



BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DI UNA PARTE DEL PROGRAMMA DENOMINATO "CUT AND SHARE" – CS

CAPITOLATO TECNICO

1. INFORMAZIONI PRELIMINARI

Il Consorzio Pecorino Toscano DOP, Via Giordania , 227 - 58100 Grosseto Italia Tel.: +39 0564 20038 E-mail: a.righini@pecorinotoscanodop.it Fax: +39 0564 4295045, PEC federdocsrl@pec.it in qualità di organismo capofila del raggruppamento di Consorzi: Consorzio Prosciutto Toscano DOP, proponente un Programma triennale (2020-2023) denominato "CS" – programma di attività di informazione e promozione, approvato dalla Commissione europea in conformità al Regolamento (UE) n. 1144/2014 – Promozione dei prodotti agricoli in Stati Uniti e Canada,

indice,

ai sensi degli articoli di riferimento del Reg. (UE) n. 1144/2014, del Reg. delegato (UE) n. 2015/1829, del Reg. di esecuzione (UE) n. 2015/1831, un Bando di Gara per la selezione, mediante Procedura Competitiva Aperta, di un "Organismo di esecuzione" incaricato della realizzazione delle Azioni (attività/iniziative) rivolte al raggiungimento degli obiettivi previsti dal Programma "CUT AND SHARE" in acronimo "CS" e che si svolgerà in Stati Uniti, Canada, utilizzando come prodotti testimonial le seguenti produzioni: Pecorino Toscano DOP e Prosciutto Toscano DOP.

1.1 QUADRO DI RIFERIMENTO

In attuazione dei Regolamenti UE n.1144/2014, n. 2015/1829 e n. 2015/1831 il



Consorzio Pecorino Toscano DOP, ha il compito di selezionare un Organismo di Esecuzione per la realizzazione del progetto presentato sul Bando “Call for proposals for simple programmes 2019 – Promotion of agricultural products”, denominato “CUT AND SHARE” in acronimo “CS”.

Il Consorzio Pecorino Toscano DOP, in qualità di organismo proponente del Programma di informazione e di promozione in Stati Uniti e Canada, indice un Bando di Selezione mediante Procedura Competitiva Aperta per la selezione di un “Organismo di esecuzione” incaricato della realizzazione del programma.

1.2 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

2.1 DESCRIZIONE GENERALE DEL SERVIZIO

Il servizio consiste nell’esecuzione di una parte del Programma.

L’organismo di esecuzione dovrà quindi assicurare:

- lo sviluppo progettuale delle parti concordate del programma di durata triennale, a partire dalla sottoscrizione del contratto;



- l'attivazione operativa delle azioni e attività promozionali previste il periodo stabilito dal Programma, sulla base degli obiettivi previsti dalla strategia di comunicazione, anche attraverso il monitoraggio costante delle attività realizzate e dei relativi effetti.
- la gestione finanziario-amministrativa delle parti concordate del Programma, comprensiva delle relazioni tecniche periodiche e della relazione tecnica finale.

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

2.2 MODALITA' 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 trimestrali 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 email, scambio di materiali e documenti attraverso i sistemi di condivisione online.

2.3 PERSONALE ADDETTI E GRUPPO DI LAVORO

L'organismo di esecuzione deve assicurare le prestazioni inerenti i 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, comunicazione, grafica, eventi,



conoscenza e presenza nei paesi target.

L'organismo di esecuzione si impegna:

- a. ad 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;
- 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. ad impegnarsi al rispetto, nei confronti del proprio personale, dei contratti di lavoro relativi al trattamento salariale, normativo, previdenziale ed assicurativo.

3 DURATA DEL SERVIZIO

Il servizio ha la durata di trentasei mesi - decorrenti dalla data di stipula del contratto - ed è suddiviso in tre fasi di dodici mesi ciascuna. L'Organismo di esecuzione sarà autorizzato a procedere all'esecuzione delle fasi successive alla prima solo previo nulla osta scritto da parte dell'Organismo Proponente, il quale è tenuto a ricevere analogo nulla osta da parte dello Stato membro interessato.

