



## **Consorzio Tutela Provolone Valpadana**

D.M. 25971 del 20/05/2020

---

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

Il Consorzio Tutela Provolone Valpadana (di seguito indicato come "Organizzazione Proponente"), con sede legale in Piazza Marconi,3 – 26100 – Cremona (CR) – ITALIA, partita IVA 00870400199, tel +39 0372-30598, e-mail: [info@provolonevalpadana.it](mailto:info@provolonevalpadana.it) - PEC: [consorziotutelaprovolonevalpadana@legalmail.it](mailto:consorziotutelaprovolonevalpadana@legalmail.it) , in qualità di organismo proponente del Programma di informazione e promozione "*Choose your taste, sweet or spicy, only from Europe*" (acronimo "Provolone\_MI")

#### **INDICE**

**ai sensi 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/costi) rivolte al raggiungimento degli obiettivi previsti dal Programma presentato a valere sul Regolamento UE n. 1144/2014 del Parlamento Europeo e del Consiglio - Call 2020 e che si svolgerà in ITALIA.**

Le Società/agenzie in possesso dei requisiti indicati nei Regg. UE sopra menzionati (a titolo non esaustivo: Agenzie o Società esperte in attività di PR, Promozione, Informazione, Organizzazione eventi, Pubblicità e Campagne Stampa, Attività presso i punti vendita) sono invitate a presentare un'offerta sulla base delle indicazioni descritte nel presente documento al paragrafo "CAPITOLATO TECNICO".

Il Consorzio intende effettuare la selezione dell'Organismo di esecuzione attraverso una procedura di gara aperta nel rispetto dei principi di interesse transfrontaliero, 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'interesse, alle condizioni indicate dai Regg. europei di riferimento e dall'ultimo Decreto disponibile, Decreto del Direttore Generale del Ministero della Politiche Agricole, Alimentari, Forestali n. 29174 del 03/06/2020.

## NORMATIVA E DOCUMENTAZIONE DI RIFERIMENTO

Il quadro dei riferimenti normativi essenziali ai fini dell'esecuzione del Programma e della presente procedura comprende:

- **Regolamento (UE) n. 1144/2014** del Parlamento europeo e del Consiglio, del 22 ottobre 2014, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi e che abroga il regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio;
- **Regolamento delegato (UE) 2015/1829** della Commissione, del 23 aprile 2015, che integra il regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi;
- **Regolamento di esecuzione (UE) 2015/1831** della Commissione, del 7 ottobre 2015, recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi.
- **Orientamenti sulla procedura di gara** di cui alla nota della Commissione europea DDG1.B5/MJ/DBD (2016)321077 del 7 luglio 2016;
- **Decreto del Direttore Generale del Dipartimento delle politiche competitive**, della qualità agroalimentare, ippiche e della pesca, Direzione generale per la promozione della qualità agroalimentare e dell'ippica PQAI V del Ministero delle politiche agricoli, alimentari e forestali (DG PQAI - PQAI 05 - Prot. Uscita N. 29174 del 3 giugno 2020).

## INFORMAZIONI PRINCIPALI

**BREVE DESCRIZIONE:** In linea con gli obiettivi strategici fissati dalla Commissione nell'ambito del Regolamento (UE) 1144/2014 e con il Work Programme for 2020, per quanto concerne il topic 1 (Information provision and promotion programmes aiming at increasing the awareness and recognition of Union quality schemes), l'azione "*Choose your taste, sweet or spicy, only from Europe*" si propone di migliorare il grado di riconoscimento dei prodotti a marchio europeo di qualità e aumentarne la competitività e il consumo in Italia, mediante la promozione del prodotto testimonial: il formaggio Provolone Valpadana DOP.

**PRODOTTO TESTIMONIAL:** L'azione sul mercato italiano promuoverà il PROVOLONE VALPADANA DOP

**ORGANISMO PROPONENTE:** Consorzio Tutela Provolone Valpadana

**PAESE TARGET:** ITALIA

**OBIETTIVI GENERALI:** I quality schemes europei offrono ai consumatori garanzie circa la qualità e le caratteristiche del prodotto, aggiungendo valore e ampliando gli sbocchi di mercato. Il Programma vuole contribuire a supportare tutto il comparto delle IG europee, che rappresentano il 6,8% delle vendite e circa il 15,5% delle esportazioni comunitarie del settore, in quanto prodotti chiave per tutta l'Unione.

## GRUPPI BERSAGLIO DELLE ATTIVITÀ:

- Media e food bloggers

- Consumatori (Generazione X e Millennials)

**ATTIVITÀ CHE VERRANNO REALIZZATE:**

- PR e Ufficio stampa
- Collaborazione con influencer
- Eventi con l'Associazione Italiana Food Blogger
- Press dinner
- Sito web
- Social media
- Pubblicità sui quotidiani
- Pubblicità TV
- Pubblicità Radio
- Pubblicità online
- Identità visiva e pubblicazioni cartacee
- Video promozionali
- Spot tv
- Web series
- Sponsorizzazione di eventi/manifestazioni
- Eventi dedicati al prodotto

**DURATA DEL PROGRAMMA:** 36 mesi (3 fasi annuali)

**INIZIO DELLE ATTIVITÀ:** avvio indicativo dal 1° Aprile 2021

**BUDGET TOTALE PROGETTO:** € 2.020.354,00 + iva

**BUDGET COSTI AZIONI COMPRENSIVI DEL FEE ORGANISMO ESECUTORE PER IL QUALE VIENE INDETTO IL BANDO DI GARA:** € 1.794.400 iva esclusa così suddivisi: € 633.400,00 per il 1° anno, € 582.800,00 per il 2° anno, € 578.200,00 per il 3° anno.

Tali risorse sono **destinate alla realizzazione delle attività e iniziative**, e **comprendono anche l'onorario dell'organismo esecutore**. Il Programma non è suddiviso in lotti.

**OGGETTO DELL'APPALTO:** 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 indicate successivamente tenendo conto delle informazioni riportate nel presente documento. Lo sviluppo e l'esecuzione del Programma deve svolgersi in maniera coerente rispetto agli obiettivi ed alle tematiche da trattare, tenendo in considerazione le Priorità e gli obiettivi del Reg. UE 1144/2104, assicurando una chiara riconoscibilità al Programma e al relativo soggetto promotore. Il servizio deve essere caratterizzato da un supporto tecnico e operativo qualificato. Qualsiasi variazione nell'esecuzione delle azioni rispetto a quanto precedentemente concordato dovrà essere previamente autorizzata dall'organizzazione proponente mediante atto scritto. È facoltà dell'organizzazione proponente richiedere all'organismo di esecuzione di confrontarsi sulla selezione dei subfornitori, al fine di assicurare il raggiungimento degli obiettivi del progetto con l'obiettivo dell'ottimizzazione delle risorse disponibili.

