

**CAPITOLATO TECNICO E PROCEDURA DI SELEZIONE DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE DEL  
PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI NEL MERCATO INTERNO  
PAESI TARGET: GERMANIA, FRANCIA E SVEZIA**

**1 Premessa ed informazioni preliminari**

**CONSORZIO VINI DI ROMAGNA** con sede in Via Tebano, 45 Faenza (RA), C.F. e P.IVA: 00525580403, tel 054628455, e.mail: info@romagnavini.it, PEC: entevini@pec.fastmail.it

in partneriato con **CONSORZIO DEL PROSCIUTTO DI MODENA** con sede in Viale Virgilio, 55, Modena (MO), C.F. 80004070365 P.IVA 02013840364, tel +39 059 208661, e.mail: consorzioprosciuttomodena@mo.camcom.it, PEC: consorzioprosciuttomodena@legalmail.it.

intende presentare, un Programma d'informazione e promozione di durata triennale (2026 – 2027- 2028), su mercato interno valere sul Regolamento UE n. 1144/2014 del Parlamento Europeo e del Consiglio **AGRIP-SIMPLE-2025-IM-EU-QS paesi target: FRANCIA -GERMANIA - SVEZIA.**

**INDICE**

ai sensi degli articoli di riferimento del Reg. (UE) n. 1144/2014, del Reg. delegato (UE) n. 2015/1829, del Reg. di esecuzione (UE) n. 2015/1831, un **bando di gara per la selezione, mediante Procedura Competitiva Aperta, di un Organismo di esecuzione** incaricato della realizzazione delle azioni (attività/iniziativa) rivolte al raggiungimento degli obiettivi previsti nell'ambito del **Programma presentato a valere sul Regolamento UE n. 1144/2014 del Parlamento Europeo e del Consiglio - Call 2025** e che, si svolgerà nei seguenti Paesi target: **FRANCIA -GERMANIA - SVEZIA** e riguarderà i seguenti prodotti a denominazione comunitaria:

Codice riconoscimento prodotto	Prodotto
PDO-IT-A0285 NC 2204 21 38	Romagna Albana DOCG
PDO-IT-A0291 NC 2204 21 78	Colli di Faenza DOC
PDO-IT-A0290 NC 2204 21 78	Colli d'Imola DOC
PDO-IT-A0507 NC 2204 21 78	Romagna DOC
PGI-IT-A0525 2204 21 80	Rubicone IGT
PGI-IT-A0523 NC 2204 21 79	Ravenna IGT
PGI-IT-A0512 NC 2204 21 79	Forlì IGT
PDO-IT-A0297 NC 2204 21 78	Rimini DOC
PDO-IT-0066 NC 0210 11 31	Prosciutto di Modena DOP con osso

PDO-IT-0066 NC 0210 19 81	Prosciutto di Modena DOP disossato
------------------------------	------------------------------------

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

**Si precisa fin da ora che, essendo il presente invito a presentare proposte finalizzato all'esecuzione di un programma promozionale che deve ancora essere oggetto di domanda di contributo a valere sui fondi di cui sopra, qualora il Consorzio Vini Romagna non rientrasse tra le organizzazioni proponenti selezionate nell'ambito della sopra menzionata Call for proposals, l'aggiudicazione dei servizi oggetto della presente gara verrà considerata priva di valore ed inefficace. In tal caso, pertanto, nessuna obbligazione rimarrà in capo al Consorzio Vini Romagna che non potrà essere oggetto di alcuna richiesta di rimborso o richiesta danni.**

La proposta formulata dall'operatore selezionato verrà utilizzata dal Consorzio Vini Romagna per la presentazione della domanda di contributo a valere sull' Invito a presentare proposte "Programmi semplici-**AGRIP-SIMPLE-2025-IM-EU-QS** Reg. UE 1144/2014.

In caso di rifiuto di approvazione del programma sulla call 2025 da parte della commissione europea, l'organizzazione proponente si riserva il diritto di ri-depositare il progetto concepito in collaborazione con l'organismo di esecuzione selezionato nel quadro di uno o più bandi ufficiali della commissione europea entro e non oltre agosto 2026

**Le proposte ricevute nell'ambito della presente procedura di selezione saranno pertanto considerate valide per 18 mesi dalla data di aggiudicazione.**

### **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;
- **Work- programme for 2025** in the framework of regulation (EU) N. 1144/2014
- **Orientamenti sulla procedura di gara** Decreto del Direttore generale Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste DIQPAI – DGPQA – Uff. PQA V del 20/11/2023

**Il Consorzio Vini Romagna 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 36/2023). Il Consorzio deve però effettuare la selezione degli Organismi di esecuzione attraverso una procedura di gara aperta nel rispetto dei principi di interesse transfrontaliero, trasparenza, pubblicità, imparzialità, parità di trattamento dei candidati, nonché delle condizioni indicate nei predetti Orientamenti e decisioni della Commissione europea e del Ministero dell'Agricoltura e della sovranità alimentare e delle foreste.

La Direttiva 2014/24/UE e il Decreto Legislativo 36/2023 saranno, pertanto, applicati solo se e nella misura in cui siano espressamente richiamati nei documenti di gara (bando e capitolato tecnico e relativi allegati). La procedura competitiva garantirà in ogni caso il rispetto dei principi di non discriminazione, parità di trattamento, trasparenza, pubblicità, proporzionalità, chiarezza e coerenza dei criteri di selezione e di aggiudicazione previsti con le finalità delle prestazioni richieste e con il valore delle medesime, miglior rapporto qualità-prezzo e assenza di conflitti d'interessi.

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

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

## **2. Informazioni principali di progetto**

### **Prodotti oggetto di promozione:**

- Romagna Albana DOCG
- Colli di Faenza DOC
- Colli d'Imola DOC
- Romagna DOC
- Rubicone IGT
- Ravenna IGT
- Forlì IGT
- Rimini DOC
- Prosciutto di Modena DOP

**Organismo appaltante:** CONSORZIO VINI ROMAGNA (Coordinatore) e CONSORZIO DEL PROSCIUTTO DI MODENA (beneficiario)

**Paese target:** FRANCIA, GERMANIA e SVEZIA

### **Gruppi target:**

L'azione condotta dal Consorzio Vini di Romagna e Consorzio Prosciutto di Modena si rivolge a:

1. OPERATORI STAMPA: gruppo target composto da associazioni di stampa (del comparto agroalimentare e culinario, ecc.), associazioni di giornalisti (comparto agroalimentare e culinario, ecc.), ordini di giornalisti (che operano nel settore agroalimentare, di riviste culinarie, ecc.);
2. OPERATORI: gruppo target che si suddivide in:

Operatori trade: importatori, distributori, retailers, necessari per attivare l'export e la distribuzione dei prodotti promossi;

Operatori media e kol: social media e web influencer, stampa di settore food & beverage e cucina;

Operatori Ho.Re.Ca.: chef, scuole di cucina ed operatori della ristorazione saranno attivati verso i prodotti promossi dal progetto, cercando di eliminare le "barriere" alla scelta e all'impiego di tali prodotti che potrebbero derivare da una non conoscenza delle relative proprietà e come devono essere cucinati;

3. **CONSUMATORI:** target indiretto, il focus sarà incentrato sulla fascia di età compresa tra i 18 e i 64 anni, essendo un target composto da diverse tipologie di consumatori europei (Francia, Germania e Svezia), che maggiormente premiano la qualità e la sostenibilità di un prodotto certificato DOP e IGP. Tali soggetti hanno generalmente un buon reddito pro capite, il che aumenta le possibilità di acquisto riguardo i prodotti di qualità.

