

**CAPITOLATO TECNICO E PROCEDURA DI SELEZIONE  
DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI NEI PAESI  
TERZI**

1 Premessa ed informazioni preliminari . . . . .	3
1.1 Quadro normativo di riferimento . . . . .	3
2.1 Prodotti oggetto di promozione: . . . . .	5
2.2 Organismo appaltante . . . . .	5
2.3 Paesi target . . . . .	5
2.4 Obiettivo generale: . . . . .	5
2.5 Obiettivi specifici del programma: . . . . .	5
2.6 Strategia . . . . .	5
2.7 Pacchetti di lavoro (Work Package - WP) . . . . .	6
2.8 Durata del Programma . . . . .	7
2.9 Inizio dell'attività . . . . .	7
2.10 Budget delle azioni in capo all'Organismo esecutore . . . . .	7
2.11 Indicatori di realizzazione e di risultato del progetto . . . . .	7
3 Oggetto dell'appalto . . . . .	9
3.1 Descrizione generale del servizio . . . . .	9
3.2 Modalità di esecuzione . . . . .	9
3.3 Personale addetto e gruppo di lavoro . . . . .	9
4 Durata del servizio . . . . .	10
5 Tipologia di attività e iniziative previste dal Programma . . . . .	11
6. Requisiti per la partecipazione alla gara . . . . .	18
6.1 Inesistenza di cause di esclusione dalla partecipazione alla Gara . . . . .	18
6.2 Requisiti di capacità economica e finanziaria . . . . .	18
6.3 Requisiti di capacità tecnica e professionale . . . . .	18
7. Commissione giudicatrice e criteri di aggiudicazione . . . . .	19
7.1 – Valutazione e qualità dell'offerta tecnica . . . . .	19
7.2 Valutazione dell'offerta economica . . . . .	21
8 Presentazione delle proposte . . . . .	23
8.1 Modalità di presentazione delle proposte . . . . .	23
8.2 Modalità di apertura delle offerte . . . . .	24
9 Documenti di gara . . . . .	25
9.1 Indicazioni rispetto alle irregolarità della documentazione amministrativa - PEC A . . . . .	25
9.2 Modalità di predisposizione dell'offerta tecnica - PEC B . . . . .	25

9.3 Modalità di predisposizione dell'offerta economica - PEC C	26
10 Gruppo di lavoro	28
11 Obblighi dell'Organismo di esecuzione	28
12 Riservatezza e non divulgazione	29
13 Conflitti di interessi	29
14 Inadempienze e risoluzione	29
15 Rapporti tra l'aggiudicatario e l'Amministrazione dell'Organismo committente	29
16 Controlli	29
17 Spese contrattuali	30
18 Accesso alla documentazione della procedura di selezione	30
19 Contenzioso	30
20 Diritti di proprietà e di utilizzazione	30
21 Trattamento dei dati	31
22 Responsabile unico del procedimento	31

## 1 Premessa ed informazioni preliminari

Il **Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo** (di seguito Organismo appaltante), con sede in Corso Matteotti – Palazzo Corvo, 39100 Ortona (CH) P. IVA 02676390210 e C.F. 94097990215, ha presentato, in qualità di Organismo capofila di un raggruppamento proponente, un **Programma d'informazione e promozione di durata triennale (2023-2024-2025) nei Paesi terzi** a valere sul Regolamento UE n. 1144/2014 del Parlamento Europeo e del Consiglio:

Topic: **AGRIP-SIMPLE-2022-ASIA**

Type of Action: **AGRIP-PJG**

Proposal number: **101095676**

Proposal acronym: **EUTOP-ASIA : TOP Taste Original PDO, high quality products from Europe**

Tale programma è stato approvato con Decisione della Commissione europea "C(2022)7918 final" del 9/11/2022 relativa alla selezione dei programmi semplici per la promozione dei prodotti agricoli per il 2022 a norma del Reg (UE) n. 1144/2014, pubblicata in data 11 Novembre 2022.

### INDICE

ai sensi degli articoli di riferimento del Reg. (UE) n. 1144/2014, del Reg. delegato (UE) n. 2015/1829, del Reg. di esecuzione (UE) n. 2015/1831, un **bando di gara per la selezione, mediante Procedura Competitiva Aperta, di un Organismo di esecuzione** incaricato della realizzazione delle azioni (attività/iniziativa) rivolte al raggiungimento degli obiettivi previsti nell'ambito del Programma che si svolgerà nei seguenti Paesi target: **CINA, GIAPPONE** e riguarda i seguenti prodotti di qualità a denominazione comunitaria:

Codice riconoscimento prodotto d'origine – Numero fascicolo <sup>1</sup>	Prodotto <sup>2</sup>
PDO-IT-A0880	<b>DOC Abruzzo</b>
PDO-IT-A0723	<b>DOC Montepulciano d'Abruzzo</b>
PDO-IT-A0743	<b>DOC Cerasuolo d'Abruzzo</b>
PDO-IT-A0728	<b>DOC Trebbiano d'Abruzzo</b>
PDO-IT-A0883	<b>DOC Villamagna</b>
PDO-IT-0686	<b>FORMAGGIO PIAVE DOP</b>

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

#### 1.1 Quadro normativo di riferimento

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

- Regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 22 ottobre 2014**, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi e che abroga il regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio;
- Regolamento delegato (UE) 2015/1829 della Commissione, del 23 aprile 2015**, che integra il regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi;
- Regolamento di esecuzione (UE) 2015/1831 della Commissione, del 7 ottobre 2015**, recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi;