## CAPITOLATO TECNICO

## OBIETTIVI PRINCIPALI DEL PROGRAMMA

In linea con gli obiettivi strategici fissati dalla Commissione nell'ambito del Regolamento (UE) 1144/2014 e con il Work Programme for 2020, per quanto concerne il Topic 1 (Information provision and promotion programmes aiming at increasing the awareness and recognition of Union quality schemes), l'azione "Choose your taste, sweet or spicy, only from Europe" si propone di migliorare il grado di riconoscimento dei prodotti a marchio europeo di qualità e aumentarne la competitività e il consumo in Italia, mediante la promozione del prodotto testimonial: il formaggio Provolone Valpadana DOP. Inoltre, il settore delle IG sta vivendo un momento molto critico, dove la perdurante situazione di emergenza causata dall'epidemia COVID-19 sta pesando negativamente soprattutto sui prodotti ad alto valore aggiunto.

Gli **obiettivi del presente Programma** sono coerenti con l'obiettivo generale delle azioni di informazione e promozione, che è quello di "rafforzare la competitività del settore agricolo dell'Unione", con particolare riferimento ai prodotti a marchio di tutela.

Sono inoltre coerenti con gli obiettivi specifici delle azioni di informazione e promozione, in particolare:

- a) "rafforzare la consapevolezza e il livello di riconoscimento dei regimi di qualità dell'Unione";
- b) "aumentare la competitività e il consumo del prodotto testimonial".

## TEMATICHE DA TRATTARE

In linea con il messaggio principale dell'Unione, i messaggi principali diffusi saranno i seguenti:

- nell'ambito del concetto di "qualità" il prodotto testimonial del Programma, dotato della **certificazione DOP**, è un esempio del valore che il sistema di qualità europeo conferisce ai prodotti dei diversi territori dell'Unione. Tale valore si esplica non solo in rigorose norme relative ai metodi di produzione e ai controlli di filiera, ma anche nella **valorizzazione del retaggio culturale europeo** e nella promozione della diversità della produzione agricola e del mantenimento degli spazi rurali. In tale ambito andrà approfondito il concetto di **tradizionalità dei metodi di produzione** e delle materie prime e di **originalità delle produzioni stesse**;
- i loghi comunitari che esprimono le **certificazioni di qualità europea sono simboli** (nella loro espressione grafica) comuni in tutti gli Stati Membri e quindi possono essere ricercati sulle etichette di tutti i prodotti agricoli e agroalimentari di qualità provenienti dall'Unione;
- una parte delle tematiche progettuali riguarderà anche la **sensibilizzazione sui fenomeni di pirateria agroalimentare**, in particolare per quanto attiene l'uso fraudolento delle denominazioni.

## TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ E INIZIATIVE AMMISSIBILI

Si riportano di seguito i **WP - Working Packages** - delle attività informative e promozionali che dovranno comporre le proposte presentate nell'ambito della presente procedura di selezione.

La proposta deve essere conforme alle specifiche di ciascun WP, in quanto dette attività sono state inserite in un progetto che il Consorzio ha presentato all'Unione Europea. Si richiede, pertanto, di seguire quanto previsto dai WP (canali per advertising, durata delle campagne, materiali di comunicazione ecc.), mentre si lascia facoltà di proporre eventuali servizi aggiuntivi nella realizzazione dell'attività o un numero più alto di output a parità di costo. Non sono previsti spostamenti di budget né tra WP, né intra-attività.

WP	2. RELAZIONI PUBBLICHE
Destinatari	Media
Attività	<b>2.1 PR: Ufficio stampa</b>
Descrizione dell'attività	L'ufficio stampa rappresenta una parte fondamentale della strategia di comunicazione della campagna e di diffusione dei suoi contenuti. I passi fondamentali per la creazione di un rapporto con i media saranno: <b>- La creazione di un database</b> con i contatti media off-line e on-line

	<p>- <b>La predisposizione di un press kit</b>  - <b>La stesura e l'invio di comunicati stampa</b>  - <b>La realizzazione della rassegna stampa</b>  Infine, il lavoro continuativo di pubbliche relazioni sarà prioritario anche durante gli eventi.</p>		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	1 database 6 comunicati stampa 1 press kit 1 rassegna stampa PR continuative	Aggiornamento database 7 comunicati stampa 1 rassegna stampa PR continuative	Aggiornamento database 7 comunicati stampa 1 rassegna stampa PR continuative
<b>Subtotale</b>	<b>23.000 €</b>	<b>23.000 €</b>	<b>23.000 €</b>

WP	2. RELAZIONI PUBBLICHE		
Destinatari	Media		
Attività	<b>2.2 PR: Collaborazione con influencer</b>		
Descrizione dell'attività	Per creare engagement si è scelto di "agganciare" gli utenti attraverso la collaborazione con alcuni influencer di livello del settore agroalimentare. <b>Verranno realizzati 6/8 contenuti</b> (video, fotografie, ricette etc.) differenti e ottimizzati per colpire l'attenzione della community dedicati al Provolone Valpadana DOP. Verrà pianificata una campagna concentrata in circa 2 mesi, riuscendo ad ottenere 2.500.000 views.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	Pianificazione 6/8 contributi video		
<b>Subtotale</b>	<b>46.000 €</b>		

WP	2. RELAZIONI PUBBLICHE		
Destinatari	Media		
Attività	<b>2.3 Eventi stampa: eventi con l'Associazione Italiana Food Blogger</b>		
Descrizione dell'attività	Ogni anno verrà avviata una partnership con l'Associazione Italiana Food blogger per la realizzazione di eventi. Il primo anno verrà organizzato <b>un evento dedicato al Provolone Valpadana DOP</b> per coinvolgere la community che conta circa 150 associati. Il secondo anno i contenuti si faranno più tecnici per <b>un webinar online</b> . Il terzo anno verrà organizzato un <b>contest</b> per la creazione di ricette originali a base di Provolone Valpadana DOP.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	1 evento	1 webinar	1 contest
<b>Subtotale</b>	<b>11.500 €</b>	<b>11.500 €</b>	<b>11.500 €</b>

WP	2. RELAZIONI PUBBLICHE		
Destinatari	Media		
Attività	<b>2.4 Eventi stampa: press dinner</b>		
Descrizione dell'attività	L'evento di PR di lancio rappresenta per l'organizzazione proponente il momento centrale per imprimare il mood di progetto con i rappresentanti chiave dei media. Grazie al supporto del video mapping e show digitali, l'evento sarà l'occasione per incontrare la stampa e iniziare nuove relazioni con essa. L'evento ospiterà circa 25 giornalisti e si svolgerà a Milano nella prima metà dell'annualità.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	1 press event a Milano		
<b>Subtotale</b>	<b>27.000 €</b>		