### **Obiettivo generale**

Il progetto "**R.E.E.A.L. - Romagna&Emilia: Europe's Artisanal Legacies**" ha l'obiettivo principale di informare e promuovere i prodotti agroalimentari europei di qualità certificata **DOP** e **IGP** nei Paesi dell'Unione Europea, in conformità con l'**articolo 1 del Regolamento UE 1144/2014**. Attraverso specifiche attività di comunicazione e valorizzazione, il progetto punta a rafforzare la competitività e la riconoscibilità dei prodotti a denominazione di origine protetta, in particolare prosciutto e vino. L'iniziativa mira ad accrescere la consapevolezza del loro valore, promuovendone autenticità e qualità, e contribuendo alla sostenibilità e alla tutela del patrimonio enogastronomico europeo. Allo stesso tempo, si vuole indirizzare la scelta dei consumatori verso questi prodotti, favorendone la preferenza rispetto ad alternative prive di certificazione, e andando così ad incrementarne la quota di mercato.

Nello specifico, il progetto proposto risponde agli obiettivi del Regolamento UE 1144/2014 in quanto mira a:

- **Aumentare la consapevolezza degli operatori del settore food (distributori e buyers) europei, dei giornalisti e dei consumatori sul valore dei prodotti DOP, IGP:** conforme agli obiettivi stabiliti dall'art. 3, il progetto intende colmare il divario informativo fornendo strumenti chiari e accessibili per comprendere i valori distintivi delle denominazioni di origine. La certificazione DOP e IGP non è solo un marchio di qualità, ma rappresenta un sistema di garanzia che tutela il legame tra prodotto e territorio, la tracciabilità lungo tutta la filiera e il rispetto di standard produttivi rigorosi. Attraverso campagne di comunicazione mirate, seminari, **attività di B2B, Tasting books e attività digitali**, il progetto si propone di educare gli **operatori del settore food, i giornalisti e i consumatori finali** sull'importanza della provenienza certificata, incentivando scelte di acquisto più consapevoli e promuovendo l'utilizzo di questi prodotti nella ristorazione e nella grande distribuzione.
- **Promuovere l'autenticità e la qualità dei prodotti agroalimentari certificati DOP e IGP europei:** in linea con l'art. 3), il progetto intende rafforzare l'identità e la riconoscibilità dei prodotti agroalimentari europei a denominazione di origine protetta e certificata sui mercati target (Francia, Germania, Svezia) sottolineandone gli elementi distintivi, quali:

- La tracciabilità e i rigorosi controlli di qualità, che garantiscono l'autenticità del prodotto.
- Le caratteristiche organolettiche e produttive superiori, frutto di metodi di lavorazione tradizionali e sostenibili.
- Il legame con la cultura e il territorio europeo, un fattore chiave sia per il consumatore finale che per i professionisti del settore.

Grazie a un approccio integrato di storytelling e marketing esperienziale, il progetto punta a trasmettere questi valori in modo coinvolgente ed efficace.

- **Migliorare la competitività dei prodotti certificati DOP e IGP europei:** si punta ad incrementare la visibilità internazionale attraverso la partecipazione a fiere ed eventi di settore, nonché mediante collaborazioni strategiche con importatori, ristoratori e distributori, in linea con quanto previsto dall'articolo 2 del Regolamento. Parallelamente, verranno sviluppate iniziative di storytelling volte a valorizzare l'unicità e l'autenticità dei prodotti certificati, rafforzandone il posizionamento sul mercato. Infine, il progetto prevede l'implementazione di strategie di digital marketing con l'obiettivo di intercettare non solo professionisti del settore, ma anche giornalisti e consumatori finali sempre più attenti alla qualità, alla tracciabilità e alla sostenibilità.

Inoltre, il progetto si allinea perfettamente alla visione del **Green Deal europeo** e alla strategia "**Farm to Fork**", che pongono particolare attenzione alle tematiche ambientali, climatiche e alla sicurezza alimentare. La certificazione dei prodotti non è solo un riconoscimento di qualità, ma rappresenta anche un impegno verso pratiche produttive sostenibili. Non a caso, il **Consorzio Vini di Romagna** e il **Consorzio del Prosciutto di Modena**, grazie ai produttori associati che aderiscono a certificazioni volontarie come l'**Agricoltura Biologica (Reg. UE n. 848/2018)**, contribuiscono concretamente al raggiungimento degli obiettivi chiave della **PAC 2023-2027**, in particolare quelli legati al clima e alla sostenibilità. Entrambi i consorzi prestano inoltre grande attenzione alla **tutela del consumatore**, attuando quanto previsto dalla PAC in materia di sicurezza alimentare attraverso disciplinari rigorosi che garantiscono tracciabilità e controlli di qualità lungo l'intera filiera. Questo impegno è perfettamente in linea con le direttive europee, come sottolineato dal **Commissario per l'Agricoltura Janusz Wojciechowski** nel documento di risposta della Commissione del 20 marzo 2023 alle osservazioni presentate dall'**European Pigeat Reflection Group**.

#### **Strategia:**

Il progetto è finalizzato alla diffusione di conoscenze delle due denominazioni protette, dovrà porre l'accento sulla sostenibilità ambientale e ambisce alla creazione di un insieme di condizioni favorevoli ad un aumento delle rispettive domande di mercato.

Sostenibilità, valorizzazione e promozione dei prodotti Ue, nello specifico vini DOP e IGP e prosciutti marchiati DOP, sono le basi della strategia del Programma che si integra perfettamente con le peculiarità del mercato target europeo che interessa: Francia, Germania e Svezia. La strategia mira a perseguire gli obiettivi generali e specifici del Programma attraverso una serie di attività mirate ad incrementare la consapevolezza di un prodotto certificato DOP e IGP, ottenuto con i metodi di sostenibilità contemplati dalla PAC, quindi chiaramente in linea con il Green Deal e la relativa strategia Farm to Fork. Il progetto "R.E.E.A.L. - Romagna&Emilia: Europe's Artisanal Legacies" intende raggiungere tali obiettivi grazie ad una strategia di azione basata sulla pianificazione di attività promozionali come eventi fieristici, incontri b2b, divulgazioni attraverso media e social media al fine di arrivare ai diversi operatori del mercato come operatori trade, buyers e consumatori.

Alla luce di un consumatore europeo sempre più propenso a scegliere prodotti certificati DOP e IGP, in particolare in Francia, Germania e Svezia, risulta quanto mai importante improntare una campagna promozionale basata su prodotti DOP e IGP italiani. L'Italia, infatti, è la realtà più rappresentativa a livello di certificazioni DOP e IGP, con 528 prodotti vitivinicoli registrati.

Per quanto concerne il paese TARGET Francia il programma promozionale proposto dovrà prevedere la partecipazione a fiere internazionali quali: Wine Paris e Sirha Lyon.

I soggetti che parteciperanno al presente invito dovranno presentare un corpus di attività e iniziative (informative e promozionali) che si sviluppa intorno a una chiara e precisa strategia orientata ai mercati e ai gruppi target, finalizzata al raggiungimento degli obiettivi sopra esposti e coerente con il messaggio unionale presentato in fase di candidatura del progetto con la durata prevista e le risorse finanziarie messe a disposizione.