<sup>1</sup> Fonte: <http://www.dop-igp.eu/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/1>

<sup>2</sup> Fonte: <https://www.qualigeo.eu/>

- **Invito a presentare proposte** pubblicato dall'AGENZIA ESECUTIVA PER LA RICERCA (REA) AGRI SIMPLE 2022 del 20 gennaio 2022;
- **Orientamenti sulla procedura di gara** di cui alla nota della Commissione Europea DDG1.B5/MJ/DB D(2016)321077 del 7 luglio 2016;
- **Orientamenti sulla procedura di gara** di cui al Decreto del Direttore generale Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali - PQAI 05 - Prot. N. 0526288 del 17/10/2022;
- **Decisione della Commissione europea "C(2022)7918 final" del 9/11/2022** relativa alla selezione dei programmi semplici per la promozione dei prodotti agricoli per il 2022 a norma del Reg (UE) n. 1144/2014, pubblicata in data 11 Novembre 2022.

Il **Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo non è un Organismo di diritto pubblico** ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 1, punto 4, della Direttiva 2014/24/UE e, pertanto, come indicato nella normativa sopra citata, non è tenuto ad applicare le norme nazionali che recepiscono le Direttive europee sugli appalti pubblici (in Italia, il Decreto Legislativo 50/2016). L'Ente deve però effettuare la selezione degli Organismi di esecuzione attraverso una procedura di gara aperta nel rispetto dei principi di interesse transfrontaliero, trasparenza, pubblicità, imparzialità, parità di trattamento dei candidati, nonché delle condizioni indicate nei predetti Orientamenti e decisioni della Commissione europea e del Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali.

**Pertanto, la Direttiva 2014/24/UE e il Decreto Legislativo 50/2016 saranno applicati solo se e nella misura in cui siano espressamente richiamati nei documenti di gara** (bando di gara e capitolato tecnico e relativi allegati).

La procedura competitiva garantirà in ogni caso il rispetto dei principi di non discriminazione, parità di trattamento, trasparenza, pubblicità, proporzionalità, chiarezza e coerenza dei criteri di selezione e di aggiudicazione previsti con le finalità delle prestazioni richieste e con il valore delle medesime, miglior rapporto qualità-prezzo e assenza di conflitti d'interessi.

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

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

## 2. Informazioni principali di progetto

### 2.1 Prodotti oggetto di promozione:

Codice riconoscimento prodotto d'origine – Numero fascicolo <sup>3</sup>	Prodotto <sup>4</sup>
PDO-IT-A0880	DOC Abruzzo
PDO-IT-A0723	DOC Montepulciano d'Abruzzo
PDO-IT-A0743	DOC Cerasuolo d'Abruzzo
PDO-IT-A0728	DOC Trebbiano d'Abruzzo
PDO-IT-A0883	DOC Villamagna
PDO-IT-0686	FORMAGGIO PIAVE DOP

### 2.2 Organismo appaltante

Organismo appaltante è il **Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo** (in qualità di organizzazione capofila del partenariato di progetto composto dallo stesso Ente, dal Consorzio per la Tutela Formaggio Piave DOP).

### 2.3 Paesi target

I Paesi target del progetto sono i seguenti: **Cina, Giappone**.

### 2.4 Obiettivo generale:

Il programma nasce con l'obiettivo di promuovere l'agroalimentare europeo, mediante la valorizzazione dei prodotti testimonial scelti, vino e formaggio, in due mercati strategici come quello cinese e giapponese. Gli obiettivi del presente progetto sono conformi agli obiettivi dell' Art. 2 del Reg. (UE) 1144/2014, in quanto rafforzano la consapevolezza e il riconoscimento dei regimi di qualità dell' UE, aumentandone il consumo al di fuori dell'Europa, e dell'Art. 3 del medesimo Reg., in quanto mettono in evidenza la qualità e l' autenticità dei prodotti agricoli comunitari, garantite dalle Indicazioni Geografiche, soprattutto sul piano della sicurezza alimentare, dell' autenticità, dell' etichettatura, degli aspetti nutrizionali e relativamente alle caratteristiche intrinseche dei vini d' Abruzzo DOC e formaggio Piave DOP, in termini di qualità sapore, diversità e tradizioni.

### 2.5 Obiettivi specifici del programma:

Il programma promozionale si pone i seguenti obiettivi specifici che concorrono complessivamente al raggiungimento dell'obiettivo generale sopra definito:

- 1) consolidare l'export e il posizionamento dei prodotti europei protagonisti dalla campagna in Cina e Giappone
- 2) migliorare il riconoscimento del marchio DOP e dei valori ad esso associati, in Cina e Giappone attraverso azioni e canali mirati, attuali ed efficaci rivolti sia al trade che ai consumatori (mix di attività B2B e B2C).

### 2.6 Strategia

Il paniere di prodotti di qualità EUTOP-ASIA ha indicato nella proposta progettuale approvata una strategia promozionale globale orientata ad evidenziare la qualità dei prodotti Made in Europe e del paniere oggetto di promozione. La strategia deve essere personalizzata sui rispettivi mercati target e gruppi di destinatari.

<sup>3</sup> Fonte: <http://www.dop-igp.eu/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/1>

<sup>4</sup> Fonte: <https://www.qualigeo.eu/>

La strategia dell'azione prevede una serie di attività, strutturate su 3 anni, integrate e sinergiche sui 3 diversi target individuati come prioritari nei 2 mercati obiettivo: trade, press e consumer.