4 REQUISITI PER LA PARTECIPAZIONE ALLA GARA

4.1 INESISTENZA DI CAUSE DI ESCLUSIONE DALLA PARTECIPAZIONE ALLA GARA

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

- a condanne penali;
- al pagamento 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)** sottoscritto dal legale rappresentate



4.2 REQUISITI DI CAPACITÀ ECONOMICA E FINANZIARIA

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione, deve allegare una documentazione volta ad attestare la capacità economica e finanziaria a scelta tra le seguenti possibilità:

- Allegare la dichiarazione dell'Istituto Bancario di possesso da parte dell'Operatore Economico della solidità e dei mezzi finanziari necessari per garantire l'esecuzione delle azioni previste dal Programma per tutta la sua durata e fino alla chiusura della rendicontazione finale di saldo.
- Bilancio degli ultimi due esercizi finanziari

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

4.2 REQUISITI DI CAPACITÀ TECNICA E PROFESSIONALE

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

- deve allegare i CV anonimi del personale impiegato, sia dipendente e sia consulenziale, nell'eventuale esecuzione del Programma, dai quali si evinca una comprovata esperienza nei settori analoghi a quelli oggetto della gara: progettazione e gestione di programmi a contribuzione pubblica, organizzazione eventi, comunicazione, promozione, I web e social management, grafica e internazionalizzazione;
- deve aver realizzato nell'ultimo triennio, progetti e attività promozionali simili o analoghi a quelli oggetto della presente gara.

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata **(Allegato A)** firmata dal Legale Rappresentate e l'invio dei CV anonimi, segnati progressivamente (CV A, CV B, CV C ecc.).

5. CRITERI DI AGGIUDICAZIONE

L'appalto è aggiudicato in base al criterio dell'offerta che presenta al miglior rapporto qualità-prezzo secondo la ripartizione dei punteggi di seguito descritta.



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**

ELEMENTO DI VALUTAZIONE	CRITERIO MOTIVAZIONALE	MAX PUNTEGGIO
QUALITÀ DELL'OFFERTA TECNICA STRATEGIA COMPLESSIVA Max 14 punti	Adeguatezza della pianificazione in termini di coerenza con gli obiettivi della Strategia di comunicazione e coerenza rispetto alle tempistiche della programmazione. Adeguatezza della metodologia proposta, articolazione della strategia di comunicazione, la sua capacità di produrre risultati significativi, l'ampiezza del pubblico di riferimento contattato	10
	Coerenza tra la strategia complessiva progettuale e le singole attività	4
QUALITÀ DELL'OFFERTA TECNICA PROPOSTE GRAFICHE Max 37 punti	Creatività nell'ideazione di 1 proposta di identità visiva della campagna e dell'immagine coordinata	15
	Efficacia delle proposte grafiche del visual della campagna e del claim identificato adatte per garantire il raggiungimento degli obiettivi fissati nel Programma.	11
	indicazione dettagliata delle azioni da intraprendere sui vari social, con relative motivazioni): efficacia e funzionalità dell'architettura, del sistema di navigazione e della strategia social	11
QUALITÀ DELL'OFFERTA TECNICA APPROCCIO METODOLOGICO Max 34 punti	Completezza delle caratteristiche degli output richiesti	10
	Profonda conoscenza del mercato USA e Canada e delle logiche di mercato di tali Paesi	4
	Qualità delle caratteristiche professionali del gruppo di lavoro proposto in termini di competenze assolute sulla base della qualità dei CV anonimi presentati	9
	Efficacia del sistema di monitoraggio del Piano di comunicazione. Sono valutate l'accuratezza dell'impianto metodologico complessivo che si intende applicare all'attività di monitoraggio, la completezza delle modalità di reperimento, trattamento e condivisione dei dati.	9
	Adeguatezza dei meccanismi di controllo per monitorare la corretta esecuzione economico-finanziaria del progetto e il rispetto del cronoprogramma.	2

- **TOTALE PUNTEGGIO ATTRIBUIBILE: max punti 100**



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

ELEMENTO DI VALUTAZIONE	CRITERIO MOTIVAZIONALE	MAX PUNTEGGIO
OFFERTA ECONOMICA	Valutazione della 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.	15
Max 15 punti		

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.

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

GIUDIZIO	COEFF
non riscontrabile	0
valutazione	0,1
valutazione appena	0,2
valutazione sufficiente	0,3
valutazione tra	0,4
valutazione discreta	0,5
valutazione tra	0,6
valutazione buona	0,7
valutazione tra	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. In caso di parità di punteggio ottenuto, l'appalto verrà aggiudicato al concorrente che avrà riportato un maggior punteggio nell'offerta tecnica.

Sulla base dei punteggi attribuiti alle offerte verrà stilata la graduatoria finale e



individuato il concorrente aggiudicatario.

