

## CAPITOLATO TECNICO

### PROCEDURA DI SELEZIONE DELL'ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DENOMINATO: *"Enjoy European Quality Food"* (acronimo *"EEQF"*)

#### 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI

Il Consorzio Tutela Provolone Valpadana (qui nominato come "organismo proponente"), con sede legale in Piazza Marconi 3 – CAP 26100 Cremona (CR), ITALIA, P.IVA 00870400199, tel. +39 0372 30598 – 26433, e-mail: [segreteria@provolonevalpadana.it](mailto:segreteria@provolonevalpadana.it), PEC: [consorziotutelaprovolonevalpadana@legalmail.it](mailto:consorziotutelaprovolonevalpadana@legalmail.it), in qualità di capofila e in partenariato con:

- Consorzio per la tutela dell'Asti
- Consorzio Tutela Vino Conegliano Valdobbiadene Prosecco
- Consorzio Vino Nobile di Montepulciano
- Latteria Soligo Soc. Agr. Coop.
- Associazione Produttori olivicoli Toscani – APOT OP

#### *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 (qui nominato "organismo di esecuzione") del Programma *"Enjoy European Quality Food"* (acronimo *"EEQF"*).

#### QUADRO DI RIFERIMENTO

In attuazione dei Regolamenti UE n.1144/2014, n. 2015/1829 e n. 2015/1831, l'organismo proponente ha il compito di selezionare, mediante procedura competitiva aperta, un Organismo di Esecuzione per la realizzazione del progetto denominato "Enjoy European Quality Food" (acronimo "EEQF"), presentato sul Bando 2018 "Call for proposals for simple programmes – Promotion of agricultural products". Il Programma triennale (2019-2021), relativo ad attività di informazione e promozione rivolte ai mercati target Italia, Germania, Regno Unito, Spagna, Polonia, è stato presentato ad Aprile 2018 alla Commissione Europea, in conformità al Regolamento (UE) n. 1144/2014 – Promozione dei prodotti agricoli nei Paesi Terzi – Call for proposal Simple Programmes (2018/C 9/09).

Il Consorzio Tutela Provolone Valpadana, in qualità di soggetto capofila, **indice pertanto un Bando** per la selezione di un “Organismo di esecuzione” incaricato della realizzazione del suddetto Programma.

## **NORMATIVA E DOCUMENTAZIONE DI RIFERIMENTO**

**Il quadro dei riferimenti normativi** essenziali ai fini dell’esecuzione del Programma 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.

## **2 OGGETTO DELL’APPALTO**

### **DESCRIZIONE GENERALE DEL SERVIZIO**

Il servizio consiste nell’esecuzione del Programma. L’organismo di esecuzione dovrà quindi assicurare:

- lo sviluppo e lo svolgimento del programma di durata triennale, a partire dalla sottoscrizione del contratto;
- la realizzazione delle attività informative e promozionali previste dal cronoprogramma, sulla base degli obiettivi descritti nella strategia di azione e di comunicazione, e mediante il monitoraggio dei risultati e dell’impatto;
- la gestione amministrativa-finanziaria del Programma, comprensiva delle relazioni tecniche periodiche e della relazione tecnica finale.

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 1144/2104, assicurando una chiara riconoscibilità al Programma e ai relativi soggetti promotori. Il servizio deve essere caratterizzato da un supporto tecnico e operativo qualificato.

Il valore totale è pari ad euro 6.333.646,00 IVA esclusa.

### **MODALITÀ DI ESECUZIONE**

L'organismo di esecuzione deve costituire e disporre per la durata del contratto, di un Gruppo di lavoro, nel rispetto dei requisiti di partecipazione, che è incaricato di gestire e attuare il Programma. **Tutte le attività del Gruppo di lavoro devono essere concordate e condivise con l'organismo proponente.** È previsto che uno o più componenti del Gruppo di lavoro siano disponibili per riunioni di monitoraggio trimestrali, per dare supporto operativo alle attività del piano che necessitano di essere svolte in stretto coordinamento con la struttura di riferimento; le decisioni ed i temi trattati in tali riunioni dovranno risultare da appositi verbali redatti dall'organismo proponente e messi a conoscenza via mail all'organismo esecutore.

Il coordinamento delle attività e lo scambio di informazioni con l'organismo proponente possono avvenire mediante modalità differenti e articolate: contatti telefonici, riunioni, videochiamate, corrispondenza via e-mail, condivisione e scambio di materiali e documenti attraverso i sistemi di condivisione online. In ogni caso qualsiasi variazione nei piani di esecuzione rispetto a quanto precedentemente concordato dovrà essere previamente autorizzata dall'organismo proponente mediante atto scritto. Le parti concordano che tutti gli scambi epistolari e/o qualsiasi reciproca comunicazione, nessuna esclusa, dovranno essere effettuati mediante l'utilizzo della forma scritta ed inoltrati a mezzo Posta Elettronica Certificata così da consentirne la certezza di invio/consegna e che gli atti e/o le comunicazioni assunti/e od inviati/e in forma diversa saranno privi di efficacia e/o validità. Le parti garantiranno per tutta la durata del progetto la piena efficienza e funzionalità della propria casella di posta elettronica, espressamente sollevando l'altra parte da ogni conseguenza in caso di ritardo o inefficienze dovute a ritardate o mancate comunicazioni tra le parti. Ogni parte ha l'obbligo, che si impegna ad adempiere, di comunicare tempestivamente ogni variazione di indirizzo della propria casella PEC, nonché di comunicare tempestivamente ogni eventuale mancato

funzionamento della casella PEC, impegnandosi a porvi immediato rimedio e, comunque, adottando nel frattempo strumenti alternativi idonei a garantire la comunicazione tra le parti.