Una maggior profilazione dei target e la scelta di rivolgersi, in Cina, prevalentemente alle donne o di non poter prescindere da attività di incontro diretto con il consumatore in Giappone sono frutto, ad esempio, di quanto appreso dal precedente progetto e dell'evoluzione delle abitudini di acquisto rilevate dall'analisi di mercato. La strategia del progetto "T.O.P. Taste Original PDO high quality products from Europe" si basa su questi presupposti, ha al centro il messaggio unitario della valorizzazione delle produzioni DOP dell'Unione ed è diversificata e "tailor-made" sui due diversi paesi obiettivo che presentano profonde differenze culturali e valoriali.

Target: Trade, Media, Consumers (China: donne Millennial residenti nelle città Tier 1 ; Giappone: ai Millennial (Yutori) residenti nelle prime 5 città per popolazione)

## **2.7 Pacchetti di lavoro (Work Package - WP)**

Di seguito si riportano i WP e le attività del progetto, secondo le modalità descritte in dettaglio all'interno del capitolato tecnico:

- WP2 – Pubbliche relazioni;
- WP3 – Web site, Social media;
- WP4 – Pubblicità;
- WP5 – Strumenti di comunicazione;
- WP6 – Eventi;
- WP7 – Promozione presso i punti vendita.

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

## 2.8 Durata del Programma

La campagna promozionale prevede una durata di 36 mesi (3 fasi annuali).

## 2.9 Inizio dell'attività

Le attività avranno come avvio indicativo febbraio/marzo 2023.

## 2.10 Budget delle azioni in capo all'Organismo esecutore

Si precisa che i soggetti interessati a partecipare al presente bando di gara dovranno **presentare un'offerta** prendendo in considerazione il **budget complessivo pari a € 1.862.692 (IVA esclusa)**, comprensivo dei **costi relativi alla realizzazione delle attività di progetto e del compenso dell'organismo di esecuzione** (onorario dell'operatore economico). La ripartizione prevista del budget sui Paesi target è la seguente:

Paese target	Importo (€)
CINA	822.725 €
GIAPPONE	1.039.967 €
<b>TOTALE</b>	<b>1.862.692 €</b>

## 2.11 Indicatori di realizzazione e di risultato del progetto

Di seguito, si riporta la tabella indicatori di realizzazione e di risultato inseriti nella proposta progettuale approvata. Tale tabella di indicatori deve essere di riferimento nella predisposizione dell'offerta tecnica che contenere **indicazione dei KPI attesi**, in quanto il programma di promozione alla conclusione dei tre anni dovrà conseguire i risultati di seguito indicati. Qualora la proposta dell'offerente individui indicatori diversi si prega di dettagliarli e fornire una giustificazione oggettiva.

Indicatori di realizzazione e di risultato		
WP	Indicatori di realizzazione	Indicatori di risultato
Pacchetto di lavoro 1	12 meeting trimestrali 3 report annuali	Oltre 90% di rispondenza degli indicatori con quanto previsto a progetto
Pacchetto di lavoro 2	1 Database stampa in Cina 1 Database stampa in Giappone 12 comunicati stampa inviati in Cina 15 comunicati stampa inviati in Giappone 5 Press event in Cina 7 Press event in Giappone 1 Ambassador coinvolto in Cina	1.500 contatti di giornalisti in Cina 1.500 contatti di giornalisti in Giappone 130 articoli non a pagamento in Cina 180 articoli non a pagamento in Giappone 100 partecipanti ai press event in Cina 126 Partecipanti ai press event in Giappone 6 tasting tenuti dal Brand Ambassador
Pacchetto di lavoro 3	2 siti web con dominio .cn e .eu (redirect)	30.000 visitatori del sito web
	1 account Wechat in Cina 1 account Instagram in Giappone	6.000 follower dei canali social in Cina 9.000 follower dei canali social in Giappone
	3 webinar per operatori e wine club in Cina 3 webinar per consumatori in Cina 1 webinar formativi per operatori in Giappone 3 webinar per consumatori in Giappone	330 operatori ai webinar in Cina 600 visualizzazioni webinar in Cina cad 60 operatori ai webinar in Giappone 600 visualizzazioni webinar in Giappone cad
Pacchetto di lavoro 4	3 campagne adv sui social in Cina 1 sponsorship con KOL in Cina 3 campagne adv sui social in Giappone	1.650.000 impression adv online in Cina 1.500.000 impression dal KOL in Cina 15.000.000 impression adv in Giappone
Pacchetto di lavoro 5	identità visiva di progetto (logo e visual) 2 Photoshooting	95% di corrispondenza dei materiali ai messaggi

	<p>ricettari digitali  4 roll-up  25.000 flyer in Cina; 180.000 flyer in Giappone 700  grebbiuli  200 Bento box per la stampa in Giappone 520 desk  totem  3 Video</p>	<p>della campagna</p> <p>100% di materiale distribuito</p> <p>70 proiezioni dei video durante gli eventi</p>
Pacchetto di lavoro 6	<p>2 partecipazioni Interwine in Cina  2 partecipazioni a Vinitaly Chengdu in Cina 2  partecipazioni a Foodex in Giappone  2 B2B per operatori in Giappone  9 Masterclass per operatori in Cina  11 Masterclass per operatori in Giappone 2 Walk  Around tasting in Giappone  480 ristoranti coinvolti nelle restaurant weeks 3  mesi di promozione  6 study trip per stampa e operatori cinesi  6 study trp per stampa e operatori giapponesi  1 partecipazione al Wine Festival Jing'an Shanghai</p>	<p>1200 operatori incontrati alle fiere in Cina</p> <p>450 operatori incontrati a Foodex Giappone 20  operatori ai B2B meetings Giappone 180  operatori alle Masterclass in Cina  220 operatori alle Masterclass in Giappone 100  operatori ai walk around tasting  102.000 consumatori Giapponesi che hanno  provato le ricette  30 partecipanti ai tour dalla Cina  36 partecipanti ai tour dal Giappone  5.000 Consumatori incontrati al Wine Festival  Jing'an di Shanghai</p>
Pacchetto di lavoro 7	<p>40 giornate di promozione nei POS in Giappone  4 POS coinvolti nella promozione</p>	<p>24.000 consumatori raggiunti in Giappone</p>