WP	3. SITO WEB E SOCIAL MEDIA		
Destinatari	Media, consumatori		

Attività	<b>3.1 Sito web</b>		
Descrizione dell'attività	Il sito web della campagna, creato nei primi mesi, sarà la prima tra le attività di comunicazione previste. Il portale sarà realizzato con l'approccio <b>Responsive Web Design</b> , in lingua italiana e inglese. L'aggiornamento costante delle news permetterà al Consorzio di fornire informazioni sempre utili ed attuali e di rendere la comunicazione il più possibile vicina alla sua identità. Per monitorare le prestazioni del sito web, verrà implementato Google Analytics.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	1 sito web Aggiornamento costante	Aggiornamento costante	Aggiornamento costante
<b>Subtotale</b>	<b>15.000 €</b>	<b>3.500 €</b>	<b>3.500 €</b>

WP	3. SITO WEB E SOCIAL MEDIA		
Destinatari	Media e consumatori		
Attività	<b>3.2 Social Media</b>		
Descrizione dell'attività	Verranno attivati e gestiti per tutto l'arco del progetto, <b>gli account social su Facebook e Instagram</b> . Grande spazio su tutte le piattaforme verrà dato ai <b>contenuti video</b> grazie alla realizzazione di contenuti ad hoc (come illustrato nel wp 5.2). Questi strumenti permetteranno di rendere più partecipi gli utenti. I social infine rappresenteranno una cassa di risonanza per la reputation online, poiché sempre più spesso sono usati per cercare informazioni, ricette, suggerimenti e impressioni in anteprima.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	1 pagina Facebook 1 account Instagram Aggiornamento costante	Aggiornamento costante	Aggiornamento costante
<b>Subtotale</b>	<b>25.000 €</b>	<b>25.000 €</b>	<b>25.000 €</b>

WP	4. PUBBLICITÀ		
Destinatari	Consumatori		
Attività	<b>4.1 Pubblicità stampa: Pubblicità su quotidiani</b>		
Descrizione dell'attività	Il progetto prevede di integrare la carta stampata, privilegiando i 2 maggiori quotidiani italiani (Corriere e Repubblica). Le uscite sui quotidiani saranno pianificate in corrispondenza degli eventi rivolti ai consumatori. La cui creatività e pianificazione degli spazi è in carico all'agenzia.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	8-10 spazi pubblicitari su quotidiani nazionali	8-10 spazi pubblicitari su quotidiani nazionali	8-10 spazi pubblicitari su quotidiani nazionali
<b>Subtotale</b>	<b>46.000 €</b>	<b>46.000 €</b>	<b>46.000 €</b>

WP	4. PUBBLICITÀ		
Destinatari	Consumatori		
Attività	<b>4.2 Pubblicità TV</b>		
Descrizione dell'attività	Nella seconda e terza annualità si pianificheranno campagne in TV, avendo identificato in SKY l'emittente da privilegiare. Ogni anno verranno realizzate 2 campagne della durata ciascuna di 8 settimane (non necessariamente consecutive): - Pianificazione sui canali nazionali payperview di sky dei 2 spot realizzati per un totale di circa 300 passaggi a settimana; - Pianificazione tramite adsmart dei due spot realizzati, garantendo un elevato numero di views a target alla campagna: ovvero in Lombardia e nelle province di Roma e Napoli in corrispondenza degli eventi.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire		1 campagna nazionale di advertising su SKY di 8 settimane 1 campagna di Adsmart su SKY di 8 settimane	1 campagna nazionale di advertising su SKY di 8 settimane 1 campagna di Adsmart su SKY di 8 settimane
<b>Subtotale</b>		<b>241.500 €</b>	<b>241.500 €</b>

WP	4. PUBBLICITÀ		
Destinatari	Consumatori		
Attività	<b>4.3 Pubblicità Radio</b>		

Descrizione dell'attività	L'avvio di progetto verrà supportato da una campagna pubblicitaria in radio: si è individuato RTL102.5 come il partner che offre le migliori opportunità di condivisione dei messaggi e il miglior costo/contatto con i consumatori di tutto il territorio nazionale. La campagna ADV sarà pianificata nell'autunno della prima annualità per 4 settimane per un totale di 84 avvisi su RTL 102.5 e Radio Zeta per ciascuna settimana.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	1 spot radio 1 campagna advertising sul gruppo RTL102.5		
<b>Subtotale</b>	<b>189.800 €</b>		

WP	4. PUBBLICITÀ		
Destinatari	Consumatori		
Attività	<b>4.4 Pubblicità online</b>		
Descrizione dell'attività	Saranno previste campagne di adv sulle diverse piattaforme grazie agli applicativi specifici Facebook Ads e Instagram Ads, la cui creatività e pianificazione degli spazi è in carico all'agenzia. L'attività di advertising si concentrerà nella parte centrale del progetto e accompagnerà anche il lancio dei contenuti e delle altre attività rivolti agli utenti online e offline, in modo da massimizzarne l'effetto e la ricaduta.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	1 campagna continuativa di advertising sui social media	1 campagna continuativa di advertising sui social media	1 campagna continuativa di advertising sui social media
<b>Subtotale</b>	<b>20.700 €</b>	<b>20.700 €</b>	<b>20.700 €</b>

WP	5. STRUMENTI DI COMUNICAZIONE		
Destinatari	Media, Consumatori		
Attività	<b>5.1 Pubblicazioni: Identità visiva e pubblicazioni cartacee</b>		
Descrizione dell'attività	La creazione dell'identità visiva costituisce il primo step per dare alla campagna una forte personalità. Per identità visiva si intende un unico concept grafico della campagna in grado di veicolare i messaggi rappresentativi della campagna. Di pari passo verrà realizzato uno shooting del prodotto, finalizzato a dotarsi di un ampio database di immagini. Questa attività verrà ripetuta anche il secondo anno, così da fornire una solida base di contenuti da utilizzare soprattutto per l'attività online. Oltre all'identità visiva, verranno prodotti gli strumenti di comunicazione necessari al raggiungimento di tutti i target: <b>Flyer/cartoline per i consumatori</b> <b>Gadget</b> , che si abbinino alla valorizzazione e/o degustazione del prodotto <b>Press Kit</b> , cartella stampa con la grafica coordinata all'identità visiva di progetto		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	1 logo di progetto 1 visual di progetto 1 shooting 1 ricettario digitale 5.000 leaflet 100 press kit 1000 gadget per consumatori 100 gadget per la stampa	1 shooting 1 ricettario digitale 1.000 leaflet 1.000 gadget per consumatori	1.000 leaflet 1.000 gadget per consumatori
<b>Subtotale</b>	<b>44.200 €</b>	<b>28.200 €</b>	<b>10.900 €</b>