## **GRUPPO DI LAVORO**

L'organismo di esecuzione deve garantire prestazioni di servizio svolte da personale con legittimi e regolari rapporti di lavoro e avente i requisiti professionali e tecnici adeguati all'impiego ed alla realizzazione del progetto. Il team di lavoro deve essere caratterizzato da un approccio organizzativo flessibile per rispondere alle variazioni e/o imprevisti che potranno determinarsi nel corso dello svolgimento del Programma.

L'organismo esecutore assume la piena ed esclusiva responsabilità dei vari rapporti di lavoro che in alcun modo potranno essere ricondotti in capo all'organismo proponente; l'organismo esecutore garantirà il pieno rispetto di tutti gli adempimenti contributivi e fiscali, nonché contrattuali in genere, impegnandosi altresì ad osservare tutte le norme poste a tutela dell'incolumità fisica dei lavoratori, sollevando l'organismo proponente da qualsiasi onere o responsabilità in merito.

### **L'organismo di esecuzione si impegna:**

- a) ad adibire al servizio personale idoneo, di comprovata 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;
- b) a 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;
- c) a rispettare, nei confronti del proprio personale, i contratti di lavoro relativi al trattamento salariale, normativo, previdenziale ed assicurativo;
- d) a dare esecuzione al programma che verrà redatto e controfirmato dalle parti, in ogni sua parte e nei modi e tempi ivi stabiliti, e previsti anche dalla Convenzione di Sovvenzione.

## **3 DURATA DEL SERVIZIO**

Il servizio ha durata di **trentasei mesi** - decorrenti dalla data di stipula del contratto- ed è suddiviso in tre fasi di dodici mesi ciascuna. Il contratto relativo al servizio avrà per oggetto lo svolgimento delle attività indicate nel presente bando alle condizioni ivi riportate.

L'organismo di esecuzione si impegna ad eseguire le prestazioni per i tempi di durata ed entro le singole scadenze previste dalla Convenzione di Sovvenzione, dal presente Capitolato Tecnico, e, ove non altrimenti previsto, secondo le tempistiche indicate dall'organismo proponente.

#### **4 REQUISITI PER LA PARTECIPAZIONE ALLA GARA**

##### **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 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)** firmata dal Legale Rappresentante.

##### **REQUISITI DI CAPACITÀ ECONOMICA E FINANZIARIA**

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione, deve allegare la seguente documentazione attestante la capacità economica e finanziaria:

- Bilanci degli ultimi 2 esercizi finanziari.

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata **(Allegato A)** firmata dal Legale Rappresentante e dall'invio della documentazione necessaria.

##### **REQUISITI DI CAPACITÀ TECNICA E PROFESSIONALE**

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

- aver realizzato, nel corso degli ultimi 3 esercizi chiusi, progetti e attività promozionali destinati al mercato interno/paesi terzi, nell'ambito delle attività previste per il Programma di cui al Reg. UE n. 1144/2014 e/o programmi equivalenti (ad es. OCM Promozione Vino, PSR 2014/2020 Misura 3.2.01, etc.), per un importo non inferiore complessivamente a Euro 2.200.000,00 (in lettere: due milioni e duecento mila Euro) al netto dell'IVA.

Il possesso di questo requisito dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (**Allegato A**) firmata dal Legale Rappresentate e dall'Autodichiarazione.

## 5 CRITERI DI AGGIUDICAZIONE

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

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

**QUALITÀ DELL'OFFERTA TECNICA: max punti 85**

**OFFERTA ECONOMICA: max punti 15**

**TOTALE PUNTEGGIO ATTRIBUIBILE: max punti 100**

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

Criteria	Sotto criteri	Punteggio massimo
1. QUALITÀ DELL'OFFERTA TECNICA - STRATEGIA COMPLESSIVA	Adeguatezza della metodologia proposta e qualità dell'articolazione della strategia di comunicazione: in particolare, dimostrazione della capacità di produrre i risultati previsti dal progetto	Fino a 3 punti
	Coerenza tra la strategia complessiva progettuale e le singole attività e coerenza tra la strategia complessiva progettuale e gli obiettivi previsti a progetto	Fino a 3 punti
<b>Punteggi massimi attribuibili</b>		<b>6</b>
2. QUALITÀ DELL'OFFERTA TECNICA – OUTPUT DI PROGETTO	Creatività ed innovazione nelle modalità realizzative e nei contenuti della proposta di realizzazione degli output di progetto richiesti (es. gestione ufficio stampa, sviluppo del contest, realizzazione di video emozionali, realizzazione del materiale informativo e della comunicazione on-line, realizzazione di eventi ed incoming, etc.)	Fino a 15 punti
	Efficacia e capacità degli output previsti di comunicare il messaggio del progetto	Fino a 5 punti
	Qualità della proposta grafica e del concept e contenuto dei messaggi promozionali adeguati alla realizzazione dei risultati previsti dal progetto	Fino a 15 punti
	Qualità del gruppo di lavoro dedicato all'attività di comunicazione, di grafica, di gestione eventi, etc. del progetto (valutazione CV del gruppo di lavoro dedicato)	Fino a 10 punti
<b>Punteggi massimi attribuibili</b>		<b>45</b>