**Pacchetti di lavoro** (Work Package - WP) ed attività che dovranno essere presenti all'interno delle **proposte**, secondo le modalità descritte in dettaglio all'interno del capitolato tecnico:

- ✓ WP 2 – Relazioni pubbliche
- ✓ WP 3 – Sito web, social media
- ✓ WP 4 - Pubblicità
- ✓ WP 5 – Strumenti di comunicazione
- ✓ WP6 – Eventi

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

**Durata del Programma:** 36 mesi (3 fasi annuali), con avvio indicativo al 14 Febbraio 2026.

**Budget delle azioni in capo all'Organismo esecutore:** si precisa che i soggetti interessati a partecipare al presente bando di gara dovranno presentare un'offerta prendendo in considerazione il **budget complessivo fino a un massimo di € 1.169.443,20 € IVA ESCLUSA** ai sensi di legge, comprensivo dei **costi relativi alla realizzazione delle attività di progetto e del compenso dell'organismo di esecuzione** (onorario dell'operatore economico). Perciò, tale importo deve includere anche l'onorario dell'operatore economico, mentre non comprende altri oneri che verranno sostenuti direttamente dall'Organismo appaltante.

**La ripartizione indicativa del budget sui paesi target è la seguente:**

Paese Target	Importo (€)
Francia	528.535,30 €
Germania	389.750,60 €
Svezia	251.157,30 €
<b>Totale</b>	<b>1.169.443,20 €</b>

Il programma non è suddiviso in lotti.

Si rimanda al successivo paragrafo 5 per maggiore dettaglio.

## CAPITOLATO TECNICO

### 3 Oggetto dell'appalto

#### 3.1 Descrizione generale del servizio

Il servizio consiste nell'esecuzione di una parte del Programma di informazione e promozione. L'Organismo di esecuzione dovrà quindi assicurare:

- lo sviluppo dei pacchetti di lavoro che compongono il Programma di durata triennale, a partire dalla sottoscrizione del contratto tra l'Organismo appaltante e l'Organismo di esecuzione;
- 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, anche attraverso il monitoraggio costante delle attività realizzate e dei relativi effetti;

- la predisposizione della documentazione atta a dare evidenza delle attività realizzate.

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

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

### **3.3 Personale addetto e gruppo di lavoro**

L'Organismo di esecuzione deve assicurare le prestazioni inerenti ai servizi in affidamento con personale integrato con legittimi rapporti di lavoro e avente i requisiti professionali e tecnici adeguati all'impiego e alla realizzazione del progetto. Il gruppo di lavoro deve essere caratterizzato da un approccio organizzativo flessibile per rispondere alle variazioni e/o imprevisti, 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 nei seguenti ambiti, elencati a titolo esemplificativo e non esaustivo: comunicazione, organizzazione di eventi e fiere, conoscenza ed esperienza di attività svolte in relazione al mercato target di progetto, ufficio stampa, project management, digital web e social management, grafica, etc. In particolare, deve essere in grado di definire obiettivi quantitativi a priori e proporre progetti coerenti a questo. Inoltre, l'Organismo di esecuzione deve prevedere un adeguato monitoraggio dei risultati.

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

- a) costituire e rendere disponibile un adeguato team di progetto (le persone che si occuperanno direttamente del lavoro da svolgere), nel rispetto dei requisiti di partecipazione; che verrà definito d'accordo con il soggetto appaltante;
- b) concordare e condividere tutte le attività del team con il soggetto appaltante;
- c) adibire al servizio personale idoneo, di provata capacità, onestà, moralità e di provata riservatezza il quale dovrà mantenere il più assoluto riserbo su quanto sia venuto a conoscere nell'espletamento del servizio;
- d) garantire la stabilità e la continuità del servizio in ogni circostanza, assicurando personale quantitativamente e qualitativamente adeguato alle necessità e nel rispetto dei contenuti dell'offerta tecnica;

- e) rispettare, nei confronti del proprio personale, i contratti di lavoro relativi al trattamento salariale, normativo, previdenziale ed assicurativo;
- f) prevedere un Referente di progetto che presenzi alle riunioni di monitoraggio presso la sede del committente (queste avranno una periodicità definita dal committente), per dare supporto operativo alle attività del Programma;
- g) predisporre tutti i possibili mezzi di comunicazione che possano semplificare il coordinamento, monitoraggio e controllo del Programma.

#### 4 Durata del servizio

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

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

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

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

#### 5 Tipologia di attività e iniziative previste dal Programma

Le attività e le iniziative (Work Package – WP) che dovranno comporre il Programma promozionale sono assimilabili a quelle classiche di informazione e promozione dei prodotti oggetto del presente capitolato, tenuto conto delle tematiche da trattare e degli obiettivi elencati sopra e rientrano nelle seguenti categorie (WP):

- ✓ WP 2 – Relazioni pubbliche
- ✓ WP 3 – Sito web, social media
- ✓ WP 4 - Pubblicità
- ✓ WP 5 – Strumenti di comunicazione
- ✓ WP6 – Eventi

Pacchetto di lavoro 2.1	PUBBLICHE RELAZIONI		
	1° Periodo	2° Periodo	3° Periodo
<b>Deliverables</b>	n. 4 comunicati stampa (traduzione per Paese di ogni comunicato) Realizzazione Press Kit (n. 1 traduzione per Paese) n. 12 report mensili rassegna stampa	n. 4 comunicati stampa (traduzione per Paese di ogni comunicato) Aggiornamento Press Kit (n. 1 traduzione per Paese) n. 12 report mensili rassegna stampa	n. 4 comunicati stampa (traduzione per Paese di ogni comunicato) Aggiornamento Press Kit (n. 1 traduzione per Paese) n. 12 report mensili rassegna stampa

<b>Risultati previsti</b>	<p>L'attività ha l'obiettivo di comunicare il progetto agli esponenti della stampa dei Paesi target, evidenziando le peculiarità dei prodotti protagonisti, attraverso la divulgazione di informazioni relative a caratteristiche e metodi di produzione. L'obiettivo verrà raggiunto attraverso: la redazione e traduzione di un press kit dedicato; la redazione, traduzione e distribuzione alla stampa target di comunicati stampa dedicati ai principali messaggi e attività del progetto nei Paesi target; il monitoraggio stampa quotidiano, la raccolta degli articoli dedicati al progetto e realizzazione di report mensili di rassegna stampa</p> <p>KPI:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- n. 3.000 visualizzazioni totali dei contenuti stampa da parte del target stampa (calcolata sulla base delle aperture totali cumulate dei comunicati stampa)</li> <li>- n. 80 articoli organici (non a pagamento) direttamente generati dalle attività di PR</li> </ul>		
<b>Budget previsto per annualità</b>	€ 42.900,00	€ 42.900,00	€ 42.900,00