WP	5. STRUMENTI DI COMUNICAZIONE		
Destinatari	Consumatori		
Attività	<b>5.2 Video promozionali</b>		
Descrizione dell'attività	I video rappresentano un mezzo importante per raggiungere il consumatore soprattutto sui social network, dov'è più predisposto. Per questo motivo verranno realizzati video promozionali di taglio istituzionale e video ricette e clip sulla produzione, valorizzando in particolare la versatilità d'uso del prodotto.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	3 video promozionali	3 video promozionali	3 video promozionali

<b>Subtotale</b>	<b>18.400 €</b>	<b>18.400 €</b>	<b>18.400 €</b>
------------------	-----------------	-----------------	-----------------

WP	5. STRUMENTI DI COMUNICAZIONE		
Destinatari	Consumatori		
Attività	<b>5.3 Video: Spot TV</b>		
Descrizione dell'attività	La realizzazione degli spot tv per la campagna che inizierà dalla seconda annualità, verrà prevista il primo anno. Gli spot verranno ideati e realizzati secondo i più attuali ed efficaci trend della comunicazione pubblicitaria. Gli spot ideati saranno 2 e ognuno di essi verrà realizzato con 2 secondaggi, 15"/30" così da essere maggiormente flessibile nel suo utilizzo. Le esigenze produttive comprendono 3 operatori con relativa attrezzatura, 2 microfoni, un capotecnico, un datamanager, una segreteria di produzione, attori, un regista e uno sceneggiatore.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	2 spot TV in 2 secondaggi		
<b>Subtotale</b>	<b>115.000 €</b>		

WP	5. STRUMENTI DI COMUNICAZIONE		
Destinatari	Consumatori		
Attività	<b>5.4 Video: Web Series</b>		
Descrizione dell'attività	La webserie è un contenuto editoriale creato ad hoc per rappresentare i valori della campagna. Le tematiche riprese negli episodi sottolineeranno di volta in volta i plus di prodotto. Ogni annualità prevede la registrazione di 8 episodi di breve durata da circa 1 minuto cad.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire		8 episodi	8 episodi
<b>Subtotale</b>		<b>57.500 €</b>	<b>57.500 €</b>

WP	6. EVENTI		
Destinatari	Media, Consumatori		
Attività	<b>6.1 Sponsorizzazione di Eventi all'interno di importanti Festival/manifestazioni</b>		
Descrizione dell'attività	Per raggiungere il target dei consumatori e la stampa sono stati identificati 3 eventi catalizzatori all'interno dei quali strutturare dei momenti dedicati alla campagna. Nella prima annualità, all'interno di Cibo a Regola d'Arte sarà promossa una FOOD EXPERIENCE (sessioni strutturate di degustazione guidata, secondo un calendario, a intervalli di un'ora su prenotazione, della durata di 20 minuti). Durante l'intero festival si avrà inoltre a disposizione uno spazio espositivo con sedute e possibilità di organizzare fino a 4 momenti di degustazione e informazione giornalieri. La collaborazione prevede anche una Media Coverage e Social Coverage sulle testate del gruppo RCS. Il secondo anno, i consumatori verranno raggiunti durante la MFW con la partecipazione ad uno degli eventi organizzati all'interno del calendario di Camera della Moda. Il terzo anno sarà la Mostra del Cinema Venezia ad ospitare la promozione del progetto all'interno di uno degli eventi collaterali organizzati.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	1 Sponsorizzazione di Cibo a Regola d'arte compresa di spazio espositivo	1 sponsorizzazione di 1 evento all'interno della Milano Fashion Week	1 sponsorizzazione di 1 evento all'interno della Mostra del Cinema di Venezia
<b>Subtotale</b>	<b>51.800 €</b>	<b>46.000 €</b>	<b>46.000 €</b>

WP	6. EVENTI		
Destinatari	Media, Consumatori		
Attività	<b>6.2 Altri eventi: eventi Provolone Valpadana DOP Sweet &amp; Spicy Night Out</b>		
Descrizione dell'attività	Il secondo e terzo anno verranno pianificati due importanti appuntamenti rivolti al grande pubblico del centro sud Italia, a Roma (2° annualità) e Napoli (3° annualità). Il format sarà il medesimo: - tasting aperto ai foodies, 500 a Roma, 250 a Napoli (su prenotazione); - performance artistica per far associare il prodotto testimonial della campagna a valori		

	positivi; - copertura mediatica degli eventi, sia off che on line; - preview o momento esclusivo dedicato ai giornalisti		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire		1 evento Sweet & Spicy Night Out Roma	1 evento Sweet & Spicy Night Out Napoli
<b>Subtotale</b>		<b>61.500 €</b>	<b>74.200 €</b>

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

### 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 nei cui confronti, alla data di presentazione dell'offerta, non sussistono motivi di esclusione ai sensi dell'art. 57 della Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio sugli appalti pubblici 2014/24/UE del 26 febbraio 2014.

L'inesistenza di questi motivi di esclusione dovrà essere attestata, a pena di esclusione, tramite la dichiarazione allegata (Allegato B), firmata dal legale rappresentante. In caso di raggruppamento temporaneo d'impresе ciascun operatore dovrà produrre tale dichiarazione.

Il possesso del requisito di cui sopra dovrà essere mantenuto dai candidati per tutta la durata della procedura, fino all'aggiudicazione ed alla stipula del contratto, nonché per tutto il periodo dell'esecuzione dello stesso, senza soluzione di continuità.

#### *Requisiti di capacità economica e finanziaria*

**A pena di esclusione**, l'operatore economico (singolo o in raggruppamento temporaneo d'impresе) che intende partecipare alla presente gara di selezione:

- deve aver realizzato, nel triennio 2017-2018-2019 un **fatturato globale complessivamente** non inferiore ad **euro 1.500.000,00** (in lettere euro un milione e cinquecentomila/00) al netto dell'IVA, risultante dalle dichiarazioni IVA o imposta equivalente in ambito UE. In caso di raggruppamento temporaneo di impresе, è sufficiente che il requisito sia posseduto complessivamente dalle impresе facenti parte del raggruppamento. Il possesso del predetto requisito dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato B), firmata dal legale rappresentante. In caso di raggruppamento temporaneo non ancora costituito, la dichiarazione dovrà essere firmata da ciascun operatore.
- deve allegare **una dichiarazione bancaria** attestante il possesso dei mezzi finanziari necessari per assumere l'esecuzione delle azioni previste dal Programma. In caso di raggruppamento temporaneo non ancora costituito, ciascun operatore dovrà produrre tale dichiarazione.

Il possesso dei requisiti di cui sopra dovrà essere mantenuto dai candidati per tutta la durata della procedura, fino all'aggiudicazione ed alla stipula del contratto, nonché per tutto il periodo dell'esecuzione dello stesso, senza soluzione di continuità.