3. QUALITÀ DELL'OFFERTA TECNICA – APPROCCIO METODOLOGICO	Adeguatezza nelle modalità di realizzazione ed esecuzione delle azioni	Fino a 8 punti
	Adeguatezza della pianificazione in termini di coerenza con gli obiettivi della strategia di comunicazione e coerenza rispetto alle tempistiche della programmazione: in particolare, coerenza tra il cronoprogramma delle attività proposto ed efficacia della realizzazione delle singole azioni, anche in relazione alle risorse professionali coinvolte	Fino a 3 punti
	Adeguatezza dei meccanismi di controllo per monitorare la corretta esecuzione economico-finanziaria del progetto e il rispetto del cronoprogramma: qualità ed efficacia delle modalità di esecuzione delle azioni previste	Fino a 3 punti
	Qualità del gruppo di lavoro dedicato all'attività di gestione del progetto (valutazione CV del gruppo di lavoro dedicato)	Fino a 6 punti
	Adeguatezza ed efficacia degli strumenti previsti per la valutazione dei risultati di progetto	Fino a 3 punti
	Qualità del gruppo di lavoro dedicato all'attività di valutazione dei risultati di progetto (valutazione CV del gruppo di lavoro dedicato)	Fino a 6 punti
<b>Punteggi massimi attribuibili</b>		<b>29</b>
	Altri servizi proposti	Fino a 3 punti
	Attività di assistenza fornita al Consorzio	Fino a 2 punti
<b>Punteggi massimi attribuibili</b>		<b>5</b>

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

ELEMENTO DI VALUTAZIONE	CRITERIO MOTIVAZIONALE	PUNTEGGIO MASSIMO
<b>ANALISI ECONOMICA E ONORARIO</b>	Analisi di economicità sulle iniziative proposte, secondo i prezzi di mercato	3
<b>Max 15 punti</b>	Congruità dell'onorario, espresso in giornate/uomo, richiesto per la realizzazione di ogni azione, in base al costo di ogni azione e ai benefici attesi	12

La Commissione giudicatrice valuterà ogni offerta, assegnando per ogni criterio/sub criterio un coefficiente di natura qualitativa:

GIUDIZIO QUALITATIVO COEFFICIENTI	
non riscontrabile	0
valutazione insignificante	0,1
valutazione appena sufficiente	0,2
valutazione sufficiente	0,3
valutazione tra sufficiente/discreta	0,4

valutazione discreta	0,5
valutazione tra discreta/buona	0,6
valutazione buona	0,7
valutazione tra buona/ottima	0,8
valutazione ottima	0,9
valutazione eccellente	1,1

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

**In presenza di una sola offerta valida**, l'organismo proponente ha facoltà di procedere o meno all'affidamento dell'appalto. In **caso di parità di punteggio** ottenuto, l'appalto verrà aggiudicato al concorrente che avrà riportato il maggior punteggio nell'offerta tecnica.

## 6 MODALITÀ DI PRESENTAZIONE

Gli organismi interessati a partecipare al Bando di Gara dovranno, a pena di esclusione, inviare la propria proposta entro il **28/03/2019 alle ore 12:00**, in un unico plico contenente i 3 seguenti Allegati (se l'invio avverrà per via cartacea) o in uno o più file (se l'invio avverrà per via telematica):

### **Allegato A) Documentazione amministrativa:**

- Allegato A compilato e firmato dal Legale Rappresentante
- Bilanci degli ultimi 2 anni
- Autodichiarazione relativa ai requisiti descritti al punto 4.3, comprensiva di elenco dei principali progetti e attività promozionali realizzati, destinati al mercato interno/paesi terzi.

### **Allegato B) Proposta tecnica:**

- Descrizione dettagliata delle attività e proposte grafiche richieste

### **Allegato C) Offerta economica:**

- Tabella di dettaglio di costo dell'onorario

La documentazione dovrà essere presentata in formato pdf non editabile entro e non oltre il **28/03/2019 alle ore 12:00 a mezzo PEC** all'indirizzo consorziotutelaprovonevalpadana@legalmail.it, solo per gli operatori aventi sede all'estero sarà



accettata la spedizione anche da indirizzi non PEC (la casella PEC è abilitata alla ricezione anche da indirizzi non PEC). In alternativa, è possibile far pervenire la documentazione di gara anche in forma cartacea, in una busta chiusa contenente i 3 allegati, timbrata e controfirmata sui lembi dal legale rappresentante.

Il recapito del plico e/o della comunicazione telematica nei termini previsti rimane ad **esclusivo rischio del mittente** ove, per qualsiasi motivo, non giunga a destinazione entro le ore 12.00 del 28/03/2019. Il recapito oltre tale termine perentorio non potrà essere oggetto di contestazione.

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

**Consorzio Tutela Provolone Valpadana**

Piazza Marconi 3

CAP 26100 Cremona

Alla cortese attenzione di Vittorio Emanuele Pisani

Nell'oggetto della PEC e dell'e-mail, nonché sulla busta cartacea, scrivere quanto segue:

***NON APRIRE: CONTIENE BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DENOMINATO "ENJOY EUROPEAN QUALITY FOOD".***

**7 MODALITÀ DI APERTURA DELLE OFFERTE**

Data: 29/03/2019

Ora locale: 10:00 per la parte pubblica

Ora locale 16:00 per la parte riservata

Luogo: sede operativa del **Consorzio Tutela Provolone Valpadana**, Piazza Marconi 3 26100 Cremona (CR)

Informazioni relative alle persone ammesse alla procedura di apertura: i legali rappresentanti delle ditte candidate o loro incaricati muniti di delega.

La Commissione di valutazione, organo ad hoc creato appositamente per la valutazione e selezione delle proposte pervenute, si riunirà in data 29/03/2019 ora locale 10:00, al fine di espletare le procedure di selezione e aggiudicazione secondo i criteri di cui al punto 5 del presente capitolato. Sarà data tempestiva comunicazione a tutti i partecipanti sull'esito della Gara di Selezione, a mezzo PEC. I risultati verranno anche pubblicati sul sito [www.provolonevalpadana.it](http://www.provolonevalpadana.it) entro il 30/03/2019.

Per eventuali domande e/o chiarimenti per l'esecuzione dell'offerta dovranno essere presentate **ESCLUSIVAMENTE** per iscritto ed inviate a mezzo PEC al seguente indirizzo [consorziotutelaprovolonevalpadana@legalmail.it](mailto:consorziotutelaprovolonevalpadana@legalmail.it) alla c.a. di Vittorio Emanuele Pisani, alle quali seguirà risposta esclusivamente per iscritto. Le domande e risposte saranno pubblicate nel sito del Consorzio nell'apposita sezione FAQ dedicata alla presente Gara. Non saranno prese in considerazione eventuali richieste verbali o inoltrate con modalità diverse da quella indicata.