6. MODALITA' DI PRESENTAZIONE

Gli organismi interessati a partecipare al Bando di Gara dovranno, a pena di esclusione, far pervenire tutta la documentazione necessaria, scaricabile dal sito www.pecorinotoscanodop.it entro e non oltre il 2/01/2020 **alle ore 16.00**, in un unico plico contenete i 3 Allegati come appresso descritti (se l'invio avverrà per via cartacea) o in uno o più file se (se l'invio avverrà per via telematica):

Allegato A) Documentazione amministrativa:

- i. Allegato A compilato e firmato dal Legale Rappresentante
- ii. Lettera dell'Istituto Bancario e bilanci degli ultimi due anni
- iii. CV anonimo del personale impiegato, segnato progressivamente (CV A, CV B ecc.) Allegato
- iv. Autodichiarazione corredata da documento di identità e/o dichiarazione comprovante l'esperienza in gestione di progetti complessi simili o analoghi all'oggetto della presente gara

Allegato B) Proposta tecnica:

- v. Descrizione dettagliata delle attività e proposte grafiche richieste.

Allegato C) Offerta economica:

Tabella di dettaglio di costo dell'onorario

La documentazione dovrà essere redatta in una delle due lingue (italiana e/o inglese) e dovrà essere inviata in formato elettronico – stampabile e copiabile a cura del partecipante alla gara entro e non oltre il 2/01/2020 ore 16.00 via PEC all'indirizzo federdocsrl@pec.it

Tutti i documenti dovranno essere in formato PDF non editabile.

In alternativa, è possibile far pervenire la documentazione di gara anche in forma cartacea in una busta chiusa contenente, in tre plichi separati gli Allegati di cui sopra, ovvero la Documentazione amministrativa; la Proposta tecnica e l'offerta economica.



La busta chiusa, contenente i tre plichi separati, deve essere controfirmata su tutti i lembi. Il recapito della busta 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 16.00 del 2/01/2020. Il recapito oltre tale termine perentorio, e la relativa esclusione, non potrà essere oggetto di contestazione.

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

FDC s.r.l. Via XX Settembre 98/G- 00187 Roma (RM) Italia
Persona di contatto: Debora Santoro

Nominare l'oggetto del plico o dell'email con la seguente dicitura:

BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DI UNA PARTE DEL PROGRAMMA DENOMINATO "CUT AND SHARE" IN ACRONIMO "CS".

Modalità di apertura delle offerte: Data: 07/01/2020 Ora locale: 11.30

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

Il Comitato di selezione, organo ad hoc creato successivamente al termine ultimo dell'arrivo delle proposte per la valutazione sull'ammissibilità delle offerte pervenute, verificherà la regolarità e l'integrità della documentazione presentata e rinverrà la valutazione alla Commissione giudicatrice.

La Commissione giudicatrice si riunirà in data 07/01/2020 al fine di espletare le procedure di selezione ed 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 email. I risultati verranno anche pubblicati sul sito www.pecorinotoscanodop.it entro il 08/01/2020

Per eventuali domande e/o chiarimenti per l'esecuzione dell'offerta è possibile rivolgersi solo per e-mail al Dr. Andrea Righini a.righini@pecorinotoscanodop.it



6.1 MODALITA' DI PREDISPOSIZIONE DELLA PROPOSTA TECNICA (ALLEGATO B)

L'operatore economico che parteciperà alla gara di selezione, nell'Allegato B) Proposta tecnica, dovrà presentare un servizio articolato in otto aree di attività.

Per il periodo di attuazione del programma, è prevista la realizzazione di una serie di output minimi richiesti per ciascuna area di attività. I concorrenti hanno titolo a 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.

6.2 ABSTRACT DEL PROGRAMMA

La scelta ritenuta strategica di realizzare delle azioni in comune tra i settori dei salumi e dei formaggi di qualità, è dovuta ad una convergenza di obiettivi che i diversi settori e i diversi soggetti proponenti, perseguono.

I due Consorzi proponenti sono riconosciuti dallo Stato Italiano e rappresentativi dei settori di competenza. Tutti hanno fra i loro scopi, quello di promuovere e valorizzare attivamente la conoscenza e l'educazione al consumo dei prodotti a denominazione da loro tutelati, mediante forme idonee di comunicazione, anche in collaborazione con Enti privati e Amministrazioni pubbliche di rappresentanza comunitaria, nazionale e regionale.