#### *Requisiti di capacità tecnica e professionale*

**A pena di esclusione**, l'operatore economico (singolo o in raggruppamento temporaneo d'impresе) che intende partecipare alla presente gara di selezione:

- deve aver realizzato, nel triennio 2017-2018-2019, **servizi analoghi a quelli oggetto della gara**, eseguiti sia in favore di Committenti pubblici e privati, per un importo complessivamente non inferiore a **euro 1.000.000,00** (in lettere: euro un milione/00) al netto dell'IVA.

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.

L'importo indicato (euro 1.000.00,00) è a valere come somma di più servizi analoghi.

In caso di raggruppamento temporaneo di imprese, è sufficiente che il requisito sia posseduto complessivamente dalle imprese facenti parte del raggruppamento. La mandataria in ogni caso deve possedere il requisito ed eseguire le prestazioni in misura maggioritaria.

Il possesso dei predetti requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato B), firmata dal legale rappresentante. In caso di raggruppamento temporaneo non ancora costituito, la dichiarazione dovrà essere firmata da ciascun operatore.

#### **CRITERI DI AGGIUDICAZIONE**

Il contratto è aggiudicato in base al criterio dell'offerta che presenta il **miglior rapporto qualità-prezzo**, secondo la ripartizione dei punteggi di seguito descritta, tenendo conto dell'offerta tecnica e dell'offerta economica. In presenza di una sola offerta valida, il Consorzio ha facoltà di procedere o meno all'affidamento dell'appalto.

Nel caso in cui il Consorzio decida di affidare l'appalto, pur in presenza di una sola proposta presentata, tale proposta verrà comunque valutata in merito alla sua convenienza, idoneità e adeguatezza, secondo i criteri stabiliti.

In caso di parità di punteggio ottenuto tra due o più proposte, l'appalto verrà aggiudicato al concorrente che avrà riportato il maggior punteggio nell'offerta tecnica. In caso di parità di punteggio sia dell'offerta economica che dell'offerta tecnica, si procederà mediante sorteggio.

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

- 1. OFFERTA TECNICA: MASSIMO 85 PUNTI**
- 2. OFFERTA ECONOMICA: MASSIMO 15 PUNTI**

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

<b>CRITERI</b>	<b>SOTTOCRITERI</b>	<b>PUNTEGGIO MASSIMO</b>
<b>OFFERTA TECNICA</b>		

<b>1.STRATEGIA COMPLESSIVA</b>  <b>22 punti</b>	Adeguatezza della proposta in termini di coerenza con gli obiettivi della campagna, con la strategia progettuale e le singole attività proposte	10
	Completezza e adeguatezza degli output (prodotti/servizi finali) forniti sulla base di quelli richiesti dal Capitolato tecnico per ogni attività	12
<b>2.PROPOSTE GRAFICHE</b>  <b>20 punti</b>	Creatività nell'ideazione di 2 proposte di visual alternative del Programma e appeal del suo impatto visivo	12
	Efficacia delle proposte grafiche e coerenza del concept di comunicazione adatti a garantire il raggiungimento degli obiettivi fissati nel Programma	8
<b>3.APPROCCIO METODOLOGICO</b>  <b>43 punti</b>	Modalità di esecuzione delle azioni: descrizione delle modalità operative utilizzate per la prestazione dei servizi e relativa coerenza con le finalità e con gli obiettivi del Programma	10
	Adeguatezza ed efficacia dei meccanismi di controllo per monitorare la corretta esecuzione economico-finanziaria del progetto e il raggiungimento degli obiettivi	15
	Qualità della struttura organizzativa e delle caratteristiche professionali del gruppo di lavoro in termini di competenze possedute e sulla base della qualità dei CV presentati	15
	Servizi extra ed attività di assistenza fornita (es. logistica, back office, magazzino, ecc..)	3

Il Comitato di selezione valuterà ogni offerta assegnando, per ogni criterio/sotto criterio, un coefficiente di natura qualitativa, con un valore variabile tra zero ed uno, attribuito discrezionalmente dai singoli commissari, secondo la seguente tabella:

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

Ai fini dell'attribuzione e del calcolo dei punteggi, eventuali valori non interi verranno approssimati fino alla seconda cifra decimale. Il Comitato di selezione procederà successivamente ad **esaminare l'offerta economica** e ad attribuire i punteggi in base a quanto dichiarato, fino ad un massimo di 15 punti, secondo la descrizione sotto riportata:

OFFERTA ECONOMICA		
<b>ONORARIO</b> <b>15 punti</b>	Onorario, espresso in giornate/uomo, richiesto per la realizzazione di ogni azione, in base al costo di ogni azione e ai benefici attesi	<b>15</b>

Il punteggio verrà attribuito sulla base della seguente formula:

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

\*15

dove:

Onorario % minimo: è la percentuale dell'onorario relativo all'offerta economica per l'onorario dell'operatore economico partecipante più bassa tra quelle presentate;

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

Ai fini dell'attribuzione e del calcolo dei punteggi, eventuali valori non interi verranno approssimati fino alla seconda cifra decimale. Sulla base dei punteggi attribuiti alle offerte, verrà stilata la graduatoria.

L'Organismo Proponente si riserva la facoltà di valutare la congruità delle offerte che presentano sia i punti relativi all'offerta economica, sia la somma dei punti relativi agli altri elementi di valutazione, entrambi pari o superiori ai quattro quinti dei corrispondenti punti massimi previsti dal bando di gara. Tale calcolo sarà effettuato ove il numero delle offerte ammesse sia pari o superiore a tre.

Ai fini della predetta valutazione di congruità, l'Organismo Proponente richiederà per iscritto al concorrente, assegnando un termine non inferiore a cinque giorni, la presentazione, per iscritto, delle spiegazioni ed escluderà l'offerta solo se le spiegazioni fornite non giustificano sufficientemente il livello dell'offerta proposta.

L'aggiudicazione sarà effettuata a favore del concorrente, in possesso di tutti i requisiti di partecipazione sopra riportati, la cui **offerta ha conseguito il punteggio complessivo** (punteggio offerta tecnica + punteggio offerta economica) più elevato.

Ai fini di del controllo del possesso dei requisiti che hanno formato oggetto di dichiarazione, l'Organismo proponente chiederà per iscritto all'aggiudicatario la produzione della relativa documentazione occorrente. Espletati con esito positivo detti controlli si procederà con l'aggiudicazione.

L'Organismo proponente, nelle more dell'espletamento della verifica di cui sopra, si riserva la facoltà di procedere comunque alla sottoscrizione del contratto e all'avvio delle prestazioni, fermo restando che, in caso di esito negativo dei controlli stessi, il contratto si intenderà risolto, ai sensi dell'articolo 1456 c.c., e l'affidatario avrà diritto esclusivamente al pagamento delle prestazioni regolarmente eseguite ed accettate, previa applicazione di una penale pari al 10% del relativo ammontare.