## **8 MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELLA PROPOSTA TECNICA (ALLEGATO B)**

L'operatore economico che parteciperà alla gara di selezione, nella Allegato B) Proposta tecnica, dovrà presentare un servizio articolato rispetto ai **diversi settori di attività** (di seguito descritti al punto 10).

Per il periodo di attuazione del programma, è prevista la realizzazione di una serie di output minimi richiesti per ciascuna settore di attività. I concorrenti hanno facoltà di presentare in sede di offerta tecnica una proposta che preveda la realizzazione di un numero maggiore di output, a condizione che la conseguente offerta economica rientri obbligatoriamente entro i limiti determinati dalla base d'asta.

## **9 MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA ECONOMICA (ALLEGATO C)**

Per quanto riguarda i **costi relativi all'onorario dell'organismo esecutore**, questi dovranno essere presentati in forma di giornate/uomo in relazione ad ogni singola iniziativa, dettagliando la modalità e i dati necessari per quantificarli.

Si richiede quindi la predisposizione di una tabella che riassume per anno i costi totali delle attività proposte e il relativo costo dell'onorario dell'agenzia, indicando il numero di giornate previste e il costo giornaliero.

Si riporta una tabella **a titolo di esempio**:

ES. Viaggi Studio in Europa	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Segreteria organizzativa			
Totale annuo attività			
Onorario agenzia (costo unitario al giorno per un consulente senior o per un consulente junior)	XXXX €	XXXX €	XXXX €
Numero giornate previste	XXXX €	XXXX €	XXXX €
Totale onorario agenzia	XXXX €	XXXX €	XXXX €
Totale annuo comprensivo di onorario	XXXX €	XXXX €	XXXX €
Organizzazione degustazioni guidate			
Totale annuo attività			
Onorario agenzia (costo unitario al giorno per un consulente senior o per un consulente junior)	XXXX €	XXXX €	XXXX €
Numero giornate previste	XXXX €	XXXX €	XXXX €
Totale onorario agenzia	XXXX €	XXXX €	XXXX €
Totale annuo comprensivo di onorario	XXXX €	XXXX €	XXXX €

## 10 ABSTRACT DEL PROGETTO

Il progetto triennale **“Enjoy European Quality Food”** (acronimo “EEQF”) ha come obiettivo, rafforzare la competitività del settore agricolo dell’Unione Europea, aumentando la conoscenza dei prodotti agroalimentari di qualità, in particolare implementando la conoscenza dei **Provolone Valpadana DOP, Prosecco Superiore DOCG, Vino Nobile di Montepulciano DOCG, Olio extra vergine di oliva IGT Toscano – Olio extra vergine di oliva DOP Siena – Olio extra vergine di oliva DOP Lucca – Olio extra vergine di oliva DOP Seggiano, Grana Padano, Asiago e Montasio, Casatella Trevigiana e Mozzarella STG** all’interno dei paesi target: Italia, Germania, Regno Unito, Spagna, Polonia.

Gli obiettivi specifici di progetto sono i seguenti:

- Incentivare la diffusione sul mercato italiano di prodotti certificati e con alti standard qualitativi e di sicurezza alimentare e fortemente rappresentativi;
- Ridurre l’importanza della componente “prezzo” come fattore motivazionale nella scelta dei prodotti agroalimentari da del territorio di origine e produzione;

- Favorire la diffusione di prodotti certificati e con alti standard qualitativi e di sicurezza alimentare e fortemente rappresentativi del territorio di origine.

Il Programma identifica come destinatari delle azioni promozionali i consumatori privati dei Paesi di riferimento. Le caratteristiche principali di questo target sono:

- Interesse crescente per prodotti di qualità, in particolare fabbisogno informativo in merito a:
  - Salute e sicurezza alimentare;
  - Tracciabilità di prodotto e di processo;
  - Trasparenza su modi e luoghi di produzione;
  - Rispetto dell'ambiente;
  - Elevato potere d'acquisto;
  - Buona propensione di spesa per il settore agroalimentare.

I consumatori privati saranno i destinatari di tutte le attività promozionali, che sono sviluppate appositamente per rispondere al fabbisogno di informazione e conoscenza dei prodotti di qualità certificata.

## 11 SETTORI DI ATTIVITÀ DEL PROGETTO

Pacchetto di lavoro	Pubbliche relazioni
<b>Attività 2.1</b>	Ufficio stampa permanente
<b>Descrizione dell'attività</b>	<p>Attività costante di <i>media relations</i>, da avviarsi insieme al <i>contest</i> per la raccolta di idee creative.</p> <p>L'attività dovrà comporsi di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sviluppo dell'immagine e dei messaggi chiave</li> <li>• Sviluppo di una strategia d'insieme per assicurare il raggiungimento di tutti gli obiettivi prefissati;</li> <li>• Reperimento e analisi <i>press list</i> del mercato, individuazione dei principali canali <i>social</i> di riferimento;</li> <li>• Attività di <i>media solicitation</i> su <i>press list</i> selezionate e <i>opinion leader</i> per assicurare il raggiungimento di tutti gli obiettivi prefissati;</li> <li>• Predisposizione e invio comunicati stampa post eventi;</li> <li>• aggiornamento dell'area press del sito di progetto;</li> <li>• Predisposizione periodica della rassegna stampa.</li> </ul>