Il programma prevede la realizzazione di un insieme di azioni attraverso le quali raggiungere gli obiettivi prefissati, primo fra tutti quello di accrescere la conoscenza dei prodotti a denominazione presso gli operatori del settore, la stampa, il trade e i consumatori.

Per questo l'obiettivo principale del programma è quello di ampliare ed approfondire questa conoscenza per contrastare l'avanzata dei prodotti del nuovo mondo che diventa sempre più pressante e per mantenere e conquistare nuove fette di mercato.

Questo attraverso campagne di informazione ed educazione nei confronti dei target individuati fornendo loro tutte le indicazioni sulle caratteristiche dei prodotti e sulla normativa comunitaria a garanzia e a tutela della qualità degli stessi.



Gli obiettivi del progetto sono in linea con gli obiettivi strategici della Comunità Europea, che si propongono di aumentare la conoscenza di prodotti a denominazione d'origine comunitaria attraverso campagne di informazione rivolte agli operatori del settore ed ai consumatori fornendo loro tutte le indicazioni sul territorio, varietà, qualità e della tracciabilità stessi.

Attività da svolgere:

- I. Pubbliche Relazioni
- II. Social Media
- III. Materiali di comunicazione
- IV. Partecipazione a fiere
- V. Seminari di degustazione
- VI. Promozione presso i punti vendita
- VII. Definizione dell'identità visiva della campagna
- VIII. Expertise mkt web listening

5.2.1 ATTIVITÀ N.1: PUBBLICHE RELAZIONI

Questa azione includerà nei paesi target:

- Attività di analisi di ricerca e di ascolto verso i target bersaglio
- Creazione di una lista ideale di "media" partecipanti alle azioni previo contatto dei nominativi selezionati e verifica dell'interesse ed effettiva adesione;
- Ricerca e coordinamento delle attività appropriate rivolte ai target bersaglio; sviluppo dell'immagine e dei messaggi chiave per rivolgersi adeguatamente ai target selezionati
- Sviluppo dell'immagine e dei messaggi chiave
- Sviluppo di una strategia d'insieme per assicurare il raggiungimento di tutti gli obiettivi prefissati
- Relazione post eventi
- Costante attività di clipping service
- Attività di recall su giornalisti blogger e wine writers

Output richiesti

- n. 16 liste partecipanti nel triennio
- n. 3 rassegne stampa all'anno
- n. 1 collaborazione con food blogger all'anno



- n. 3 newsletter contenente informazioni sui loghi e regimi europei di qualità e notizie sui prodotti DOP oggetto del programma , ricette e consigli per il miglior consumo all'anno
- n. 1 report e attività all'anno

5.2.2 ATTIVITÀ N.2: SOCIAL MEDIA

L'utilizzo dei social media in un'azione dedicata all'informazione su problemi complessi quali sono i meriti dei regimi di qualità UE offre numerosi vantaggi:

Fidelizzazione: la continua interazione con gli utenti rafforza il legame informatore (UE/proponente- utente). L'utente può partecipare attivamente alla vita dell'attività, apportando il proprio contributo e condividendo le proprie esperienze e sentirsi parte di una comunità di persone legate da un interesse comune; si può così potenziare la fedeltà dei target Group e generare un vantaggio competitivo nei confronti di informazioni non autorevoli e/o generate da soggetti non competenti.

Reputazione: si tratta di un altro aspetto che subisce una forte influenza a causa delle dinamiche che regolano i social media. I soggetti che riescono a stabilire un contatto diretto ed efficace con i propri utenti-clienti riescono ad incrementare la propria reputazione.

Visibilità: la presenza sui social media permette di utilizzare una vetrina virtuale accessibile a tutti gli utenti della rete, sia quelli direttamente coinvolti come i membri di una pagina, sia quelli coinvolti indirettamente come gli amici dei membri.

Target group: la massa di utenti presente sui social media costituisce un nuovo mercato all'interno del quale ci si può inserire per individuare ed intercettare nuovi potenziali del target di riferimento dell'attività.

Feedback: l'interazione con gli utenti permette di ottenere feedback sui propri prodotti e servizi e capire quali siano i propri punti di forza e quali le debolezze da migliorare per essere più competitivi.

- Piano Editoriale: N. 5 uscite settimanali in inglese e 5. in francese
- Misurazione statistica performance azione:
- Aumento dei followers sulla pagina (stima 1° anno da 0 a 4.000/6.000 fan) 20.000 nel triennio.
- Aumento dell'engagement: crescita copertura post - media 2,000 a post (dopo 1 anno) con punte di 6/8 mila a post: 6.000 nel triennio.