## CAPITOLATO TECNICO

### 3 Oggetto dell'appalto

#### 3.1 Descrizione generale del servizio

Il servizio consiste nell'esecuzione di una parte del Programma di informazione e promozione denominato **EUTOP-ASIA: T.O.P. Taste Original PDO high quality products from Europe**

L'Organismo di esecuzione dovrà quindi assicurare:

- lo sviluppo progettuale e svolgimento delle parti concordate del Programma di durata triennale, a partire dalla sottoscrizione del contratto e in coordinamento con i beneficiari;
- l'attivazione operativa delle azioni e delle attività promozionali previste per il periodo stabilito dal Programma, sulla base degli obiettivi previsti dalla strategia di comunicazione, e finalizzata al raggiungimento dei risultati e dell'impatto previsti, anche attraverso il monitoraggio costante delle attività realizzate e dei relativi effetti sempre in costante coordinamento con i beneficiari;
- la gestione finanziario-amministrativa delle parti concordate del Programma, comprensiva delle relazioni tecniche periodiche e della relazione tecnica finale e tutta la documentazione necessaria per la rendicontazione.

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

#### 3.2 Modalità di esecuzione

L'Organismo di esecuzione deve costituire e disporre, per la durata del contratto, di un Gruppo di lavoro, nel rispetto dei requisiti di partecipazione, che è incaricato di gestire e attuare il Programma. Tutte le attività del Gruppo di lavoro devono essere concordate e condivise con l'Organismo appaltante.

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

#### 3.3 Personale addetto e gruppo di lavoro

L'Organismo di esecuzione deve assicurare le prestazioni inerenti ai servizi in affidamento con personale integrato con legittimi rapporti di lavoro e avente i requisiti professionali e tecnici adeguati all'impiego e alla realizzazione del progetto. Il gruppo di lavoro deve essere caratterizzato da un approccio organizzativo flessibile per rispondere alle variazioni e/o imprevisti che potranno determinarsi nel corso dello svolgimento delle attività.



In particolare, lo staff dedicato dovrà possedere soprattutto una gamma di competenze nei seguenti ambiti, elencati a titolo esemplificativo e non esaustivo: comunicazione, organizzazione di eventi e fiere, conoscenza ed esperienza di attività svolte in relazione ai mercati dei paesi target, ufficio stampa, project management, digital web e social management, grafica, etc. In particolare, deve essere in grado di definire gli obiettivi quantitativi a priori e proporre progetti coerenti a questi. Inoltre, l'Organismo di esecuzione deve prevedere un adeguato monitoraggio dei risultati.

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

- a) costituire e rendere disponibile un adeguato team di progetto (le persone che si occuperanno direttamente del lavoro da svolgere), nel rispetto dei requisiti di partecipazione, che verrà definito d'accordo con i beneficiari;
- b) concordare e condividere tutte le attività del team con l'Organismo appaltante;
- c) adibire al servizio personale idoneo, di provata capacità, onestà, moralità e di provata riservatezza il quale dovrà mantenere il più assoluto riserbo su quanto sia venuto a conoscere nell'espletamento del servizio;
- d) garantire la stabilità e la continuità del servizio in ogni circostanza, assicurando personale quantitativamente e qualitativamente adeguato alle necessità e nel rispetto dei contenuti dell'offerta tecnica;
- e) rispettare, nei confronti del proprio personale, i contratti di lavoro relativi al trattamento salariale, normativo, previdenziale ed assicurativo;
- f) prevedere un Referente di progetto che presenzi alle riunioni di monitoraggio presso la sede del committente (queste avranno una periodicità definita dal committente), per dare supporto operativo alle attività del Programma;
- g) predisporre tutti i possibili mezzi di comunicazione che possano semplificare il coordinamento, monitoraggio e controllo del Programma.

#### **4 Durata del servizio**

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

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

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

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



## 5 Tipologia di attività e iniziative previste dal Programma

Si riportano di seguito le attività previste e il relativo budget (iva esclusa). Si precisa che non sono previsti spostamenti di budget nè tra WP, né tra attività.