	Si tratta di un'attività che dovrà essere svolta in continuo, con un confronto diretto con le organizzazioni proponenti, il soggetto incaricato del controllo qualità e gli organismi di esecuzione di volta in volta interessati. Dovranno essere previsti incontri periodici in corso d'anno per monitorare l'andamento delle attività.		
	<b>Anno 1</b>	<b>Anno 2</b>	<b>Anno 3</b>
<b>Prodotti/servizi finali da fornire</b>	10 cartelle stampa 10 comunicati stampa 6 raccolte di rassegna stampa (a conclusione del contest e al mese 12)	10 cartelle stampa 10 comunicati stampa 6 raccolte di rassegna stampa (a conclusione del contest e al mese 24)	10 cartelle stampa 10 comunicati stampa 6 raccolte di rassegna stampa (al mese 30 e 36)

<b>Pacchetto di lavoro</b>	Pubbliche relazioni		
<b>Attività 2.2</b>	<b>Press events</b>		
<b>Descrizione dell'attività</b>	In totale, distribuite sui cinque Paesi <i>target</i> , dovranno essere realizzate n. 20 conferenze stampa. Nella prima annualità le conferenze stampa dovranno essere n. 02 per ciascun Paese target la prima ad inizio programma volta ad illustrare il programma e le attività che verranno realizzate e la seconda per illustrare i risultati conseguiti con un'anticipazione alle attività previste nel corso della seconda annualità. Nella seconda annualità dovrà essere realizzata una conferenza stampa a fine annualità per illustrare i risultati conseguiti con un'anticipazione alle attività previste nel corso della terza annualità. Nella terza annualità dovrà essere svolta una conferenza stampa a fine programma per illustrare le attività svolte ed un'anticipazione sui risultati conseguiti.		
	<b>Anno 1</b>	<b>Anno 2</b>	<b>Anno 3</b>
<b>Prodotti/servizi finali da fornire</b>	10 cartelle stampa 10 comunicati stampa 6 raccolte di rassegna stampa (a conclusione del contest e al mese 12)	10 cartelle stampa 10 comunicati stampa 6 raccolte di rassegna stampa (a conclusione del contest e al mese 24)	10 cartelle stampa 10 comunicati stampa 6 raccolte di rassegna stampa (al mese 30 e 36)

<b>Pacchetto di lavoro</b>	Web site e social Media		
<b>Attività 3.1</b>	Web site		
<b>Descrizione dell'attività</b>	Dovrà essere predisposto un sito web istituzionale della campagna, in lingua italiana e inglese, che dovrà essere strutturato in modo da contenere informazioni dettagliate sulla campagna stessa, i prodotti coinvolti e i territori.		
	<b>Anno 1</b>	<b>Anno 2</b>	<b>Anno 3</b>
<b>Prodotti/servizi finali da fornire</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 sito web multilingue</li> <li>• Aggiornamento e manutenzione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aggiornamento e manutenzione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aggiornamento e manutenzione</li> </ul>

<b>Pacchetto di lavoro</b>	Web site e social Media		
<b>Attività 3.2</b>	Social media attività ( <i>accounts setup, regular posting</i> )		
<b>Descrizione dell'attività</b>	<p>Dovrà essere predisposta una costante attività di <i>listening</i> al fine di monitorare tendenze, conversazioni di interesse, <i>hashtag</i> di riferimento con l'obiettivo, non secondario, di individuare e coinvolgere i singoli soggetti, community, stakeholders al fine di ampliare ed amplificare il messaggio.</p> <p>Si dovrà prevedere una attività di studio e analisi comparata delle realtà simili e potenziali concorrenti.</p> <p>Dovranno essere individuati i canali social sui quali operare costantemente durante tutto il periodo della campagna.</p>		
	<b>Anno 1</b>	<b>Anno 2</b>	<b>Anno 3</b>
<b>Prodotti/servizi finali da fornire</b>	<p>dettagliato report riepilogativo trimestrale delle attività effettuate, dei risultati raggiunti sulla base dei dati degli <i>insights</i>, del numero dei nuovi utenti coinvolti, delle conversazioni aperte e dell'interazione del pubblico.</p>	<p>report riepilogativo trimestrale delle attività effettuate, dei risultati raggiunti sulla base dei dati degli <i>insights</i>, del numero dei nuovi utenti coinvolti, delle conversazioni aperte e dell'interazione del pubblico.</p>	<p>report riepilogativo trimestrale delle attività effettuate, dei risultati raggiunti sulla base dei dati degli <i>insights</i>, del numero dei nuovi utenti coinvolti, delle conversazioni aperte e dell'interazione del pubblico.</p>

<b>Pacchetto di lavoro 3</b>	Web site e social Media		
<b>Attività 3.3</b>	Creazione app di Realtà Aumentata (RA)		
<b>Descrizione dell'attività</b>	<p>Dovrà essere creata una app proprietaria distribuita nella versione per IOS e Android che permetterà tramite <i>smartphone</i> o <i>tablet</i>, di accedere ad una molteplice varietà di contenuti tra cui, mappe interattive e itinerari, ricette e informazioni sui prodotti e sui regimi Unionali che informeranno il consumatore sul territorio, sulla qualità del prodotto e sui suoi utilizzi.</p>		
	<b>Anno 1</b>	<b>Anno 2</b>	<b>Anno 3</b>
<b>Prodotti/servizi finali da fornire</b>	<p>- 1 app di Realtà Aumentata pubblicata su Apple Store e Android (mese 10)</p> <p>- 10 Tag e 10 Hot spot (mese 10)</p> <p>- Creazione Avatar EEQF</p>	<p>- Aggiornamento dei contenuti (mesi 13-24)</p> <p>- Modello VR</p>	<p>- Aggiornamento dei contenuti (mesi 25-36)</p>