Nel caso in cui l'affidatario non si presenti per la stipula del contratto o nel caso in cui venga accertata la falsità delle dichiarazioni rese, l'Organismo appaltante si riserva la facoltà di conferire l'incarico al soggetto posto successivamente in graduatoria, espletati i controlli di rito.

L'Organismo appaltante non procederà all'aggiudicazione laddove nessuna offerta risultasse conveniente o idonea in relazione all'oggetto del contratto.

I risultati saranno comunicati via PEC ai partecipanti e saranno pubblicati sul sito web del Consorzio [www.provolonevalpadana.it](http://www.provolonevalpadana.it) nella sezione "Comunicazione – Bandi di gara – Mercato Interno".

## MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLE PROPOSTE

Gli organismi interessati a partecipare alla procedura di gara dovranno, **a pena di esclusione, far pervenire la candidatura, corredata da tutta la documentazione richiesta dal presente Capitolato, via PEC** al seguente indirizzo:

[consorzio tutelaprovonevalpadana@legalmail.it](mailto:consorzio tutelaprovonevalpadana@legalmail.it)

All'attenzione del Direttore Pisani Vittorio Emanuele

Nell'oggetto della PEC, scrivere quanto segue:

**"NON APRIRE: CONTIENE BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO DI ESECUZIONE - e il nome dell'operatore economico partecipante.**

Viste le misure di contenimento disposte dai Decreti ministeriali, a seguito dell'emergenza epidemiologica da COVID-19 e al fine di evitare contatti e spostamenti, **non sono accettate modalità di consegna alternative.**

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).

La documentazione dovrà pervenire, a cura del partecipante alla gara, **a pena di esclusione, entro e non oltre le ore 12:00 del 15/02/2021.** L'invio delle candidature rimane ad esclusivo rischio del mittente ove, per qualsiasi motivo, non giunga a destinazione entro il suddetto termine perentorio.

Per l'invio della documentazione si consiglia eventualmente di mettere a disposizione un link al quale poter accedere per scaricare la documentazione.

La documentazione può essere inviata "zippata" in apposita cartella con l'utilizzo del portale Wetransfer. Sono escluse dalla valutazione cartelle inviate con sistema cloud (es. Dropbox o Drive).

**Non saranno ritenute valide le offerte inviate con altre modalità.**

Quando prevista, la firma deve essere apposta sul documento e scansionata per il successivo inoltro.

La documentazione dovrà essere contenuta in tre file separati denominati

- **BUSTA A - documentazione amministrativa;**
- **BUSTA B - proposta tecnica;**
- **BUSTA C - offerta economica.**

La **BUSTA A - documentazione amministrativa**, dovrà contenere:

- domanda di partecipazione alla procedura secondo il modello di cui all'Allegato A, compilata e firmata dal legale rappresentante. In caso di raggruppamento temporaneo non ancora costituito, la dichiarazione dovrà essere firmata da ciascun operatore;
- dichiarazioni in ordine al possesso dei requisiti secondo il modello di cui all'Allegato B, compilato e firmato dal legale rappresentante. In caso di raggruppamento temporaneo non ancora costituito, la dichiarazione dovrà essere firmata da ciascun operatore;
- Documento di identità del Legale Rappresentante in corso di validità;
- Dichiarazione rilasciata da un Istituto bancario autorizzato attestante il possesso dei mezzi finanziari necessari per garantire l'esecuzione delle azioni previste dal Programma (idonee referenze bancarie). In caso di raggruppamento temporaneo non ancora costituito, ciascun operatore dovrà produrre tale dichiarazione;
- visura CCIAA oppure iscrizione in un registro commerciale tenuto nello Stato membro in cui l'operatore economico ha sede.

La **BUSTA B - proposta tecnica**, dovrà contenere:

- Presentazione dell'operatore economico partecipante, con principali clienti e servizi realizzati (CV aziendale);
- Descrizione dettagliata delle attività/iniziativa proposte;
- Presentazione proposta grafica e concept;
- Descrizione approccio metodologico di esecuzione delle azioni e del monitoraggio;
- Presentazione del gruppo di lavoro e descrizione dettagliata delle figure professionali impiegate e delle

loro competenze, inclusi i CV.

**La BUSTA C - offerta economica**, che dovrà contenere:

- Piano finanziario dettagliato per ogni attività con relativo onorario e la tabella riassuntiva finale (tutto da fornire anche in formato EXCEL) – come riportato nella modalità di predisposizione dell’offerta economica

Nelle sezioni successive (Modalità di predisposizione dell’offerta tecnica e Modalità di predisposizione dell’offerta economica) si forniscono indicazioni su come dovranno essere redatte l’offerta tecnica e quella economica.

Il **Comitato di selezione**, organo che verrà nominato dall’Organismo proponente appositamente dopo il termine di presentazione delle candidature, per la valutazione e selezione delle proposte pervenute, si riunirà in data **16/02/2021 alle ore 09.00** al fine di espletare le procedure di selezione.

In seduta pubblica il Comitato di selezione provvederà a:

- aprire e valutare la Busta A ai fini dell’ammissione dei concorrenti;
- aprire la Busta B al solo fine di verificarne il contenuto;
- dare lettura dei punteggi dell’offerta tecnica;
- aprire la Busta C valutandone il contenuto.

In seduta riservata il Comitato di selezione valuterà le offerte tecniche attribuendo i relativi punteggi ai concorrenti.

Alle sedute pubbliche potranno assistere (tramite piattaforma web), il rappresentante legale di ognuna delle agenzie/operatori economici partecipanti, presentando un documento di riconoscimento, o un suo incaricato munito di delega.

I lavori del Comitato di selezione saranno adeguatamente verbalizzati con indicazione delle motivazioni a sostegno delle valutazioni effettuate.

In caso di mancanza, incompletezza e di ogni altra irregolarità essenziale dei documenti presentati dai concorrenti, **con esclusione di quelle afferenti all’offerta economica e all’offerta tecnica**, il Comitato di selezione assegnerà al concorrente un termine, non superiore a due 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 sarà 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.

## **COMUNICAZIONE DELL’ESITO DELLA GARA DI SELEZIONE**

Sarà data tempestiva comunicazione a tutti i partecipanti sull’esito della Gara di Selezione, a mezzo PEC con le relative motivazioni. I risultati verranno anche pubblicati sul sito [www.provolonevalpadana.it](http://www.provolonevalpadana.it), nella sezione “Comunicazione – Bandi di gara – Mercato Interno”, entro il 23/02/2021. Inoltre, si procederà anche con la pubblicazione tempestiva degli esiti sul portale TED, versione online del supplemento alla Gazzetta Ufficiale dell’Unione europea, dedicato agli appalti pubblici europei.