Output richiesti



- n.1 aperture e gestione profilo Facebook ed instagram all'anno
- n. 1 studio piano mezzi spesa ADV
- n. 6 report bimestrale del feedback attività e delle statistiche all'anno

5.2.3 ATTIVITÀ N.3: MATERIALI DI COMUNICAZIONE

1) Una brochure contenente tutte le informazioni sulle tematiche dei prodotti DOP/IGP europei, con materiale fotografico inerente ai diversi prodotti a denominazione d'origine e luoghi di origine. Spazio sarà dedicato alle mappe indicanti le zone di origine dei prodotti a denominazione, alle schede tecniche e organolettiche dei singoli prodotti e a info grafiche sul processo di produzione e della tracciabilità dei prodotti a denominazione d'origine oggetto del programma.

Di seguito le caratteristiche tipografiche della brochure:

- formato chiuso cm 20 x 15 (formato aperto cm. 40X15)
- numero pagine: 24/28 + 4 di copertina
- tipo di stampa: interno: 4 colori in bianca e 4 colori in volta
- carta interni: patinata opaca da 115gr/mq
- stampa copertina: 4 colori in bianca e 0 colori in volta
- carta copertina: patinata opaca 250 gr/mq
- allestimento: punto metallico
- copertina plastificata lucida in bianca

2) Produzione di gadget, grembiuli da chef personalizzati ,chiavette usb e shopper

Output richiesti

- n.1 Progetto grafico ed editorial all'anno
- n.1 Copy testi all'anno
- n.1 Impaginazione testi 1 all'anno

- n. 5.000 brochure.
- n. 1000 grembiuli
- n.1.000 chiavette USB
- n. 2.000 shopper
- Distribuzione brochure e gadget

5.2.4 ATTIVITÀ N.4: PARTECIPAZIONE A FIERE



Partecipazioni alle seguenti fiere :

- 1) "RC SHOW TORONTO" considerato il principale evento canadese di foodservice e hospitality.
- 2) "SUMMERFANCYFOOD NEW YORK" è la più importante manifestazione dello store Food and Beverage del Nord America .

Per entrambi gli eventi è prevista la realizzazione e l'allestimento di uno stand per la distribuzione del materiale informativo e l'assaggio dei prodotti

Output richiesti

- realizzazione di n. 2 stand all' anno
- n. 2 liste contatti operatori all' anno

6.2.5 ATTIVITÀ N.5: SEMINARI DI DEGUSTAZIONE

Si tratta di incontri dove si affrontano gli argomenti che costituiscono gli obiettivi di questo programma al fine di aumentare la conoscenza delle Denominazioni di Origine presso i target individuati ed incentivarne la presenza sui mercati di riferimento tramite l'incremento delle importazioni e delle vendite degli stessi. È prevista la partecipazione, per ogni workshop, di 50 stakeholder.

Gli argomenti specifici trattati saranno:

- informare gli operatori e consumatori sulla legislazione comunitaria che prevede norme rigorose sulla produzione, le indicazioni di qualità, l'etichettatura e la commercializzazione, a garanzia della qualità e della tracciabilità dei prodotti a D.O. Europei;
- informare i consumatori sulla varietà, la qualità e le produzioni oggetto della campagna d'informazione;
- diffondere e migliorare la conoscenza dei loghi comunitari presso i consumatori mediante la diffusione di materiale informativo e numerose attività di pubbliche relazioni;
- valorizzare le denominazioni DOP e IGP e la loro tipicità, differenziandole e proteggendole così dalle imitazioni e dagli abusi, favorendo presso i consumatori la riconoscibilità dei loghi comunitari;



- diffondere in modo capillare, ai target groups selezionati, informazioni riguardanti l'eccellenza della produzione tipica europea, le loro caratteristiche, gli aspetti nutrizionali, i metodi di produzione, i sistemi di controllo e i suggerimenti di consumo;
- informare sugli aspetti qualitativi dei prodotti a D.O. europei (caratteristiche chimico-fisiche, organolettiche visive, tracciabilità).

Output richiesti

- n. 4 seminari all' anno
- Creazione liste partecipanti influencer e recalling invio materiale e newsletter.