<b>Pacchetto di lavoro 5</b>	Materiale Promozionale – media kits – pubblicazioni		
<b>Attività 5.1</b>	Definizione dell'identità visiva della campagna - Materiale Promozionale – media kits – pubblicazioni		
<b>Descrizione dell'attività</b>	Dovrà essere realizzato materiale promozionale, informativo e di gadget da utilizzare durante gli eventi previsti (fiere, eventi, promozioni nei pdv, eventi stampa). Per la realizzazione di questi materiali sarà necessaria la creazione di un messaggio e una immagine coordinata per tutte le attività di comunicazione in modo coerente con gli obiettivi dell'azione, da realizzarsi durante il primo anno di attività. I gadget dovranno essere realizzati in edizione limitata per dare caratterizzazione alla campagna stessa rendendola immediatamente riconoscibile e aumentando le possibilità che possa essere ricordata e diffusa nel tempo.		
	<b>Anno 1</b>	<b>Anno 2</b>	<b>Anno 3</b>
<b>Prodotti/servizi finali da fornire</b>	Flyers 30.000 Media kits 450 Shopper bag 4.000 T-shirt 4.000 Roll-up 80x200 50 Cappellini 7.500 Chiavetta USB 7.500 Folder 1.000 Gadget (kit degustazione formaggi/olio/vino) 100	Flyers 30.000 Media kits 450 Shopper bag 6.800 T-shirt 6.800 Roll-up 80x200 50 Cappellini 7.500 Chiavetta USB 7.500 Folder 200 Gadget (kit degustazione formaggi/olio/vino) 200	Flyers 30.000 Media kits 450 Shopper bag 7500 T-shirt 7500 Roll-up 80x200 50 Cappellini 7500 Chiavetta USB 10000 Folder 250 Gadget (kit degustazione formaggi/olio/vino) 250

<b>Pacchetto di lavoro</b>	Eventi		
<b>Attività 6.1</b>	Stand e fiere di settore		
<b>Descrizione dell'attività</b>	All'interno della campagna dovrà essere prevista la partecipazione a delle fiere di settore di rilevanza internazionale. <b>Germania:</b> <b>Anuga:</b> Ottobre 2020 <b>Prowein:</b> Marzo 2019-2020-2021 <b>I vini dovranno sempre essere accompagnati da tutti i prodotti del paniere della campagna al fine di valorizzare l'immagine e il sistema dei prodotti di qualità europei in occasione della quale verranno forniti agli avventori della manifestazione informazioni sul sistema delle denominazioni accompagnate da degustazione combinata di vino e cibo.</b> <b>Italia:</b> <b>Cibus connect:</b> aprile 2019 e aprile 2021 <b>Cibus:</b> maggio 2020		
	<b>Anno 1</b>	<b>Anno 2</b>	<b>Anno 3</b>
<b>Prodotti/servizi finali da fornire</b>	1 spazio allestito per ogni evento Personale di supporto	1 spazio allestito per ogni evento Personale di supporto	1 spazio allestito per ogni evento Personale di supporto

<b>Pacchetto di lavoro</b>	Eventi		
<b>Attività 6.2</b>	Seminars, workshops, B2B meetings		

<b>Descrizione dell'attività</b>	Dovranno essere organizzate due tipologie di eventi <i>business</i> : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Il primo in cui i produttori incontreranno i buyers (importatori, Ho.Re.CA., distributori) B2B;</li> <li>2. Il secondo dedicato ai B2C con il coinvolgimento di media, <i>wine lovers</i>, stampa specializzata, <i>bloggers</i>, <i>foodies</i>.</li> </ol>		
	<b>Anno 1</b>	<b>Anno 2</b>	<b>Anno 3</b>
<b>Prodotti/servizi finali da fornire</b>	n. 30 eventi totali tra i Paesi target (in questo caso per evento si intende intero week-end). Suddivisi: n. 8 in Germania, n. 5 in Italia, n. 4 in Regno Unito, n. 6 in Spagna e n. 7 in Polonia.		

<b>Pacchetto di lavoro</b>	eventi		
<b>Attività 6.3</b>	Settimane nei ristoranti		
<b>Descrizione dell'attività</b>	Dovranno essere realizzate attività di abbinamento delle produzioni europee ottenute nell'ambito dei regimi europei di qualità dell'Unione proposti ai clienti in assaggio diretto (consumo in purezza) ed in abbinamento con la gastronomia dei Paesi target per una settimana in 79 ristoranti nelle tre annualità (n. 35 in Germania, n. 22 in Italia e n. 22 in Regno Unito) selezionati sulle principali, diverse, aree metropolitane dei tre Paesi target. Dovrà essere prevista la distribuzione di un folder per evidenziare caratteristiche, origine, tipologie e modalità d'uso alternative al tradizionale consumo. Oltre a questa attività consumer, durante la "week" dovranno essere realizzati specifici eventi a tema ad invito per buyers ed <i>influencers</i> all'interno dei ristoranti coinvolti, al fine di offrire ai prodotti un'attività di valorizzazione su misura e che raggiunga in pieno gli obiettivi preposti.		
	<b>Anno 1</b>	<b>Anno 2</b>	<b>Anno 3</b>
<b>Prodotti/servizi finali da fornire</b>	N. 25 settimane nei ristoranti (n. 11 in Germania, n.7 in Italia e n.7 in Regno Unito) Report attività ed interviste ai ristoratori	N. 26 settimane nei ristoranti (n. 12 in Germania, n.7 in Italia e n.7 in Regno Unito) Report attività ed interviste ai ristoratori	N. 28 settimane nei ristoranti (n. 12 in Germania, n.8 in Italia e n.8 in Regno Unito) Report attività ed interviste ai ristoratori