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. del Direttore Vittorio Emanuele Pisani alle quali seguirà risposta esclusivamente per iscritto. Il Consorzio si riserva di rispondere a quanto ricevuto entro e non oltre 48 ore dalla data di ricevimento di ciascuna domanda. Le domande possono essere presentate fino a 48 ore prima della chiusura della gara.

Le domande e risposte saranno pubblicate nel sito del Consorzio ([www.provolonevalpadana.it](http://www.provolonevalpadana.it) - nella sezione “Comunicazione – Bandi di gara – Mercato Interno”,) **nell’apposita sezione FAQ** dedicata alla presente Gara. Non saranno prese in considerazione eventuali richieste verbali o inoltrate con modalità diverse da quella indicata.

## MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA TECNICA – BUSTA B

Come indicato al paragrafo “Modalità di presentazione delle proposte”, nella Busta B – Offerta tecnica, dovranno essere inseriti i seguenti documenti:

### Presentazione dell'operatore economico

L'operatore economico che parteciperà alla Gara di Selezione dovrà fornire una presentazione generale in termini di: esperienze maturate nel settore della promozione/informazione su prodotti agricoli di qualità o in settori analoghi e affini, esperienza nella realizzazione di eventi, attività di PR e Ufficio Stampa, organizzazione di degustazioni, elaborazione materiale promozionale/informativo, gestione siti web e social media.

### Descrizione dettagliata delle attività/iniziative

L'operatore dovrà indicare per ogni attività prevista da progetto sopra descritta, le iniziative e le relative modalità di esecuzione. Per il periodo di attuazione del Programma, è prevista la realizzazione di una serie di output minimi richiesti per ciascuna settore di attività. I concorrenti hanno facoltà di presentare in sede di offerta tecnica una proposta che preveda la realizzazione di un numero maggiore di output, a condizione che la conseguente offerta economica rientri obbligatoriamente entro i limiti determinati dalla base d'asta.

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

#### Descrizione dell'approccio metodologico

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

#### Presentazione del gruppo di lavoro

L'operatore economico che parteciperà alla Gara di Selezione dovrà fornire una presentazione del gruppo di lavoro, con descrizione dettagliata delle figure professionali impiegate e delle loro competenze allegando i curriculum vitae.

## MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA ECONOMICA– BUSTA C

Come indicato al precedente paragrafo “Modalità di presentazione delle proposte”, nella Busta C – Offerta economica, dovranno essere inseriti il **Piano finanziario dettagliato per ogni attività e la tabella riassuntiva finale**.

### Piano finanziario dettagliato per ogni attività

L'operatore economico che parteciperà alla Gara di Selezione dovrà fornire un piano finanziario dei **costi relativi all'onorario dell'organismo esecutore** e questi dovranno essere presentati/calcolati **in forma di giornate/uomo in relazione ad ogni singola attività alla quale si riferiscono**, dettagliando la modalità e i dati necessari per quantificarli. Si richiede quindi la predisposizione di una tabella che riassume, per anno, i subtotali 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 d'esempio:

ES. WP5 MATERIALI DI COMUNICAZIONE	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
<b>FLYER</b>			
Totale annuo attività	XXXXX €	XXXXX €	XXXXX €
Onorario agenzia (costo unitario al giorno per un consulente senior o per un consulente junior)	XXXXX €	XXXXX €	XXXXX €
Numero giornate previste	XXXXX €	XXXXX €	XXXXX €
Totale onorario agenzia	XXXXX €	XXXXX €	XXXXX €
Totale annuo comprensivo di onorario	XXXXX €	XXXXX €	XXXXX €

<b>GADGET</b>			
Totale annuo attività	XXXXX €	XXXXX €	XXXXX €
Onorario agenzia (costo unitario al giorno per un consulente senior o per un consulente junior)	XXXXX €	XXXXX €	XXXXX €
Numero giornate previste	XXXXX €	XXXXX €	XXXXX €
Totale onorario agenzia	XXXXX €	XXXXX €	XXXXX €
Totale annuo comprensivo di onorario	XXXXX €	XXXXX €	XXXXX €

Non rientrano nell'onorario eventuali attività svolte direttamente dall'organismo esecutore anche utilizzando il proprio personale, ad esempio: traduzioni, realizzazione del sito web, creazione dei social media e successiva attività di posting, creazione di comunicati stampa, attività di briefing del personale o di sub-fornitori, ecc. Questa tipologia di costi, infatti, corrisponde ad attività vere e proprie che vanno considerate nel piano dei costi/budget.

Il **Piano finanziario** formerà l'offerta economica, sulla base della quale verrà valutato il prezzo della proposta presentata.

Si richiama l'attenzione dei concorrenti sulla circostanza che, in considerazione delle analisi effettuate dall'Organismo Proponente in sede progetto predisposto ai fini dell'ottenimento del finanziamento europeo, il compenso dell'Organismo di esecuzione (onorario dell'operatore economico), congruente con le giornate di lavoro e le unità da coinvolgere nelle attività oggetto di affidamento, non può essere inferiore a 7% del costo totale riferito alle azioni (SUB-TOTALE GENERALE ATTIVITA').

Pertanto, alle eventuali offerte economiche che risulteranno inferiori a siffatta percentuale sarà attribuito un punteggio pari a zero.

Si sottolinea che i valori relativi all'onorario vanno espressi esclusivamente in giornate uomo, specificando che, pur in presenza di modalità operative diverse dei proponenti, sarà necessario adeguarsi alla richiesta del Consorzio.

**Nel piano finanziario non vanno dettagliati i costi di ogni singola azione in quanto già previsti da progetto, ma solamente i costi dell'onorario, calcolati in forma di giornate/uomo.**

#### **Tabella riassuntiva finale**

Si prega di fornire nella proposta economica, anche la **seguinte tabella riassuntiva**:

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

#### **ONERI A CARICO DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE**

Saranno a carico dell'Appaltatore/Organismo di esecuzione i seguenti compiti:

1. Svolgimento dei Servizi oggetto dell'appalto, in accordo e collaborazione con l'organismo proponente e nell'accettazione 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 del Programma, compresa quella relativa alla loro compatibilità con la vigente normativa italiana 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.

4. 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 per la relativa parte di azioni del Programma.

## **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 proponente. È previsto che uno o più componenti del Gruppo di lavoro siano disponibili per riunioni di monitoraggio periodiche (non meno di 4 per annualità) presso la sede dell'Organismo proponente, 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 proponente 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.