<b>Pacchetto di lavoro 2: Public relations</b>			
<b>Obiettivi</b>			
1) consolidare l'export e il posizionamento dei prodotti europei protagonisti dalla campagna in Cina e Giappone 2) migliorare il riconoscimento del marchio DOP e dei valori ad esso associati, in Cina e Giappone attraverso azioni e canali mirati, attuali ed efficaci rivolti sia al trade che ai consumatori (mix di attività B2B e B2C).			
<b>Attività 2.1 – Continuous PR activities (PR Office)</b>			
Sarà attivato un ufficio stampa dedicato alla campagna specifico per ciascun Paese, rivolto ai media sia trade che consumer (M6-36). L'attività prevede: creazione di una mailing list profilata (1 Cina + 1 Giappone), aggiornata ogni anno per i 2 paesi; creazione di un press kit (1 Cina + 1 Giappone); invio di comunicati stampa (N°4 Cina e N°5 Giappone per ogni anno), secondo un piano editoriale prestabilito. I contenuti saranno in lingua cinese e giapponese. L'ufficio stampa sarà anche responsabile delle PR continuative con i principali rappresentanti dei media. In GIAPPONE, è stato inoltre ideato un cadeau. Alla fine di ogni annualità verrà realizzata la rassegna stampa (online/offline).			
<b>Attività 2.2 - PR: Brand Ambassador</b>			
Solo in Cina verrà previsto il coinvolgimento di una brand Ambassador (M6-36), che si occuperà in particolare della docenza alle Masterclass ma potrà anche affiancare/sostituire in alcuni eventi e occasioni specifiche di PR le organizzazioni proponenti.			
<b>Attività 2.3 – Eventi stampa</b>			
In entrambi i paesi verranno organizzati eventi stampa (per circa 20 ospiti selezionati cad evento), allo scopo di presentare la campagna e stringere nuovi rapporti. Gli eventi si terranno ogni anno in città target diverse, in entrambi i paesi. Gli eventi saranno previsti in Cina a Shanghai (M10), Guangzhou (M16; M28), a Pechino (M20) e a Shenzhen (M32). In Giappone gli eventi saranno previsti a Tokyo (M10; M22; M31), Osaka (M8; M16; M31), Yokohama (M8).			
<b>Prodotti/servizi da fornire e bilancio stimato</b>			
<b>Calendario</b>	<b>ANNO 1</b>	<b>ANNO 2</b>	<b>ANNO 3</b>
Prodotti/servizi da fornire	1 Press kit Cina; 1 Press kit Giappone 1 Database press trade/consumer Cina 1 Database press trade/consumer Giappone 4 comunicati stampa inviati in Cina 5 comunicati stampa inviati in Giappone 1 Rassegna stampa in Cina 1 Rassegna stampa in Giappone 1 Brand Ambassador Cina 1 Evento Stampa Cina 3 Eventi Stampa Giappone	Aggiornamento Press kit Cina/Giappone Aggiornamento Database Cina/Giappone 4 comunicati stampa inviati in Cina 5 comunicati stampa inviati in Giappone 1 Rassegna stampa in Cina 1 Rassegna stampa in Giappone 1 Brand Ambassador Cina 2 Eventi Stampa Cina 2 Eventi Stampa Giappone	Aggiornamento Press kit Cina/Giappone Aggiornamento Database Cina/Giappone 4 comunicati stampa inviati in Cina 5 comunicati stampa inviati in Giappone 1 Rassegna stampa in Cina 1 Rassegna stampa in Giappone 1 Brand Ambassador Cina 2 Eventi Stampa Cina 2 Eventi Stampa Giappone
<b>Sub per l'attività 2.1</b>	<b>CINA: 16.385,00 GIAPPONE: 17.515,00</b>	<b>CINA: 14.125,00 GIAPPONE: 15.255,00</b>	<b>CINA: 14.125,00 GIAPPONE: 15.255,00</b>
<b>Sub per l'attività 2.2</b>	<b>CINA: 14.690,00 € GIAPPONE: - €</b>	<b>CINA: 14.690,00 € GIAPPONE: - €</b>	<b>CINA: 14.690,00 € GIAPPONE: - €</b>



<b>Sub per l'attività 2.3</b>	CINA: 12.656,00 € GIAPPONE: 37.900,00 €	CINA: 25.312,00 € GIAPPONE: 25.266,80 €	CINA: 25.312,00 € GIAPPONE: 25.266,80 €
<b>Totale per il pacchetto di lavoro 2</b>	CINA: 43.731,00 € GIAPPONE: 55.415,00 € TOTALE: 99.146,00 €	CINA: 54.127,00 € GIAPPONE: 40.521,80 € TOTALE: 94.648,80 €	CINA: 54.127,00 € GIAPPONE: 40.521,80 € TOTALE: 94.648,80 €



**Pacchetto di lavoro 3: SITO WEB SOCIAL**

**Obiettivi**

- 1) consolidare l'export e il posizionamento dei prodotti europei protagonisti dalla campagna in Cina e Giappone
- 2) migliorare il riconoscimento del marchio DOP e dei valori ad esso associati, in Cina e Giappone attraverso azioni e canali mirati, attuali ed efficaci rivolti sia al trade che ai consumatori (mix di attività B2B e B2C).

**Attività 3.1 – Sito Web**

Verranno realizzati n°2 siti web dedicati al progetto. In Cina, per le leggi cinesi sarà necessario creare un dominio dedicato registrato nel Paese (.cn), collegato al sito in versione Giapponese avrà invece dominio "eu". In Giappone i testi saranno redatti in ottica SEO, per potenziarne il posizionamento e supportare le campagne SEM. Google Analytics fornirà tutti i dati statistici per monitorare l'attività del sito web. In Cina il posizionamento verrà favorito (su specifiche parole chiave) anche dall'ADV su Baidu.

**Attività 3.2 – Social Media**

Saranno attivati Instagram (Giappone) e Wechat (Cina), animati fino al termine della campagna. I social faranno parte di una strategia digitale integrata, col sito web e l'adv online. verranno pubblicati almeno 1 post e 2 stories a settimana.