6.2.6 ATTIVITÀ N.6: PROMOZIONE PRESSO PDV

Al fine di creare delle occasioni di incontro con i consumatori e sensibilizzarli sul tema dei prodotti DOP, fornendo loro tutte le informazioni per un consumo nell'ambito della sana e corretta alimentazione, verranno creati degli eventi di degustazione di prodotti DOP europei di qualità in selezionati PDV delle principali città statunitensi e canadesi . Si tratta di eventi /degustazione mirati a dare informazioni ai consumatori direttamente sul luogo dell'acquisto.

Verranno realizzate 990 giornate di degustazione nel triennio e saranno selezionati 80 PDV negli USA e 30 PDV in Canada

Output richiesti

- n. 240 giornate di promozione PDV in USA
- distribuzione n. 48.000 flyer in USA all'anno
- n. 90 giornate in Canada all'anno
- distribuzione n. 18.000 flyer in Canada all'anno

6.2.7 ATTIVITÀ N.7: DEFINIZIONE DELL'IDENTITÀ VISIVA DELLA CAMPAGNA



Creazione di messaggi e immagini coerenti con l'informazione dei regimi di qualità UE e gli obiettivi dell'azione: Awareness e intention to buy.

Output richiesti

Creazione logo, key visual ,payoff ,copy e adattamenti dell'identità visiva del progetto al fine di supportare le attività previste dalla strategia del progetto.

6.2.8 ATTIVITÀ N.8: EXPERTISE MKT WEB LISTENING

L'attività di web listening consente il monitoraggio e la valutazione quotidiana delle conversazioni on line nate intorno ai prodotti DOP oggetto del programma .

- analisi di expertise mkt web listening permetterà di raccogliere e organizzare le informazioni sul topic di:

- buzz (quanto se ne parla)
- sentiment (come se ne parla)
- contenuti (di cosa si parla)

- monitoraggio dei portali web di alcune insegne statunitensi e canadesi delle GDO o di negozi di specialità alimentari che hanno attivato il servizio di shopping on-line con consegna a domicilio o presso specifici punti di raccolta

- elaborazione di informazioni attraverso adeguata raccolta di immagini e compilazione di tabelle di raccolta dati/ referenze circa la presenza di un numero significativo dei prodotti.

Output richiesti

- n.1 attività quotidiana di monitoraggio all' anno
- n.1 attività mensile di analisi qualitative all' anno
- n.3 report quadrimestrali web listening all' anno
- n.1report annual finale 1 all' anno

Per quanto riguarda i costi relativi all'onorario dell'organismo di esecuzione, 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:

Azione	Euro Unità	Quantità	Anno 1	Anno 2	Anno 3
Affitto location e attrezzature per degustazione					
Opinion leader del settore relatore					
Attività di mailing (organizzazio ne spedizione, recall)					
Interprete traduzione simultanea					
Hostess					
Personale di sala					
Buffet					
Spedizione prodotto e materiale					



1. ONERI A CARCO DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE

Sono a carico dell'organismo di esecuzione:

Svolgimento dei Servizi oggetto dell'appalto, in accordo e collaborazione con l'organismo proponente e nell'accettazione integrale e incondizionata del contenuto del presente Capitolato;

Osservanza di ogni indicazione contenuta nel presente capitolato anche se non specificatamente richiamata nel presente articolo, di norme e regolamenti in vigore sia a livello nazionale che comunitario, nonché quelle che venissero eventualmente emanate nel corso del periodo contrattuale (comprese le norme regolamentari le ordinanze municipali), con particolare riguardo a quelle relative all'igiene ed alla sicurezza e comunque attinenti all'oggetto dell'appalto.

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 dell'Unione Europea e con le regole di concorrenza applicabili in materia. Il contraente assume il personale necessario per il controllo e la sorveglianza dell'esecuzione delle azioni previste dal programma

2. MODIFICHE DEL CONTRATTO – VARIAZIONE QUANTITATIVE E QUALITATIVE 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'organismo di esecuzione, il contratto in tutto od in parte riconoscendo all'organismo di esecuzione 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 l'organismo proponente e l'organismo di esecuzione.

3. 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, l'organismo proponente 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.

4. DECADENZA E REVOCA DELL'APPALTO

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

- I. 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;
- II. per manifesta inadempienza degli impegni assunti con il contratto di appalto;
- III. per inosservanza delle linee progettuali presentate e delle eventuali indicazioni integrative in ordine alla qualità del servizio.

5. 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.

6. SPESE CONTRATTUALI

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

14 CONTENZIOSO

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

15 DIRITTI DI PROPRIETA' 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 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 all'organismo proponente 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 proponente 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.