<b>Pacchetto di lavoro 3.1</b>	<b>Sito web</b>		
	<b>1° Periodo</b>	<b>2° Periodo</b>	<b>3° Periodo</b>
<b>Deliverables</b>	Set up sito web (dominio, hosting, sviluppo, design e programmazione) Caricamento contenuti	Aggiornamento contenuti Manutenzione sito web	Aggiornamento contenuti Manutenzione sito web
<b>Risultati previsti</b>	<p>Creazione e aggiornamento del sito web dedicato al progetto, in lingua inglese. Il sito web dovrà fornire informazioni sull'iniziativa, sui prodotti e sulle metodologie di produzione. Il sito verrà aggiornato con articoli informativi e di approfondimento pubblicati con frequenza quindicinale. La realizzazione del sito in inglese e la registrazione dei domini dovranno avvenire nei primi mesi del primo anno. Nel corso del secondo e terzo anno verranno implementati i contenuti e continuerà l'attività di SEO. Il sito web sarà anche la landing page delle campagne di promozione che verranno realizzate tramite social media e adv online.</p> <p>KPI:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- circa 50.000 visitatori unici del sito in tre anni</li> <li>- pubblicazione di n.72 blog post</li> </ul>		
<b>Budget previsto per annualità</b>	€ 15.000,00	€ 4.500,00	€ 4.635,00

<b>Pacchetto di lavoro 3.2</b>	<b>Social media</b>		
	<b>1° Periodo</b>	<b>2° Periodo</b>	<b>3° Periodo</b>

<b>Deliverables</b>	Creazione e gestione n.1 profilo Instagram e n.1 profilo Facebook Pianificazione calendario editoriale Selezione, editing e pubblicazione contenuti settimanali Community management	Gestione n.1 profilo Instagram e n.1 profilo Facebook Pianificazione calendario editoriale Selezione, editing e pubblicazione contenuti settimanali Community management	Gestione n.1 profilo Instagram e n.1 profilo Facebook Pianificazione calendario editoriale Selezione, editing e pubblicazione contenuti settimanali Community management
<b>Risultati previsti</b>	<p>Creazione di account di progetto su Instagram e Facebook – in lingua inglese – al fine di raggiungere tutti i gruppi target (consumatori, stampa, operatori di settore).</p> <p>L'obiettivo principale dei canali social è quello di servire come piattaforme interattive per comunicare con il pubblico target nei mercati di riferimento. Inoltre, verranno utilizzati per dare risalto e informare in merito a tutte le attività svolte nell'ambito del programma.</p> <p>Per incentivare la partecipazione dei gruppi target alle attività proposte in altri WP, saranno sviluppate azioni mirate al coinvolgimento del pubblico, come campagne promozionali, partnership e networking attraverso i social media selezionati.</p> <p>KPI</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- n.700 social media post pubblicati</li> <li>- n. 5.000 like alla pagina Facebook</li> <li>- n. 2.000 followers al profilo Instagram</li> <li>- n. 500.000 impressions raggiunte via social media</li> <li>- n. 5.000 visite al sito web generate da attività social media</li> </ul>		
<b>Budget previsto per annualità</b>	€ 39.000,00	€ 34.500,00	€ 35.454,00

<b>Pacchetto di lavoro 4.1</b>	<b>Advertising online &amp; cartacei</b>		
	<b>1° Periodo</b>	<b>2° Periodo</b>	<b>3° Periodo</b>
<b>Deliverables</b>	2 ADVs in Germania 1 ADV in Francia	2 ADVs in Germania 1 ADV in Francia	2 ADVs in Germania 1 ADV in Francia
<b>Risultati previsti</b>	<p>Sviluppo di una strategia di pianificazione media per i mercati Germania e Francia (attività non consentita sul Paese target Svezia poiché vietata dal Systembolaget) con l'obiettivo di raggiungere i consumatori finali. I messaggi e i contenuti del progetto verranno diffusi tramite campagne e advertorial online e cartacei. Le campagne saranno pianificate in base al calendario delle altre attività, in modo da rafforzarne l'impatto e migliorare reciprocamente i risultati. A tal fine, è fondamentale un allineamento tra le attività di promozione offline e online e le campagne informative. La pianificazione strategica richiede il contatto con la redazione – o il team commerciale – delle riviste, la selezione dei contenuti, l'adattamento delle</p>		

	immagini al formato corretto per la pubblicazione e il monitoraggio per garantire il successo della pubblicazione. KPI: - Online: 1.500.000 tot visualizzazioni in tre anni - Cartacei: 60.000 tot readership in tre anni		
<b>Budget previsto per annualità</b>	€ 20.200,00	€ 20.200,00	€ 20.200,00

<b>Pacchetto di lavoro 5.1</b>	<b>Strumenti di comunicazione</b>		
	<b>1° Periodo</b>	<b>2° Periodo</b>	<b>3° Periodo</b>
<b>Deliverables</b>	Ideazione e produzione materiali: n. 6 roll up n. 1.100 brochure n. 1.300 tasting book e tovagliette n. 200 shopper n. 100 grembiuli	Ristampa tasting book e tovagliette	Ristampa tasting book e tovagliette
<b>Risultati previsti</b>	Ideazione, progettazione e produzione di materiale promozionale in lingua inglese, pensato come supporto per il raggiungimento degli obiettivi del progetto: aumentare la consapevolezza delle denominazioni di origine dei prodotti a PDO nei Paesi target durante le attività di pubbliche relazioni e le fiere di settore. Il materiale sarà inoltre utilizzato come supporto visivo per altri eventi e attività promozionali (seminari, study trip), facilitando il riconoscimento e rafforzando il messaggio trasmesso ai gruppi target, sia consumatori sia operatori del settore. KPI: - n. 10.000 persone raggiunte da materiale promozionale		
<b>Budget previsto per annualità</b>	€ 18.621,67	€ 3.626,67	€ 3.626,67

<b>Pacchetto di lavoro 5.2</b>	<b>Video</b>		
	<b>1° Periodo</b>	<b>2° Periodo</b>	<b>3° Periodo</b>
<b>Deliverables</b>	Realizzazione n.1 video promozionale		
<b>Risultati previsti</b>	La realizzazione di un video promozionale è pensata come uno strumento per dare adeguata visibilità al progetto e aumentare il coinvolgimento del pubblico target. La sceneggiatura del video sarà incentrata sulle PDO, mettendo in evidenza le qualità distintive e le metodologie di produzione. Il video, da cui verranno tratte anche un min di 10 clip da max 15'' ciascuna, evidenzierà la certificazione di qualità dell'UE (PDO), sarà mostrato al pubblico durante le diverse attività del progetto (fiere e seminari) e verrà ripreso sui canali digitali. KPI:		

	- circa 100.000 visualizzazioni video		
<b>Budget previsto per annualità</b>	€ 24.800,00	€ 0,00	€ 0,00

<b>Pacchetto di lavoro 6.1</b>	<b>Partecipazione a fiere</b>		
	<b>1° Periodo</b>	<b>2° Periodo</b>	<b>3° Periodo</b>
<b>Deliverables</b>	Partecipazione con stand a: WineParis 2026	Partecipazione con stand a: WineParis 2027 Sirha Lyon 2027	Partecipazione con stand a: WineParis 2028
<b>Risultati previsti</b>	<p>La partecipazione a fiere di settore sarà pianificata per ogni periodo del progetto. Il messaggio del programma sarà comunicato attraverso lo stand in diversi formati: visual design dello stand, presenza dei prodotti protagonisti, merchandising e spiegazioni fornite dal personale.</p> <p>La presenza alle fiere costituisce un'opportunità per aumentare la visibilità dei prodotti, oltre a consentire un confronto diretto con il pubblico.</p> <p>Questi eventi, inoltre, avranno un impatto significativo sul successo delle altre attività previste e contribuiranno a raggiungere l'obiettivo principale del progetto: aumentare la consapevolezza, indirizzare la scelta dei consumatori verso le certificazioni di qualità dell'UE, con particolare attenzione ai prodotti protagonisti del progetto, andando ad incrementarne la quota di mercato.</p> <p>KPI:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 100.000 visualizzazioni totali dello stand da parte di operatori professionali (calcolate sulla base dei visitatori di ogni fiera)</li> <li>- n. 90 operatori professionali incontrati</li> </ul>		
<b>Budget previsto per annualità</b>	€ 73.460,00	€ 130.500,00	€ 77.060,00