**Attività 3.3 – Altro: Webinar**

In entrambi i paesi verranno previsti webinar online destinati sia al pubblico che agli operatori. In Cina quest'ultimo, sarà rivolto principalmente al Wine Club sui vini d'Abruzzo, già esistente grazie al precedente progetto e che al momento conta circa 110 operatori. In Giappone, ci si propone di raggiungere (circa 30 per ogni evento). Per i consumatori, l'idea alla base del webinar ha lo scopo di educarli su come includere vini e formaggi europei nelle loro pratiche alimentari quotidiane e per incentivarli a sviluppare un legame tra attenzione all'alimentazione e stile di vita.

**Prodotti/servizi da fornire e bilancio stimato**

Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	2 siti web in Cinese e Giapponese con relativi domini .cn e .eu costantemente aggiornati 1 canale social in Cina (Wechat) 1 canale social in Giappone (Instagram) 2 PED e animazione dei canali social (1 Cina 1 Giappone) 1 webinar per operatori e 1 per consumatori in Cina 1 webinar per operatori e 1 per consumatori in Giappone	Aggiornamento 2 siti web in 2 lingue 2 PED e animazione dei canali social 1 webinar per operatori e 1 per consumatori in Cina 1 webinar per consumatori in Giappone	Aggiornamento 2 siti web in 2 lingue 2 PED e animazione dei canali social 1 webinar per operatori e 1 per consumatori in Cina 1 webinar per consumatori in Giappone
Sub per l'attività 3.1	CINA: 13.560,00 GIAPPONE: 6.780,00	CINA: 6.780,00 GIAPPONE: 2.825,00	CINA: 6.780,00 GIAPPONE: 2.825,00
Sub per l'attività 3.2	CINA: 13.560,00 GIAPPONE: 12.430,00	CINA: 20.340,00 GIAPPONE: 15.820,00	CINA: 20.340,00 GIAPPONE: 15.820,00
Sub per l'attività 3.3	CINA: 16.950,00 GIAPPONE: 16.950,00	CINA: 16.950,00 GIAPPONE: 7.910,00	CINA: 16.950,00 GIAPPONE: 7.910,00
Totale per il pacchetto di lavoro 3	CINA: 44.070,00 € GIAPPONE: 36.160,00 € TOTALE: 80.230,00 €	CINA: 44.070,00 € GIAPPONE: 26.555,00 € TOTALE: 70.625,00 €	CINA: 44.070,00 € GIAPPONE: 26.555,00 € TOTALE: 70.625,00 €



#### Pacchetto di lavoro 4: ADVERTISING

##### Obiettivi

- 1) consolidare l'export e il posizionamento dei prodotti europei protagonisti dalla campagna in Cina e Giappone
- 2) migliorare il riconoscimento del marchio DOP e dei valori ad esso associati, in Cina e Giappone attraverso azioni e canali mirati, attuali ed efficaci rivolti sia al trade che ai consumatori (mix di attività B2B e B2C).

##### Attività 4.1 – Adv Online

Adv online continuativa su Instagram (in Giappone) e Baidu e Wechat (Cina). Ogni annuncio sarà creato tenendo conto degli obiettivi e sarà indirizzato ad un target definito. Questo permetterà di raggiungere oltre 3.000.000 di impression in Cina e 15.000.000 in Giappone. Inoltre, in CINA, per massimizzare aumentare l'awareness verrà avviata una sponsorship con 1 KOL.

##### Prodotti/servizi da fornire e bilancio stimato

Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	1 campagna online (Wechat e Baidu) continuativa in Cina 1 campagna online (Instagram) in Giappone 1 sponsorship con KOL	1 campagna online (Wechat e Baidu) continuativa in Cina 1 campagna online (Instagram) in Giappone 1 sponsorship con KOL	1 campagna online (Wechat e Baidu) continuativa in Cina 1 campagna online (Instagram) in Giappone 1 sponsorship con KOL
Sub per l'attività 4.1	CINA: 67.800,00 GIAPPONE: 19.775,00	CINA: 65.540,00 GIAPPONE: 19.775,00	CINA: 65.540,00 GIAPPONE: 19.775,00
Totale per il pacchetto di lavoro 4	CINA: 67.800,00 € GIAPPONE: 19.775,00 € TOTALE: 87.575,00 €	CINA: 65.540,00 € GIAPPONE: 19.775,00 € TOTALE: 85.315,00 €	CINA: 65.540,00 € GIAPPONE: 19.775,00 € TOTALE: 85.315,00 €

#### Pacchetto di lavoro 5: COMMUNICATION TOOLS

##### Obiettivi

- 2) migliorare il riconoscimento del marchio DOP e dei valori ad esso associati, in Cina e Giappone attraverso azioni e canali mirati, attuali ed efficaci rivolti sia al trade che ai consumatori (mix di attività B2B e B2C).

##### Attività 5.1 – Identità visiva, pubblicazioni, gadget, photoshooting

Verranno creati un logo e un visual per i due mercati. È poi prevista la realizzazione di: shooting fotografici (uno per paese) - ricettari digitali - Roll-up e totem A4 da tavolo - flyer per i consumatori da distribuire durante gli eventi in presenza –Gadget per i giornalisti giapponesi, Grembiuli customizzati per gli operatori incontrati.

##### Attività 5.2 – Video

Verrà ideato e prodotto 1 video istituzionale di circa 120" sui messaggi della campagna e sul il valore aggiunto della DOP. Verranno inoltre realizzati 2 short videos sui singoli prodotti, dal taglio formativo.

