SETTORE – DISCOVERY TOUR		
Gruppi bersaglio	Consumatori finali, canale HoReCa, opinionisti (giornalisti, food blogger e food writer, gastronomi, nutrizionisti)		
Attività N° 6.2	Settimane di degustazione nei ristoranti		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	<p>L'attività dovrà comprendere:</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'individuazione (da apposito database predisposto ed opportunamente verificato tramite contatti e somministrazione di un questionario) e il coinvolgimento di almeno 4 ristoranti in ciascuna città individuata (New York e Chicago per l'annualità 1, San Francisco e Los Angeles per l'annualità 3). Ciascun ristorante dovrà creare un menù speciale utilizzando le conserve di pomodoro S. Marzano DOP da proporre ai propri clienti durante una intera settimana. Ciascun ristorante dovrà, altresì, dedicare uno spazio alla promozione / visualizzazione dei prodotti oggetti del programma (espositore). - Accoglienza e distribuzione ai clienti del materiale promozionale (nonché di un campione di prodotto messo a disposizione gratuitamente da parte del Committente) e somministrazione di un questionario. 		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata prodotti / servizi (output) richiesti			

Pacchetto di lavoro N° 6	EVENTI: INCONTRI CON DISTRIBUTORI – SETTIMANE NEI RISTORANTI – FIERE DI SETTORE – DISCOVERY TOUR		
Gruppi bersaglio	Professionisti della distribuzione e del canale HoReCa, Opinionisti		
Attività N° 6.3	Manifestazioni fieristiche internazionali e sponsorizzazione eventi speciali		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	<p>Le fiere individuate sono le seguenti: <u>Summer Fancy Food Show</u> – New York – giugno 2020. <u>International Pizza Expo</u> – Las Vegas – marzo 2021. <u>Winter Fancy Food Show</u> – San Francisco – gennaio 2022.</p> <p>La partecipazione alle su richiamate manifestazioni dovrà comprendere l'allestimento personalizzato di uno spazio pari ad almeno 45 mq comprensivo di desk informativo / accoglienza, area destinata all'esposizione del prodotto promosso e agli incontri B2B e postazione di cucina per l'organizzazione di un programma giornaliero di <i>cooking / pizza show / degustazioni</i>.</p> <p>Nell'ambito di ciascuna fiera individuata dovrà, inoltre, essere organizzata la sponsorizzazione di un evento speciale.</p> <p>L'attività dovrà, altresì, comprendere la registrazione dei visitatori e agli stessi dovrà essere somministrato apposito questionario.</p>		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) richiesti			

Pacchetto di lavoro N° 6	EVENTI: INCONTRI CON DISTRIBUTORI – SETTIMANE NEI RISTORANTI – FIERE DI SETTORE – DISCOVERY TOUR		
Gruppi bersaglio	Opinionisti (giornalisti, food blogger e food writer, gastronomi, nutrizionisti)		
Attività N° 6.4	Discovery tour in Italia		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	L'attività prevede, nell'annualità 3 del programma, l'organizzazione di un viaggio di approfondimento della durata di cinque giorni nelle località di produzione e trasformazione del prodotto finalizzato ad ospitare 6 opinionisti accuratamente selezionati anche tra quelli che si saranno maggiormente distinti con i propri articoli durante le prime due annualità dell'Azione. L'attività dovrà comprendere una conferenza stampa, incontri / interviste, visite ai luoghi di produzione, sessioni / gare di cucina e un workshop conclusivo e dovrà avere quale risultato finale la pubblicazione di almeno 10 articoli (online / offline) e di almeno 120 post, tweet e foto.		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) richiesti			