<b>Pacchetto di lavoro 6.2</b>	<b>Seminari e Attività B2B</b>		
	<b>1° Periodo</b>	<b>2° Periodo</b>	<b>3° Periodo</b>
<b>Deliverables</b>	n. 4 seminari (n. 2 Germania, n.1 Svezia, n.1 Francia) n.3 attività B2B (n. 1 Germania, n.1 Svezia, n.1 Francia)	n. 4 seminari (n. 2 Germania, n.1 Svezia, n.1 Francia) n.3 attività B2B (n. 1 Germania, n.1 Svezia, n.1 Francia)	n. 4 seminari (n. 2 Germania, n.1 Svezia, n.1 Francia) n.3 attività B2B (n. 1 Germania, n.1 Svezia, n.1 Francia)
<b>Risultati previsti</b>	<p><b>Seminari:</b> organizzazione di seminari in Germania, Francia e Svezia, guidati da key opinion leader di ciascun Paese target con presentazione del progetto e degustazione dei prodotti protagonisti. I seminari verranno condotti nella lingua dei Paesi target. L'obiettivo è quello di educare e informare i gruppi target (stampa specializzata e operatori del settore) sui regimi di qualità dell'Unione Europea. L'attività è destinata ad avere un impatto significativo sulla conoscenza e consapevolezza del prodotto da parte dei professionisti del settore.</p>		

	<b>Attività B2B:</b> organizzazione e svolgimento di una serie di incontri tra i rappresentanti dei Consorzi e buyer e distributori dei Paesi target. L'obiettivo di questa attività è aumentare la quota di mercato di questi prodotti di qualità dell'UE e informare i rappresentanti del trade sul valore differenziante che questi prodotti offrono. KPI: <ul style="list-style-type: none"> <li>- n. 360 partecipanti ai seminari</li> <li>- n. 60 operatori trade incontrati</li> </ul>		
<b>Budget previsto per annualità</b>	€ 132.880,00	€ 136.866,40	€ 140.852,80

Pacchetto di lavoro 6.3	Study Trip		
	1° Periodo	2° Periodo	3° Periodo
<b>Deliverables</b>	/	n. 3 Study trip (n. 1 Study Trip da Germania, n.1 Study Trip dalla Francia, n.1 Study Trip dalla Svezia)	n. 3 Study trip (n. 1 Study Trip da Germania, n.1 Study Trip dalla Francia, n.1 Study Trip dalla Svezia)
<b>Risultati previsti</b>	Organizzazione di Study Trip nei territori protagonisti del progetto, volti a portare esponenti della stampa specializzata e del trade nei Paesi di origine dei prodotti per offrire loro un'esperienza diretta della filiera produttiva, con focus sulla qualità e sul valore differenziante di queste produzioni DOP. Per ciascuno Study Trip verrà sviluppato un programma che permetterà ai partecipanti di visitare e incontrare i principali produttori. Questa attività consente di avere un forte impatto, contribuendo ad aumentare la consapevolezza circa i prodotti a marchio DOP tra i professionisti del settore. Per garantire che il messaggio dell'UE venga trasmesso correttamente, ai partecipanti verrà fornito tutto il materiale necessario con informazioni rilevanti e approfondite sul progetto. KPI: <ul style="list-style-type: none"> <li>- n. 20 partecipanti dalla Germania</li> <li>- n. 12 partecipanti dalla Francia</li> <li>- n. 12 partecipanti dalla Svezia</li> </ul>		
<b>Budget previsto per annualità</b>		€ 52.380,00	€ 52.380,00

Si riportano di seguito le indicazioni di massima relative alle attività informative e promozionali che dovranno comporre le proposte presentate nell'ambito della presente procedura di selezione.

Si precisa che l'offerente all'interno e nel rispetto degli elementi caratterizzanti dei WP indicati ha delle indicazioni di massima, ma è libero di formulare e approfondire le azioni proposte rispettando i WP elencati e comunque sempre secondo le modalità da consentire di raggiungere gli obiettivi previsti dal programma.

Si richiede che l'offerta sia corredata da una **presentazione della strategia generale** del programma sulla base delle informazioni fornite all'art. 2.

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

Si riportano di seguito le indicazioni di massima relative alle attività che dovranno comporre le proposte con l'indicazione dei prodotti/servizi da fornire, degli obiettivi da raggiungere e del budget indicativo. Si precisa che il budget indicato di seguito per i singoli WP potrà nell'offerta subire piccole variazioni (+/- 10%), nel caso di variazioni più consistenti queste dovranno essere adeguatamente giustificate.

## PROCEDURA DI SCELTA DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE DEL PROGRAMMA

### 6. Requisiti per la partecipazione alla gara

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

È vietato al concorrente che partecipa alla gara in forma associata di partecipare anche in forma individuale. Nel caso di partecipazione associata, i successivi requisiti di cui all'art. 6.1 devono essere detenuti da tutti i partecipanti al momento della presentazione dell'offerta.

#### 6.1 Inesistenza di cause di esclusione dalla partecipazione alla gara

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

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

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

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

#### 6.2 Requisiti di capacità economica e finanziaria

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

- deve aver realizzato, nel triennio 2021-2022-2023, un fatturato globale ammontante complessivamente ad euro 2.200.000,00 (euro due milioni e duecentomila/00) al netto dell'IVA, risultante dalle **dichiarazioni IVA** o imposta equivalente in ambito UE;
- deve allegare copia **dei bilanci riferiti alle annualità 2021-2022-2023** e/o dichiarazioni IVA dalle quali si evinca il volume di affari unitamente all'**ultimo bilancio** 2024 ove approvato e/o dichiarazione IVA;
- deve allegare la **visura CCIAA** oppure iscrizione in un registro commerciale tenuto nello Stato membro in cui l'operatore economico ha sede.

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

### 6.3 Requisiti di capacità tecnica e professionale

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

- aver realizzato, nel triennio 2021-2022-2023, servizi analoghi a quelli oggetto della gara per un importo non inferiore complessivamente ad euro 1.000.000,00 (euro un milione/00) al netto dell'IVA;
- allegare l'elenco dei principali servizi svolti e relativi valori finanziari (CV aziendale);
- allegare i CV del personale impiegato, nell'eventuale esecuzione del Programma, dai quali si evinca una comprovata esperienza in servizi analoghi a quelli oggetto della gara.

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

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

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (**Allegato A**) 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'impres nel suo complesso, fatto salvo che in tale ultimo caso la mandataria in ogni caso deve possedere i requisiti ed eseguire le prestazioni in misura maggioritaria.

### 7 Commissione giudicatrice e criteri di aggiudicazione

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

La Commissione giudicatrice è responsabile della verifica della documentazione prodotta e dell'anomalia delle offerte oltre alla valutazione delle offerte tecniche ed economiche dei concorrenti.