##### Prodotti/servizi da fornire e bilancio stimato

Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	1 logo e 1 visual 2 shooting e 2 ricettari digitali 45.000 flyer 200 bento box; 700 grembiuli 160 desk totem; 4 roll-up 3 video sottotitolati in doppia	110.000 flyer 200 desk totem	50.000 flyer 160 desk totem



	lingua		
Sub per l'attività 5.1	CINA: 38.843,75 € GIAPPONE: 49.556,15 €	CINA: 2.373,00 € GIAPPONE: 15.142,00 €	CINA: 791,00 € GIAPPONE: 7.209,40 €
Sub per l'attività 5.2	CINA: 14.125,00 € GIAPPONE: 14.125,00 €	CINA: - € GIAPPONE: - €	CINA: - € GIAPPONE: - €
Totale per il pacchetto di lavoro 5	CINA: 52.968,75 € GIAPPONE: 63.681,15 € TOTALE: 116.649,90 €	CINA: 2.373,00 € GIAPPONE: 15.142,00 € TOTALE: 17.515,00 €	CINA: 791,00 € GIAPPONE: 7.209,40 € TOTALE: 8.000,40 €

Pacchetto di lavoro 6: EVENTI			
Obiettivi			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) consolidare l'export e il posizionamento dei prodotti europei protagonisti dalla campagna in Cina e Giappone</li> <li>2) migliorare il riconoscimento del marchio DOP e dei valori ad esso associati, in Cina e Giappone attraverso azioni e canali mirati, attuali ed efficaci rivolti sia al trade che ai consumatori (mix di attività B2B e B2C).</li> </ol>			
Attività 6.1 – Fiere: Interwine, Vinitaly e Foodex			
Sono state selezionate in entrambi i paesi le maggiori fiere di settore rivolte al target trade, pianificate a partire dal secondo anno. Il progetto prevede la partecipazione a INTEWINE e VINITALY CHENGDU in Cina e FOODEX in Giappone. In tutte le fiere selezionate, la partecipazione includerà uno stand dedicato (di 24 mq a Intewine, di 10mq a Vinitaly e di 35 mq a Foodex) e l'inserimento nel Catalogo Ufficiale della fiera.			
Attività 6.2 – Seminari, Masterclass, Walk around tasting, B2B			
Nel progetto, verranno organizzati in Giappone, B2B online, ovvero incontri online su piattaforma zoom tra le aziende associate ai 2 consorzi o i loro rappresentanti e gli agenti di distribuzione giapponesi, e saranno previsti sia il 2° anno che il 3° anno. In entrambi i paesi verranno organizzate anche Masterclass per sommelier, chef, distributori enogastronomici e importatori con lo scopo di educare e informare il gruppo target sui metodi di produzione dell'UE e sul valore delle certificazioni DOP. In Giappone, il secondo e terzo anno, verranno realizzati dei Walk around tasting per facilitare un contatto one-to-one con gli operatori.			
Attività 6.3 – Restaurant Weeks			
L'attività di promozione dei prodotti nei ristoranti sarà realizzata solo in GIAPPONE e verranno coinvolti ogni anno almeno 160 ristoranti per 1 mese, con l'inserimento all'interno dei menù, di una ricetta originale a base dei prodotti DOP protagonisti della campagna. L'attività sarà rafforzata dalla realizzazione di appositi materiali di supporto, tra cui flyer che presenteranno la campagna ed un Menù dedicato.			
Attività 6.4 – Study Trip			
CINA e GIAPPONE: Ogni anno (M7;9; M17;21; M29;33), 5/6 selezionati operatori del trade e influenti giornalisti per ogni paese, verranno invitati per un tour di 4/5 giorni nei territori di produzione delle OP. Il tour sarà fortemente incentrato sulla qualità dell'experience e prevederà diversi momenti tra cui: visite guidate ai territori ed agli stabilimenti di produzione ed incontri con gli operatori. Non potranno mancare speciali laboratori culinari con i prodotti della campagna. Per massimizzarne l'impatto e la ricaduta dello study trip verrà elaborata una coerente strategia mediatica online dedicata agli utenti web, tramite cross posting, dirette sui social, così da creare maggiore engagement rate del tour.			
Attività 6.5 – Altri eventi: Wine Festival			
CINA: il Wine Festival di Shanghai è un importante e frequentato evento rivolto agli appassionati che si svolge ogni anno, in autunno. Anche se la strategia in Cina prevede di raggiungere il consumatore prevalentemente online, tale manifestazione è stata selezionata perché particolarmente frequentata dai Millennial e perché considerata un'ottima vetrina per i prodotti del progetto. La partecipazione è prevista nell'anno 2 (M20) con uno spazio di 9MQ.			
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da	3 Masterclass per operatori in	1 partecipazione Interwine in	1 partecipazione Interwine in Cina