TABELLA RIEPILOGATIVA INDICATORI DI REALIZZAZIONE (OUTPUT), RISULTATO E IMPATTO		
Output	Sito web	1
Risultato	Visualizzazioni delle pagine web	300.000
Impatto	Numero di persone effettivamente raggiunte	120.000
Output	Gestione social media	2 account social
Risultato	Interazioni	75.000
Risultato	Persone raggiunte (reach)	1.500.000
Risultato	Visualizzazione dei post	3.000.000
Impatto	Numero di persone effettivamente raggiunte/Conoscenza	300.000
Output	Blogger Outreach Programme – blogger coinvolti	60
Risultato	Impressions	1.500.000
Risultato	Persone raggiunte (reach)	500.000
Risultato	Menzioni sui social	1.500
Impatto	Numero di blogger effettivamente raggiunti/Conoscenza	60
Impatto	Numero di persone effettivamente raggiunte/Conoscenza	100.000
Output	Attività permanenti di relazioni pubbliche e ufficio stampa	1 piano PR e 2 aggiornamenti, 1 press kit e 2 aggiornamenti
Risultato	Numero di opinionisti raggiunti	1.300
Risultato	Numero di consumatori raggiunti tramite gli opinionisti	60.000
Impatto	Numero di opinionisti effettivamente raggiunti/Conoscenza	520
Impatto	Numero di consumatori effettivamente raggiunti/Conoscenza	12.000

Output	Eventi stampa	3
Risultato	Opinionisti raggiunti dall'invito	600
Risultato	Opinionisti partecipanti agli eventi	300
Risultati	Articoli/editoriali pubblicati	30
Risultato	Post, tweet, foto pubblicate	300
Risultato	Numero di consumatori raggiunti da post, tweet, foto	45.000
Impatto	Numero di opinionisti effettivamente raggiunti/Conoscenza	120
Impatto	Numero di consumatori effettivamente raggiunti/Conoscenza	9.000
Output	Incontri con i distributori e organizzazione concorsi a premio	20 incontri / 4 concorsi
Risultato	Catene di distribuzione coinvolte	20
Risultato	Catene di distribuzione coinvolte in concorsi a premio	4
Risultato	Consumatori all'interno delle catene di distribuzione concorsi a premio in 1 settimana tipo	56.000
Impatto	Numero di consumatori effettivamente raggiunti/Conoscenza	11.200
Output	Settimane nei ristoranti – Ristoranti coinvolti	16
Risultato	Consumatori raggiunti attraverso i ristoranti	5.600
Risultato	Consumatori raggiunti attraverso la copertura dei media	10.000
Risultato	Opinionisti raggiunti	200
Risultato	Chef/proprietari di ristorante raggiunti	32
Impatto	Numero di chef/proprietari di ristorante effettivamente raggiunti / Conoscenza (intenzione all'acquisto del prodotto)	8
Impatto	Numero di opinionisti effettivamente raggiunti / Conoscenza	80
Impatto	Numero di consumatori effettivamente raggiunti/Conoscenza	1.120
Output	Manifestazioni fieristiche – N. stand / N. eventi sponsorizzati	3
Risultato	Professionisti della distribuzione / HoReCa raggiunti	4.500
Risultato	Opinionisti raggiunti	450
Impatto	Numero di professionisti effettivamente raggiunti / Conoscenza	1.125
Impatto	Numero di opinionisti effettivamente raggiunti / Conoscenza	180
Output	Discovery Tour	1
Risultato	Opinionisti partecipanti ai tour	6
Risultato	Articoli/editoriali pubblicati	10
Risultato	Post, tweet, foto pubblicate sui social media dagli opinionisti	120
Risultato	Consumatori raggiunti attraverso articoli, post, etc	10.000
Impatto	Numero di opinionisti effettivamente raggiunti / Conoscenza	6
Impatto	Numero di consumatori effettivamente raggiunti/Conoscenza	2.000

7 – Criteri di aggiudicazione

L'appalto è aggiudicato in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa tenendo conto **congiuntamente degli aspetti qualitativi del servizio e dell'offerta economica**. I 100 punti complessivi saranno, pertanto, valutati nelle seguenti proporzioni:

QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA: MASSIMO 80 PUNTI

PREZZO DELL'OFFERTA ECONOMICA: MASSIMO 20 PUNTI

TOTALE PUNTEGGIO ATTRIBUIBILE: MASSIMO 100 PUNTI

La Commissione giudicatrice procederà alla valutazione degli **elementi di natura qualitativa dell'Offerta Tecnica** sulla base degli elementi di valutazione indicati nella tabella sotto riportata:

ELEMENTO DI VALUTAZIONE	CRITERI	PUNTEGGIO MASSIMO
STRATEGIA COMPLESSIVA MAX 20 PUNTI	Coerenza tra la strategia complessiva progettuale e le singole attività proposte. Adeguatezza e dimensione degli output offerti rispetto a quelli richiesti	20 di cui: 20 = valutazione ottima 15 = valutazione buona 10 = valutazione sufficiente 5 = valutazione scarsa
PROPOSTA E DECLINAZIONE CONCEPT DI COMUNICAZIONE – SOLUZIONI TECNICHE – QUALITA' DEI PRODOTTI MAX 20 PUNTI	Originalità, creatività della proposta grafica e del concept di comunicazione della campagna e appeal del suo impatto visivo	5 di cui: 5 = valutazione ottima 4 = valutazione buona 3 = valutazione sufficiente 2 = valutazione scarsa
	Coerenza della proposta grafica e del concept di comunicazione con gli obiettivi fissati nel programma	5 di cui: 5 = valutazione ottima 4 = valutazione buona 3 = valutazione sufficiente 2 = valutazione scarsa
	Declinazione del concept e del key visual strategico nei formati standard che saranno utilizzati	5 di cui: 5 = valutazione ottima 4 = valutazione buona 3 = valutazione sufficiente 2 = valutazione scarsa
	Soluzioni tecniche adottate e qualità del materiale grafico proposto	5 di cui: 5 = valutazione ottima 4 = valutazione buona 3 = valutazione sufficiente 2 = valutazione scarsa
APPROCCIO METODOLOGICO E ARTICOLAZIONE DELLE ATTIVITA' MAX 40 PUNTI	Completezza nella descrizione delle singole attività e relativa coerenza con la strategia proposta, con i gruppi bersaglio e con gli indicatori di risultato	20 di cui: 20 = valutazione ottima 15 = valutazione buona 10 = valutazione sufficiente 5 = valutazione scarsa
	Qualità del Gruppo di lavoro proposto per le singole attività in termini di competenze sulla base della qualità dei profili professionali indicati nell'offerta tecnica. Conoscenza del mercato target e contatti operativi già in essere.	10 di cui: 10 = valutazione ottima 7 = valutazione buona 5 = valutazione sufficiente 2 = valutazione scarsa
	Qualità e completezza degli output che saranno forniti (descrizione, quantificazione e,	10 di cui: 10 = valutazione ottima 7 = valutazione buona

	nel caso di prodotti, modalità di diffusione degli stessi) e loro coerenza con gli indicatori di risultato	5 = valutazione sufficiente 2 = valutazione scarsa
--	--	---

La Commissione giudicatrice procederà alla valutazione degli **elementi di natura economica** sulla base dei criteri di valutazione indicati nella seguente tabella:

ELEMENTO DI VALUTAZIONE	CRITERI	PUNTEGGIO MASSIMO
OFFERTA ECONOMICA MAX 20 PUNTI	Valutazione della congruità e del dettaglio del costo proposto per la realizzazione di ogni attività in base ai prodotti / servizi proposti	15 di cui: 15 = valutazione ottima 10 = valutazione buona 5 = valutazione sufficiente 1 = valutazione scarsa
	Valutazione della congruità del compenso dell'organismo di esecuzione	5 di cui: 5 = valutazione ottima 4 = valutazione buona 3 = valutazione sufficiente 1 = valutazione scarsa

8 – Svolgimento operazioni di gara e Commissione giudicatrice

La Commissione giudicatrice verrà nominata ad hoc dopo la scadenza del termine per la presentazione delle offerte e sarà costituita da un numero dispari pari a n. 5 membri di cui due soggetti interni dei due organismi proponenti (Consorzio di tutela e ANICAV) e tre componenti indipendenti con comprovata esperienza in: a) appalti pubblici; b) marketing e strategie di comunicazione; c) mercato target (U.S.A.).

La Commissione si riunirà, **presso la sede del soggetto partner ANICAV – Viale della Costituzione – Centro Direzionale Isola F/3 – 5° Piano – 80143 Napoli**, in data **5 dicembre 2019 alle ore 10.00** al fine di espletare le procedure di selezione.

In presenza di una sola offerta valida, il Committente ha facoltà di procedere o meno all'affidamento dell'appalto. In caso di parità di punteggio ottenuto, l'appalto sarà aggiudicato al concorrente che avrà riportato il maggiore punteggio nell'offerta tecnica. In caso di parità di punteggio sia dell'offerta economica sia dell'offerta tecnica, si procederà mediante sorteggio.