L'appalto sarà aggiudicato con il criterio del miglior rapporto qualità-prezzo tenendo conto dell'offerta tecnica e dell'offerta economica.

In presenza di una sola offerta valida, l'amministrazione aggiudicatrice ha il diritto di procedere o meno all'aggiudicazione dell'appalto.

In caso di parità nel punteggio ottenuto, l'appalto sarà aggiudicato al concorrente che avrà riportato il punteggio più alto nell'offerta tecnica. In caso di vincolo sia dell'offerta economica che dell'offerta tecnica, l'Amministrazione Aggiudicatrice procederà mediante sorteggio.

Gli aspetti qualitativi del servizio e il prezzo sono presi in considerazione congiuntamente, pertanto, i 100 punti totali saranno valutati nelle seguenti proporzioni:

- OFFERTA TECNICA: MASSIMO 80 PUNTI
- OFFERTA ECONOMICA: MASSIMO 20 PUNTI

Per l'assegnazione del punteggio, i seguenti criteri sono stabiliti con i relativi sottocriteri:

Criteri di aggiudicazione	Sotto criteri	Punteggio massimo
<b>i - Qualità dell'azione</b>		
<b>1. STRATEGIA GLOBALE</b>	a) Articolazione della strategia: coerenza tra gli obiettivi previsti dalla call e la strategia adottata nei Paesi Target	9,00
<b>2. APPROCCIO METODOLOGICO E STRUTTURA DELLE ATTIVITÀ</b>	a) modalità di realizzazione delle azioni: descrizione delle modalità operative utilizzate per l'erogazione dei servizi e relativa coerenza con le finalità e gli obiettivi della campagna di comunicazione proposta e con la call.	18,00
	b) descrizione di raggiungimento degli obiettivi specifici indicati nel Programma.	14,00
<b>3. Piano d'azione dettagliato / Piano temporale</b>	a) Chiarezza e conformità del piano d'azione proposto. Realismo ed efficienza dei risultati proposti e dei tempi delle azioni.	12,00
<b>Punteggio massimo attribuibile</b>		<b>53,00</b>

Criteri di aggiudicazione	Sotto criteri	Punteggio massimo
<b>ii - Capacità operativa</b>	a) Qualità del gruppo di lavoro proposto per le singole attività in termini di competenze nello svolgimento di attività analoghe a quelle indicate nell'offerta tecnica.	9,00
	b) Esperienza nella gestione tecnica e amministrativa di progetti finanziati da fondi pubblici/Programmi	9,00
	c) Esperienza lavorativa per attività svolte nei mercati di riferimento	9,00
<b>Punteggio massimo attribuibile</b>		<b>27,00</b>

Il Comitato Contrattuale valuterà ogni offerta, assegnando per ogni criterio/sotto criterio un coefficiente qualitativo con valore variabile compreso tra zero e uno, assegnato a discrezione dei commissari secondo la seguente tabella:

- non trovato 0
- valutazione insignificante 0,1
- valutazione appena sufficiente 0,2
- valutazione sufficiente 0,3
- valutazione tra sufficiente / equo 0,4
- valutazione equa 0,5
- valutazione tra giusto/buono 0,6
- valutazione buona 0,7
- valutazione tra buono / eccellente 0,8
- valutazione ottimo 0,9
- valutazione eccellente 1

Al fine di attribuire punteggi alle offerte, il Comitato Contraente si avvarrà della seguente formula:

$$V_{C(a)} = \sum_n \{ W_m * V_{(a) i} \}$$

Dove:

- $V_{C(a)}$  = Valutazione complessiva dell'offerta
- $\sum_n$  = Somma dei sottocriteri (n)
- $W_m$  = Punteggio massimo del sottocriterio
- $V_{(a) i}$  = Coefficiente di qualità assegnato all'offerta (a) rispetto alla variabile requisito compresa tra 0 e 1.

I coefficienti  $V_{(a) i}$  sono determinati attraverso la media dei coefficienti qualitativi attribuiti discrezionalmente da ciascun membro del Comitato Contraente.

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

Il Comitato Contraente procederà successivamente all'esame dell'offerta economica e assegnerà punteggi in base a quanto dichiarato, fino ad un massimo di 20 punti, secondo la tabella sottostante:

Criteri di aggiudicazione	Sotto criteri	Punteggio massimo
<b>iii) TARIFFA</b>	a) valutazione dell'offerta economica a fronte del corrispettivo dell'operatore partecipante secondo la formula di seguito indicata	10,00
	b) Valutazione dell'opportunità del corrispettivo, espresso in uomo/giorni, necessario per l'attuazione di ciascuna azione.	10,00
	<b>Punteggio massimo attribuibile</b>	<b>20,00</b>

**Per il sotto criterio di cui alla lettera a)** il Comitato Contraente procederà alla valutazione dell'offerta economica assegnando il punteggio utilizzando la seguente formula:

$$\text{punteggio dell'offerta economica per la commissione dell'operatore considerata} = [(commissione minima\% / (commissione\% X)] * 10$$

dove:

- *Commissione minima%*: è la percentuale del corrispettivo relativo all'offerta economica per il corrispettivo dell'operatore economico partecipante che è la più bassa tra quelle presentate;
- *Fee% X*: è la percentuale del corrispettivo relativo all'offerta economica dell'operatore economico considerato.

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

**Per il sotto criterio di cui alla lettera b)** relativo alla valutazione dell'adeguatezza del canone, si precisa che esso sarà determinato sulla base della media dei valori assegnati a discrezione dei singoli commissari.

Nel dettaglio, ciascun membro della Commissione attribuirà un valore compreso tra 0 e 1 utilizzando la stessa scala di valutazione e la stessa formula prevista per l'offerta tecnica.

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

Sulla base dei punteggi attribuiti a ciascuna offerta ricevuta, verrà stilata la classifica.

Il premio sarà effettuato a favore del concorrente che ha presentato un'offerta che ha ottenuto il punteggio complessivo più alto (punteggio dell'offerta tecnica + punteggio dell'offerta economica).

L'Amministrazione Aggiudicatrice non è tenuta a corrispondere alcun compenso alle imprese concorrenti, per qualsiasi motivo o titolo, per le offerte presentate.

L'Amministrazione Aggiudicatrice procederà all'aggiudicazione anche nel caso in cui venga presentata una sola offerta valida, purché ritenuta opportuna dall'Amministrazione Aggiudicatrice. 95, comma 12, del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i. L'Amministrazione Aggiudicatrice non procederà all'aggiudicazione qualora nessuna offerta sia conveniente o idonea in relazione all'oggetto dell'appalto.

Nel caso in cui il contraente non si presenti alla stipula dell'appalto o in cui sia accertata la falsità delle dichiarazioni rese, l'Amministrazione Aggiudicatrice si riserva il diritto di assegnare l'incarico all'operatore economico successivamente inserito nella graduatoria, una volta effettuati i controlli di routine.

Sulla base dei punteggi attribuiti alle offerte, verrà stilata la graduatoria finale e verrà individuato l'aggiudicatario.

## **8 Presentazione**

### **8.1 Modalità di presentazione delle proposte e scadenza**

La documentazione può essere redatta in lingua italiana o inglese, e **deve essere presentata entro e non oltre il 09/04/2025 alle ore 12.00** in una delle due seguenti opzioni:

- a) a **mezzo corriere o raccomandata** dell'offerta in formato cartaceo ed elettronico - su CD o chiavetta USB - da parte del partecipante alla gara.
- b) tramite **posta elettronica certificata indirizzata a:** entevini@pec.fastmail.it

Tutti i documenti devono essere debitamente firmati e timbrati.