## **PERSONALE ADDETTO E GRUPPO DI LAVORO**

L'Organismo di esecuzione deve assicurare le prestazioni inerenti ai servizi in affidamento con personale integrato con legittimi rapporti di lavoro e avente i requisiti professionali e tecnici adeguati all'impiego. Il Gruppo di lavoro deve essere caratterizzato da un approccio organizzativo flessibile per rispondere alle esigenze che potranno determinarsi nel corso dello svolgimento delle attività. In particolare, lo staff del gruppo di lavoro dedicato dovrà possedere un ventaglio di competenze in particolare in questi settori: project management, team working, comunicazione, grafica, organizzazione eventi, etc.

L'organismo di esecuzione, per l'intera durata del contratto, si impegna 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;
- concordare e condividere tutte le attività del team con l'Organismo proponente;
- adibire al servizio personale idoneo, di provata capacità, onestà, moralità e di provata riservatezza, il quale dovrà mantenere il più assoluto riserbo su quanto sia venuto a conoscere nell'espletamento del servizio;
- garantire la stabilità e la continuità del servizio in ogni circostanza, assicurando personale quantitativamente e qualitativamente adeguato alle necessità e nel rispetto dei contenuti dell'offerta tecnica;
- rispettare, nei confronti del proprio personale, i contratti di lavoro relativi al trattamento salariale, normativo, previdenziale ed assicurativo;
- predisporre tutti i possibili mezzi di comunicazione che possano semplificare il coordinamento, monitoraggio e controllo del Programma.

## **DURATA DEL SERVIZIO**

Il servizio ha la durata di 36 mesi, decorrenti dalla data di stipula del contratto, che verrà firmato tra il committente e l'aggiudicatario entro 60 giorni dalla sottoscrizione della convenzione di sovvenzione tra l'Organismo beneficiario e l'Ente pagatore (AGEA) ed avrà per oggetto lo svolgimento delle attività indicate nel presente bando alle condizioni ivi riportate. L'Organismo proponente 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.

## **CONFLITTI DI INTERESSE**

L'Organismo appaltante adotterà misure adeguate a prevenire, individuare e porre rimedio in modo efficace a conflitti di interesse nello svolgimento della presente procedura di selezione in modo da evitare

qualsiasi distorsione della concorrenza e garantire la parità di trattamento di tutti gli operatori economici, nel rispetto di quanto stabilito all'articolo 24 della Direttiva 2014/24/UE e dell'art. 42 del D. Lgs. 50/2016.

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

I diritti di proprietà e/o di utilizzazione e sfruttamento economico degli elaborati, predisposti o realizzati dall'Organismo di esecuzione da suoi dipendenti e collaboratori nell'ambito o in occasione dell'esecuzione del presente servizio, rimarranno di titolarità esclusiva dell'Organismo appaltante che potrà, quindi, disporre senza alcuna restrizione la pubblicazione, la diffusione, l'utilizzo, la duplicazione di dette opere dell'ingegno o materiale. Detti diritti, ai sensi della L. n. 633/41 "Protezione del diritto d'autore e di altri diritti concessi al suo esercizio" così come modificata ed integrata dalla L. 248/00, devono intendersi ceduti, acquisiti e licenziati in modo perpetuo, illimitato e irrevocabile.

L'Organismo di esecuzione si impegna a consegnare tutti i prodotti in formato aperto e modificabile e si obbliga espressamente a fornire all'Organismo appaltante tutta la documentazione e il materiale necessario all'effettivo sfruttamento dei diritti di titolarità esclusiva, nonché a sottoscrivere tutti i documenti necessari all'eventuale trascrizione di detti diritti a favore dell'Organismo appaltante in eventuali registri o elenchi pubblici. L'Organismo di esecuzione si impegna a rispettare la vigente normativa in materia di raccolta e trattamento dei dati personali e di tutela delle banche dati.

## **TRATTAMENTO DEI DATI**

Ai sensi del D.Lgs. 196/2003 e del Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 contenente il Regolamento europeo sulla protezione dei dati (di seguito anche "GDPR"), si informa che i dati raccolti sono destinati alla scelta del contraente e il loro conferimento ha natura facoltativa, fermo restando che il concorrente che intende partecipare alla procedura o aggiudicarsi l'appalto deve fornire all'Organismo appaltante la documentazione richiesta dalla vigente normativa. I diritti dell'interessato sono quelli previsti dall'art.13 della legge citata. Tali diritti possono essere esercitati ai sensi e per gli effetti del D.Lgs. 196/2003 e GDPR. I dati raccolti possono essere comunicati al personale dell'Organismo appaltante che cura il procedimento e ad ogni altro soggetto che vi abbia interesse ai sensi della Legge 241/1990 s.m.i.

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

- a) le finalità cui sono detenuti i dati raccolti ineriscono alla verifica della capacità dei concorrenti di partecipare alla gara in oggetto;
- b) i dati forniti saranno raccolti, registrati, organizzati e conservati per le finalità di gestione della gara e saranno trattati, sia mediante supporto cartaceo che magnetico, anche successivamente all'eventuale instaurazione del rapporto contrattuale, per le finalità del rapporto medesimo;
- c) il conferimento dei dati richiesti è un onere a pena di esclusione dalla gara;
- d) i soggetti o le categorie di soggetti ai quali i dati possono essere comunicati sono: 1) il personale dell'Organismo appaltante; 2) i concorrenti che partecipano alla seduta pubblica di gara; 3) ogni altro soggetto che abbia interesse ai sensi della legge n. 241/1990 e s.m.i.;
- e) i diritti spettanti all'interessato sono quelli di cui all'art. 7, del D.Lgs. n. 196/2003 e s.m.i. e degli articoli dal 15 al 22 del GDPR, cui si rinvia;
- f) soggetto attivo della raccolta è l'Organismo appaltante e il responsabile è il rappresentante legale Presidente Libero Giovanni Stradiotti.

**Titolare del trattamento dei dati**  è il Consorzio Tutela Provolone Valpadana nella figura del legale rappresentante ai sensi dell'art. 28 del Regolamento europeo sulla protezione dei dati ("GDPR") e dell'art. 29 del D.Lgs. n. 196/2003, nonché della normativa italiana di adeguamento al GDPR.

Per ogni ulteriore aspetto in merito, è possibile fare riferimento alla "Informativa sul trattamento dei dati personali al cliente" del Consorzio Tutela Provolone Valpadana e rivolgere le richieste presso il Consorzio,

Piazza Marconi, 3 – 26100 – Cremona (CR) con lettera raccomandata, oppure via mail all'indirizzo e-mail: info@provolonevalpadana.it, oppure con richiesta telefonica al numero +39 037230598 Fax +39 0372457078

**Responsabile unico del procedimento**

Responsabile unico del procedimento ai sensi dell'art. 31 del D.Lgs. 50/2016 è il Presidente del Consorzio Libero Giovanni Stradiotti.