All'esito delle operazioni di cui sopra, la Commissione redige la graduatoria e procederà con l'aggiudicazione. L'aggiudicazione vincola immediatamente il concorrente affidatario della gara, mentre il Committente sarà impegnato definitivamente soltanto quando, a norma di legge, tutti gli atti conseguenti e necessari all'espletamento della gara avranno conseguito piena efficacia giuridica.

Sarà data tempestiva comunicazione a tutti i partecipanti sull'esito della Gara di Selezione via PEC o email - nel caso di concorrenti non stabiliti in Italia.

I risultati saranno, inoltre, pubblicati sul sito del Consorzio di tutela www.consorziopomodorosanmarzanodop.it entro il 10 dicembre 2019.

9 – Oneri a carico dell'Aggiudicatario

Sono a carico dell'Aggiudicatario:

- svolgimento dei Servizi oggetto dell'appalto, in accordo e collaborazione con il Project Leader del Committente;
- accettazione integrale e incondizionata del contenuto del presente Capitolato;
- osservanza di ogni indicazione contenuta nel presente Capitolato anche se non specificatamente richiamata nel presente articolo, di norme e regolamenti in vigore a livello europeo, nazionale e regionale, nonché quelle che venissero eventualmente emanate nel corso del periodo contrattuale.

10 – Modifiche del contratto – variazioni quantitative e qualitative dei servizi

Il Committente, qualora sorgessero imprevise e particolari necessità, si riserva il diritto di apportare al contratto variazioni quantitative in più o meno entro i limiti del quinto dell'importo del contratto nel rispetto degli obblighi contrattuali. Il Committente si riserva, inoltre, di risolvere, per ragioni non imputabili all'aggiudicatario, il contratto

in tutto od in parte riconoscendo all'aggiudicatario una indennità a termini di legge sulla parte di contratto non eseguita. Qualora venissero richiesti interventi straordinari non contemplati nel presente capitolato, le condizioni relative saranno di volta in volta concordate fra il Committente e l'Aggiudicatario.

11 – Rapporti tra l'aggiudicatario e il Committente

L'aggiudicatario deve individuare un referente tecnico e un referente amministrativo responsabili del servizio che avranno l'obbligo di collaborare strettamente con il Project Leader del Committente al fine di garantire il monitoraggio tecnico / amministrativo / finanziario del programma.

12 – Inadempienze

Il Committente ha facoltà di contestare i servizi resi non rispondenti in tutto o in parte alle prescrizioni del capitolato o dell'offerta proposta in gara. In caso di contestazione, il Committente potrà richiedere all'Aggiudicatario la sostituzione di personale / collaboratori inadeguati alla realizzazione dei servizi. In caso di ritardo o di rifiuto, nonché in ogni altra ipotesi di inosservanza degli obblighi contrattuali assunti dall'Aggiudicatario, il Committente contesterà in forma scritta all'Aggiudicatario le inadempienze.

13 – Decadenza e revoca dell'appalto

L'Aggiudicatario potrà essere dichiarato decaduto dall'appalto nei seguenti casi:

- per mancato assolvimento degli obblighi contrattuali o di legge in materia di stipendi e compensi a favore del proprio personale e dei propri collaboratori;
- 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.

14 – Risoluzione unilaterale del contratto

Il Committente 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, l'Aggiudicatario è comunque impegnato a proseguire l'incarico, alle medesime condizioni, per il tempo massimo di tre mesi.

15 – 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'Aggiudicatario e per il restante 50% del Committente.

16 – Contenzioso

Per la risoluzione di tutte le controversie che dovessero insorgere nell'esecuzione del servizio, non definibili in via breve dalle parti contraenti, il foro competente è quello di Nocera Inferiore, Italia.

17 - 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 dai suoi dipendenti e collaboratori nell'ambito o in esecuzione del presente servizio, rimarranno di titolarità esclusiva del Committente 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. 633/1941 "Protezione del diritto d'autore o di altri diritti concessi al suo esercizio" così come modificata ed integrata dalla L. n. 248/2000, 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 al Committente 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 del Committente in eventuali registri o elenchi pubblici. L'Aggiudicatario si impegna, inoltre, a rispettare la vigente normativa in materia di raccolta e di trattamento dei dati personali e di tutela delle banche dati.