In caso di presentazione dell'offerta in formato cartaceo, il pacchetto deve riportare la seguente dicitura: "NON APRIRE: CONTIENE OFFERTA TRAMITE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ENTE ESECUTORE – [NOME DELLA SOCIETÀ] “.”

In caso di invio tramite posta elettronica (certificata), l'oggetto dovrà recare la seguente dicitura: "NON APRIRE: CONTIENE OFFERTA TRAMITE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ENTE ESECUTORE – [NOME DELL'AZIENDA]". I partecipanti alla gara possono inviare l'offerta tramite più di un messaggio di posta elettronica, se gli allegati superano la dimensione di 100 mb. Se è necessario inviare la domanda tramite più di un messaggio di posta elettronica (certificato), tutti i messaggi devono essere ricevuti entro e non oltre l'ora e la data di invio sopra indicate e l'oggetto della comunicazione, oltre a recare la dicitura di cui sopra, deve indicare il numero del messaggio sul numero totale di messaggi forniti (ad esempio "PARTE 1 DI 3", "PARTE 2 DI 3" e "PARTE 3 DI 3").

La consegna delle offerte, qualora per qualsiasi motivo non giungano a destinazione entro il suddetto termine perentorio, è a rischio esclusivo del mittente.

**Indirizzo postale** al quale devono essere inviate le proposte entro il suddetto termine:

All'attenzione del **dott. Monti Roberto**

Indirizzo PEC: [entevini@pec.fastmail.it](mailto:entevini@pec.fastmail.it)

Nell'oggetto della PEC scrivere quanto segue: "Bando di gara per la selezione di un ente esecutore Reg. 1144/2014 call 2025 e il nome dell'organismo/agenzia/società partecipante alla Gara di Selezione".

Il materiale sarà messo a disposizione, al momento opportuno, del Comitato Contrattuale che l'Organismo appaltatore nominerà per svolgere le attività di selezione.

Gli operatori economici interessati a partecipare devono, a pena di esclusione, inviare tutta la documentazione necessaria in un pacchetto contenente 3 buste o tramite PEC che dovranno contenere:

PEC A/BUSTA A - documentazione amministrativa:

- a) Allegato A compilato e firmato dal rappresentante legale;
- b) documento di identità del/dei sottoscrittore/i;
- c) Copia dell'atto costitutivo (gli offerenti non stabiliti in Italia ma in un altro Stato membro presentano una dichiarazione giurata o un documento equivalente secondo le procedure in vigore nello Stato in cui sono stabiliti);
- d) visura CCIAA oppure iscrizione in un registro commerciale tenuto nello Stato membro in cui l'operatore economico ha sede;
- e) copia **dei bilanci riferiti alle annualità 2021-2022-2023** e/o dichiarazioni IVA dalle quali si evinca il volume di affari unitamente all'**ultimo bilancio** 2024 ove approvato e/o dichiarazione IVA

PEC B/BUSTA B - offerta tecnica MAX 30 CARTELLE (ES. 30 FOGLI WORD – 30 SLIDE PPT):

1. PRESENTAZIONE DELL'OPERATORE ECONOMICO partecipante al Bando in termini di esperienza maturata nel settore della promozione/informazione su prodotti alimentari, esperienza nella realizzazione delle azioni previste.
2. STRATEGIA COMPLESSIVA - L'operatore economico dovrà articolare la propria proposta proponendo tipologie di attività e le modalità realizzative che ritiene maggiormente efficaci per la realizzazione degli obiettivi.
3. APPROCCIO METODOLOGICO E STRUTTURA DELLE ATTIVITÀ – Per ogni tipologia di attività riportata nel capitolato, dovranno essere descritti gli specifici interventi che s'intendono realizzare per raggiungere gli obiettivi. Le attività e i relativi interventi dovranno essere coerenti con la strategia proposta.
4. CRONOPROGRAMMA
5. CAPACITA' OPERATIVA - Le esperienze e i ruoli specifici del gruppo di lavoro da dedicare al Programma e le esperienze specifiche raggiunte nei paesi target.

PEC C/BUSTA C - offerta economica:

1. Piano finanziario dettagliato per ogni attività (comprensivo di onorari);
2. Bilancio riepilogativo del triennio per paese.

Gli operatori economici devono includere un'analisi dettagliata (ripartizione del bilancio) per ciascun WP/attività inclusa nel prezzo proposto. Le offerte economiche sono da determinarsi IVA esclusa.

I costi devono essere organizzati e presentati in una tabella (detta Piano Finanziario Dettagliato) che contenga la denominazione di ciascuna attività e le sue singole voci di costo, in modo da definire una somma totale (costo totale delle azioni), costituita dai costi di ogni singola attività, dettagliati per ogni voce di costo.

Per quanto riguarda i costi relativi ai corrispettivi dell'Ente Esecutore, questi devono essere presentati in euro e sotto forma di uomo/giorno in relazione ad ogni singola attività. I compensi devono essere espressi riferiti ai WP e non alle singole voci di costo.

Tali costi riguardano tutte le attività necessarie all'organizzazione e all'attuazione delle parti del Programma specificate nel presente Bando (es. selezione e contatto con i fornitori, costo dei materiali, esperti, organizzazione di eventi, ecc.).

*Tabella modello "Piano finanziario dettagliato"*

WP	ATTIVITA'	COSTI STIMATI (ripartizione del budget)	TARIFFE per WP (in euro e uomo/giorno)	COSTO TOTALE
(esempio) 2 – Pubbliche Relazioni	(esempio) 2.2 – Eventi stampa			

La tabella deve indicare chiaramente il costo totale dei WP/attività (dettagliato con una ripartizione di budget – somma di tutte le attività), il costo totale del fee (da definire da parte dell'operatore economico partecipante alla Gara - somma dei fee previsti per ciascun servizio/iniziativa proposta indicato nella tabella sopra) e il costo totale delle azioni - somma di tutte le proposte servizi/iniziative).

È quindi necessario predisporre una tabella che riassume per anno i costi totali dei servizi proposti, il relativo importo del corrispettivo e la percentuale di incidenza del canone sul costo totale annuo e nel triennio come indicato nella tabella sottostante:

	Anno 1	Anno 2	Anno 3
(A) Attività sub totale	€	€	€
(B) Totale commissione di agenzia espressa in €	€	€	€
<b>Spese di agenzia in% = B / A * 100</b>	%	%	%

L'importo totale del fee dell'organismo di esecuzione deve essere compreso tra **un minimo del 5% e un massimo del 10%** del costo totale delle azioni e deve essere calcolato separandolo dal costo totale dell'azione.

Qualsiasi ulteriore servizio relativo al programma può essere descritto in dettaglio in questa sezione.

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

PEC A o BUSTA A – PAESI TARGET: FRANCIA GERMANIA E SVEZIA - DOCUMENTAZIONE AMMINISTRATIVA BANDO DI SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DI UNA PARTE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI

PEC B o BUSTA B – PAESI TARGET: FRANCIA GERMANIA E SVEZIA - OFFERTA TECNICA - BANDO DI SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DI UNA PARTE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI

PEC C o BUSTA C – PAESI TARGET: FRANCIA GERMANIA E SVEZIA - OFFERTA ECONOMICA- BANDO DI SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DI UNA PARTE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI

## **8.2 Modalità di apertura delle offerte**

Il Comitato di selezione sarà nominato ad hoc dopo la scadenza per la presentazione delle offerte. Il Comitato sarà nominato appositamente per la valutazione e la selezione delle offerte ricevute e composto da rappresentanti dell'Organismo appaltatore e si riunirà il giorno 11/04/2025.