<b>Pacchetto di lavoro</b>	Eventi		
<b>Attività 6.4</b>	Viaggi di studio in Europa		
<b>Descrizione dell'attività</b>	Dovrà essere prevista l'organizzazione di missioni in Italia di giornalisti e blogger provenienti dai Paesi oggetto del programma. Le missioni per ogni annualità progettuale dovranno essere 4 (una dalla Germania e una dal Regno Unito, una dalla Polonia e una dalla Spagna). Le missioni dovranno includere un programma di visite guidate volte ad approfondire la conoscenza del territorio e di tutti gli anelli della filiera connessi, a diretto contatto con i luoghi di "nascita" dei prodotti. I giornalisti delle principali testate tradizionali e digitali del settore dovranno essere selezionati sulla base della loro notorietà e séguito nel paese bersaglio.		
	<b>Anno 1</b>	<b>Anno 2</b>	<b>Anno 3</b>



<b>Prodotti/ser vizi finali da fornire</b>	20 giornalisti/anno dei paesi target (ad eccezione dell'Italia) partecipanti ai tour di studio 30 articoli e redazionali redatti dagli operatori professionali su riviste di settore e <i>lifestyle</i> sui paesi target	20 giornalisti/anno dei paesi target (ad eccezione dell'Italia) partecipanti ai tour di studio 30 articoli e redazionali redatti dagli operatori professionali su riviste di settore e <i>lifestyle</i> sui paesi target	20 giornalisti/anno dei paesi target (ad eccezione dell'Italia) partecipanti ai tour di studio 30 articoli e redazionali redatti dagli operatori professionali su riviste di settore e <i>lifestyle</i> sui paesi target
--	---	---	---

<b>Pacchetto di lavoro</b>	Eventi		
<b>Attività 6.5</b>	Altri Eventi		
<b>Descrizione dell'attività</b>	Il Piano dovrà prevedere l'organizzazione e realizzazione n. 3 eventi di rilevanza internazionale, tutti realizzati in Italia, destinati ad operatori esteri e italiani, durante i quali dovranno essere presentati i prodotti di qualità europei oggetto del programma in degustazione combinata. Tali eventi dovranno avere come target sia i consumatori che agli operatori di settore.		
	<b>Anno 1</b>	<b>Anno 2</b>	<b>Anno 3</b>
<b>Prodotti/ser vizi finali da fornire</b>	1 spazio allestito per ogni evento Personale di supporto	1 spazio allestito per ogni evento Personale di supporto	1 spazio allestito per ogni evento Personale di supporto

<b>Pacchetto di lavoro</b>	Promozione sui punti vendita		
<b>Attività 7.1</b>	Tasting days (On trade)		
<b>Descrizione dell'attività</b>	Dovranno essere organizzati, per ogni annualità, eventi serali nei seguenti paesi target: Germania, Italia, Regno Unito, Polonia. Tali eventi dovranno essere realizzati presso selezionati locali/bar di location di vacanza e/o di alta frequentazione di "millenials" e "foddies", in aree metropolitane dei paesi target particolarmente alla moda.		
	<b>Anno 1</b>	<b>Anno 2</b>	<b>Anno 3</b>
<b>Prodotti/servizi finali da fornire</b>	Realizzazione N. 105 eventi nel triennio		

<b>Pacchetto di lavoro</b>	Promozione nei punti vendita		
<b>Attività 7.2</b>	Promozione nei punti vendita off trade (POS)		
<b>Descrizione dell'attività</b>	Si dovrà prevedere la realizzazione di una campagna di informazione dei sistemi di qualità europei regolamentati in ambito UE all'interno di diversi canali di vendita, utilizzando alcune catene della GDO italiana, tedesca, polacca e del Regno Unito (considerati i grandi volumi e presenze che questo canale è in grado di generare). L'attività che verrà svolta nel triennio, dovrà essere rivolta alla distribuzione moderna ed ai consumatori. Nell'arco del triennio dovrà essere prevista la realizzazione di attività per n. 436 giornate promozionali nei P.O.S., suddivisi equamente in 144 P.O.S. per la I e II annualità		

	e 148 nella terza annualità ed in tutti i paesi target. (le quantità indicate sono da ripartire per i tre Paesi target: I anno n. 42 in Italia, n. 56 in Germania e n.46 in Regno Unito; II anno n.42 in Italia, n. 56 in Germania e n. 46 in Regno Unito; III anno n.40 in Italia, n.50 in Germania, n.40 in Regno Unito e 18 in Polonia). Dovrà essere organizzato l'allestimento di corners assistiti con un KIT tematico.		
	<b>Anno 1</b>	<b>Anno 2</b>	<b>Anno 3</b>
<b>Prodotti/servizi finali da fornire</b>	Allestimento e svolgimento dell'azione di informazione: N. 144 P.O.S. totali (di cui n.42 in Italia, n. 56 in Germania ed n. 46 in Regno Unito) Report annuali attività	Allestimento e svolgimento dell'azione di informazione: N. 144 P.O.S. totali (di cui n.42 in Italia, n. 56 in Germania ed n. 46 in Regno Unito) Report annuali attività	Allestimento e svolgimento dell'azione di informazione: N. 148 P.O.S. totali (di cui n.40 in Italia, n. 50 in Germania, n. 40 in Regno Unito e 18 in Polonia) Report annuali attività

<b>Pacchetto di lavoro</b>	Altre attività		
<b>Attività 8.1</b>	Attività Ente esecutore		
<b>Descrizione dell'attività</b>	<p>Ai fini dell'esecuzione delle attività promozionali definite, le organizzazioni proponenti individueranno un organismo di esecuzione che dovrà possedere comprovata esperienza nell'esecuzione di attività analoghe, e verrà individuato attraverso procedure trasparenti ad evidenza pubblica (Gara Europea aperta).</p> <p>Le modalità di selezione seguiranno il seguente schema:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definizione dei livelli minimi di servizio (SLA) che l'organo di esecuzione dovrà fornire;</li> <li>2. Definizione dei requisiti minimi di esperienza e professionalità che l'organismo di esecuzione dovrà garantire;</li> <li>3. Selezione del soggetto attraverso modalità in grado di garantire la competizione tra gli operatori attivi sul mercato.</li> </ol> <p>Le organizzazioni proponenti mantengono il proprio coinvolgimento per la parte di definizione operativa dei contenuti e delle specifiche di dettaglio di tutte le attività.</p>		
	<b>Anno 1</b>	<b>Anno 2</b>	<b>Anno 3</b>
<b>Prodotti/servizi finali da fornire</b>	Realizzazione di tutte le attività previste dal programma ad eccezione: 1- del costo del coordinamento del programma (linea di bilancio 1) 2- del costo del monitoraggio e valutazione dei risultati (linea di bilancio 9) per la quale si incaricherà soggetto terzo rispetto al proponente e all'organismo di esecuzione		