Tutti i partecipanti saranno tempestivamente informati dell'esito della procedura di valutazione via e-mail. I risultati saranno pubblicati anche sul sito [www.consorziovinidiromagna.it](http://www.consorziovinidiromagna.it) entro il 15/04/2025.

Ulteriori informazioni possono essere richieste ai seguenti indirizzi e-mail:

[entevini@pec.fastmail.it](mailto:entevini@pec.fastmail.it)

## **9 Documenti di gara**

- AVVISO
- CAPITOLATO TENICO
- ALLEGATO A

### **9.1 Indicazioni rispetto alle irregolarità della documentazione amministrativa**

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

Di seguito è responsabilità dell'aggiudicatario:

1. Esecuzione dei Servizi oggetto del contratto, in piena e incondizionata accettazione del contenuto delle presenti Specifiche;
2. Rispetto di tutte le indicazioni contenute nel presente disciplinare, anche se non specificamente richiamate nel presente articolo, delle norme e dei regolamenti vigenti sia a livello nazionale che regionale, nonché di quelli che potranno essere emanati durante il periodo contrattuale (ivi compresi i regolamenti e le ordinanze comunali), con particolare riguardo a quelli relativi all'igiene e alla sicurezza e comunque relativi all'oggetto del contratto.

## **10. RELAZIONI TRA L'ORGANISMO DI ESECUZIONE E L'AMMINISTRAZIONE AGGIUDICATRICE**

L'aggiudicatario dovrà individuare un referente responsabile del servizio che avrà l'obbligo di collaborare strettamente con l'organismo appaltante e il Comitato Direttivo del progetto nella realizzazione del Servizio oggetto del contratto, nonché nella risoluzione operativa di problemi relativi a particolari esigenze delle attività.

#### **11. DECADENZA E REVOCA DEL CONTRATTO**

L'aggiudicatario può essere dichiarato incamerato dall'appalto nei seguenti casi:

- per inadempimento di obblighi contrattuali o di legge, in materia di stipendi, liquidazioni o trattamenti previdenziali e assicurativi a favore del personale della società aggiudicataria;
- per manifesto inadempimento degli impegni assunti con il contratto;
- per il mancato rispetto delle linee guida di progetto presentate e di eventuali ulteriori indicazioni in merito alla qualità del servizio;
- Per il mancato rispetto di questo capitolato tecnico

#### **12. RISOLUZIONE UNILATERALE DEL CONTRATTO**

L'organismo appaltante ha la facoltà di verificare la buona attuazione del servizio con il supporto di agenti scelti a sua discrezione. In caso di risoluzione del contratto, l'aggiudicatario si impegna in ogni caso a proseguire l'incarico, alle medesime condizioni, per un massimo di tre mesi. L'organismo appaltante sostituirà l'offerente con i successivi candidati nella graduatoria della gara.

#### **13. CONTENZIOSO**

Per la risoluzione di tutte le controversie che dovessero insorgere nell'esecuzione del servizio, che non possono essere definite brevemente dalle parti contraenti, il foro competente è quello di Ravenna (Italia).

#### **14. PROPRIETÀ E DIRITTI D'USO**

I diritti di proprietà e/o di utilizzo e di sfruttamento economico dei risultati, predisposti o creati dall'aggiudicatario o dai suoi dipendenti e collaboratori nell'ambito o in occasione dell'esecuzione del servizio, rimarranno di proprietà esclusiva dell'organismo appaltante che potrà, pertanto, disporre senza alcuna restrizione la pubblicazione, diffusione, utilizzo, duplicazione di tali opere intellettuali o materiali, salvo quanto previsto dal diritto dell'Unione Europea.

Tali diritti, ai sensi della Legge n. 633/41 "Tutela del diritto d'autore e degli altri diritti concessi al suo esercizio" come modificata e integrata dalla Legge 248/00, devono intendersi trasferiti, acquisiti e concessi in licenza in modo perpetuo, illimitato e irrevocabile. L'aggiudicatario si impegna a consegnare tutti i prodotti in un formato aperto e modificabile e si impegna espressamente a fornire all'organismo appaltante, in qualità di Amministrazione Aggiudicatrice, tutta la documentazione e il materiale necessari per l'effettivo sfruttamento dei diritti di proprietà esclusiva, nonché a firmare tutti i documenti necessari per l'eventuale trascrizione di tali diritti a favore dell'organismo appaltante e in eventuali registri o elenchi pubblici.

#### **15. TRATTAMENTO DEI DATI**

Ai sensi del D.Lgs. 196/2003 e del Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 contenente il Regolamento Europeo sulla Protezione dei Dati (di seguito anche "GDPR"), La informiamo che i dati raccolti sono destinati alla scelta del contraente e il loro conferimento è facoltativo, fermo restando che l'offerente che intende partecipare alla procedura o aggiudicarsi l'appalto deve fornire all'ente aggiudicatore la documentazione prevista dalla normativa vigente. I diritti dell'interessato sono quelli

previsti dall'articolo 13 della citata legge. Tali diritti possono essere esercitati ai sensi e per gli effetti del D.Lgs. 196/2003 e gdpr.

In particolare, per quanto riguarda la procedura stabilita dalla presente offerta:

a) le finalità per le quali sono conservati i dati raccolti riguardano la verifica della capacità dei concorrenti di partecipare alla gara in oggetto;

b) i dati forniti saranno raccolti, registrati, organizzati e conservati per le finalità di gestione della gara e saranno trattati, sia su supporto cartaceo che magnetico, anche successivamente all'eventuale instaurazione del rapporto contrattuale, per le finalità del rapporto stesso;

c) il conferimento dei dati richiesti costituisce un onere a pena di esclusione dalla gara;

d) i soggetti o le categorie di soggetti ai quali i dati possono essere comunicati sono: 1) il personale dell'ente aggiudicatore; 2) gli offerenti partecipanti alla gara;

e) i diritti dell'interessato sono quelli di cui all'art.7, del D.Lgs. n. 196/2003 e successive modifiche e articoli da 15 a 22 del GDPR, a cui si rinvia;

f) il soggetto attivo della raccolta è l'amministrazione aggiudicatrice e il responsabile è il legale rappresentante.

Il titolare del trattamento dei dati è individuato nella figura del legale rappresentante del Consorzio Vini Romagna – Dott. Roberto Monti – e gli stessi saranno trattati ai sensi dell'art.28 del Regolamento Europeo sulla Protezione dei Dati ("GDPR") e dell'art. 29 del D.Lgs. n. 196/2003, nonché della normativa italiana per l'adeguamento al GDPR.

Per ogni ulteriore aspetto al riguardo, è possibile fare riferimento al seguente indirizzo mail: [info@romagnavini.it](mailto:info@romagnavini.it)

**Unico responsabile della procedura**

Responsabile unico del procedimento ai sensi dell'art. 31 del D. Lgs. 50/2016 è il Legale Rappresentante del Consorzio Vini Romagna – Dott. Roberto Monti.