## 12 ONERI A CARICO DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE

Sono a carico dell'organismo di esecuzione:

1. Svolgimento dei Servizi oggetto dell'appalto, in accordo e collaborazione con l'organismo capofila e nell'accettazione integrale e incondizionata del contenuto del presente Capitolato.
2. Osservanza di ogni indicazione contenuta nel presente capitolato anche se non specificatamente richiamata nel presente articolo, di norme e regolamenti in vigore sia a livello nazionale che comunitario, nonché quelle che venissero eventualmente emanate nel corso del periodo contrattuale (comprese le norme regolamentari e le ordinanze municipali), con particolare

riguardo a quelle relative all'igiene ed alla sicurezza e comunque attinenti all'oggetto dell'appalto od alla sua esecuzione.

3. L'organismo di esecuzione si assume l'intera responsabilità tecnica e finanziaria delle azioni di cui all'articolo 6, compresa quella relativa alla loro compatibilità con la vigente normativa statunitense e con le regole di concorrenza applicabili in materia. Il contraente assume se necessario personale per il controllo e la sorveglianza dell'esecuzione delle azioni previste dal programma.
1. L'organismo di esecuzione dovrà sovrintendere all'attività di monitoraggio amministrativo/finanziario del progetto, compresi la tenuta dei registri e documenti giustificativi, la trasmissione dei deliverables, e la predisposizione delle azioni e delle domande di pagamento.

### **13 MODIFICHE DEL CONTRATTO - VARIAZIONI DEI SERVIZI**

L'organismo proponente, qualora sorgessero improvvise e particolari necessità, si riserva il diritto di apportare al contratto variazioni quantitative in più o in meno entro il limite del quinto dell'importo del contratto nel rispetto degli obblighi contrattuali. L'organismo proponente si riserva inoltre di risolvere, per ragioni non imputabili all'aggiudicatario, il contratto in tutto o in parte riconoscendogli una indennità a termini di legge sulla parte del contratto non eseguita. Qualora venissero richiesti interventi straordinari non contemplati nel presente capitolato, le condizioni relative saranno di volta in volta concordate fra le parti. Tutte le modifiche sopra menzionate dovranno essere comunicate per iscritto via PEC, con specifica indicazione delle nuove condizioni di esecuzione e dei tempi di avvio.

### **14 INADEMPIENZE**

L'organismo proponente ha facoltà di contestare i servizi resi non rispondenti in tutto o in parte alle prescrizioni del capitolato o della offerta proposta in gara. In caso di contestazione, potrà richiedere al fornitore la sostituzione di personale inadeguato alla realizzazione dei servizi. In caso di ritardo o rifiuto, nonché in ogni altra ipotesi di inosservanza degli obblighi contrattuali assunti dall'operatore economico, l'organismo proponente contesterà in forma scritta all'organismo di esecuzione le inadempienze.

### **15 DECADENZA E REVOCA DELL'APPALTO**

L'organismo di esecuzione potrà essere dichiarato decaduto dall'appalto nei seguenti casi:

1. per mancato assolvimento degli obblighi contrattuali o di legge, in materia di stipendi, liquidazioni o trattamenti previdenziali ed assicurativi a favore del personale della ditta aggiudicataria;
2. per manifesta inadempienza degli impegni assunti con il contratto di appalto anche se previsti da piani esecutivi o apposite convenzioni sottoscritti tra le parti, o per variazioni successivamente apportate al piano esecutivo ai sensi del precedente art 12;
3. per inosservanza delle linee progettuali presentate e delle eventuali indicazioni integrative in ordine alla qualità del servizio;
4. per grave e reiterato mancato rispetto dei tempi di esecuzione del servizio o di una singola scadenza o fase del contratto.

## **16 RISOLUZIONE UNILATERALE DEL CONTRATTO**

L'organismo proponente ha la facoltà di controllare e verificare la buona esecuzione del servizio con ausilio di incaricati scelti a sua discrezione.

## **17 SPESE CONTRATTUALI**

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

## **18 CONTENZIOSO**

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

## **19 DIRITTI DI PROPRIETÀ E DI UTILIZZAZIONE**

I diritti di proprietà e/o di utilizzazione e sfruttamento economico degli elaborati, predisposti o realizzati dall'aggiudicatario, da suoi dipendenti e collaboratori nell'ambito o in occasione dell'esecuzione del presente servizio, rimarranno di titolarità esclusiva dell'organismo proponente, che potrà, quindi, disporre senza alcuna restrizione la pubblicazione, la diffusione, l'utilizzo, la duplicazione di dette opere dell'ingegno o materiale. Detti diritti, ai sensi della L. n. 633/41 *"Protezione del diritto d'autore e di altri diritti concessi al suo esercizio"* così come modificata ed

integrata dalla L. 248/00, devono intendersi ceduti, acquisiti e licenziati in modo perpetuo, illimitato e irrevocabile.

L'organismo di esecuzione si impegna a consegnare tutti i prodotti in formato aperto e modificabile e si obbliga espressamente a fornire al committente 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'organismo di esecuzione si impegna a rispettare la vigente normativa in materia di raccolta e trattamento dei dati personali e di tutela delle banche dati.