fornire	Cina 3 Masterclass per operatori in Giappone 160 ristoranti coinvolti nelle restaurant weeks 1 mese di promozione nelle restaurant week 2 study trip per stampa e operatori cinesi 2 study trp per stampa e operatori giapponesi	Cina 1 partecipazione a Vinitaly Chengdu in Cina 1 partecipazione a Foodex in Giappone 1 B2B per operatori in Giappone 3 Masterclass per operatori in Cina 4 Masterclass per operatori in Giappone 1 Walk Around tasting in Giappone 160 ristoranti coinvolti nelle restaurant weeks 1 mese di promozione nelle restaurant week 2 study trip per stampa e operatori cinesi 2 study trip per stampa e operatori giapponesi 1 partecipaz. al Wine Festival Jing'an	1 partecipazione a Vinitaly Chengdu in Cina 1 partecipazione a Foodex in Giappone 1 B2B per operatori in Giappone 3 Masterclass per operatori in Cina 4 Masterclass per operatori in Giappone 1 Walk Around tasting in Giappone 160 ristoranti coinvolti nelle restaurant weeks 1 mese di promozione nelle restaurant week 2 study trip per stampa e operatori cinesi 2 study trp per stampa e operatori giapponesi
Sub per l'attività 6.1	CINA: - € GIAPPONE: - €	CINA: 30.510,00 € GIAPPONE: 52.319,00 €	CINA: 30.510,00 € GIAPPONE: 52.319,00 €
Sub per l'attività 6.2	CINA: 36.273,00 € GIAPPONE: 35.357,70 €	CINA: 36.273,00 € GIAPPONE: 98.841,10 €	CINA: 36.273,00 € GIAPPONE: 98.841,10 €
Sub per l'attività 6.3	CINA: - € GIAPPONE: 54.296,50 €	CINA: - € GIAPPONE: 54.296,50 €	CINA: - € GIAPPONE: 54.296,50 €
Sub per l'attività 6.4	CINA: 33.448,00 € GIAPPONE: 37.685,50 €	CINA: 33.448,00 € GIAPPONE: 37.685,50 €	CINA: 33.448,00 € GIAPPONE: 37.685,50 €
Sub per l'attività 6.5	CINA: - € GIAPPONE: - €	CINA: 13.334,00 € GIAPPONE: - €	CINA: - € GIAPPONE: - €
Totale per il pacchetto di lavoro 6	CINA: 69.721,00 € GIAPPONE: 127.339,70 € € TOTALE: 197.060,70 €	CINA: 113.565,00 € GIAPPONE: 243.142,10 € TOTALE: 356.707,10 €	CINA: 100.231,00 € GIAPPONE: 243.142,10 € TOTALE: 343.373,10 €

#### Pacchetto di lavoro 7: PROMOZIONE NEI PUNTI VENDITA

##### Obiettivi

- 1) consolidare l'export e il posizionamento dei prodotti europei protagonisti dalla campagna in Cina e Giappone
- 2) migliorare il riconoscimento del marchio DOP e dei valori ad esso associati, in Cina e Giappone attraverso azioni e canali mirati, attuali ed efficaci rivolti sia al trade che ai consumatori (mix di attività B2B e B2C).

##### Attività 7.1 – Giornate di degustazione

In GIAPPONE verranno individuati 4 dep. store che possono correttamente veicolare i messaggi del progetto. Il periodo identificato è il mese di





maggio già dedicato in alcuni di questi department store all'Italia. In particolare: ISETAN SINJUKU di Tokyo che ospiterà la campagna presso il Wine Grocery al primo piano; MITSUKOSHI NOHINBASHI di Tokyo che riserverà uno stand al progetto nell'ambito "Italy Exhibition" ospitata regolarmente a maggio; WINESTORE WASSYS (Osaka) dove la campagna sarà ospitata nel wine shop con la maggiore influenza dell'area di Osaka e VINS ET FORMAGES AROME (Tokyo), che realizzerà uno speciale wine corner nel supermarket adiacente. Si lascia comunque aperta la possibilità di ampliare la collaborazione ad altre insegne con cui si dovessero concludere nuovi accordi commerciali nel corso del triennio. L'attività prevede la creazione di veri e propri punti informativi, per una media di almeno 10 gg di promozione cad. insegna attraverso l'installazione di desk. A supporto, verranno attivate ogni anno Campagne Advertising Online su Instagram.

**Prodotti/servizi da fornire e bilancio stimato**

Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire		40 giornate di promozione nei POS in Giappone 4 POS coinvolti nella promozione	
Sub per l'attività 7.1	CINA: - € GIAPPONE: - €	CINA: - € GIAPPONE: 55.257,00 €	CINA: - € GIAPPONE: - €
Totale per il pacchetto di lavoro	CINA: - € GIAPPONE: - € TOTALE: - €	CINA: - € GIAPPONE: 55.257,00 € TOTALE: 55.257,00 €	CINA: - € GIAPPONE: - € TOTALE: - €



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

### 6. Requisiti per la partecipazione alla gara

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

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

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

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

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

#### 6.2 Requisiti di capacità economica e finanziaria

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

- deve aver realizzato, nel triennio-2019-2020-2021, un fatturato globale complessivamente non inferiore a Euro 2.000.000€ (in lettere: Euro duemilioni/00) al netto dell'IVA, risultante dalle dichiarazioni IVA o imposta equivalente in ambito UE;
- deve allegare la dichiarazione dell'Istituto Bancario di possesso da parte dell'operatore economico dei mezzi finanziari necessari per garantire l'esecuzione delle azioni previste dal Programma (idonee referenze bancarie);
- deve allegare copia dell'ultimo bilancio approvato e/o dichiarazione IVA;
- deve allegare la visura CCIAA oppure iscrizione in un registro commerciale tenuto nello Stato membro in cui l'operatore economico ha sede.

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

#### 6.3 Requisiti di capacità tecnica e professionale

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

- aver realizzato, nel triennio -2019-2020-2021, servizi analoghi a quelli oggetto della gara per un importo non inferiore complessivamente ad Euro 1.500.000€ (in lettere: Euro unmilione cinquecentomila/00) al netto dell'IVA;

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

- attività di gestione di progetti di promozione internazionale (compresa organizzazione della partecipazione a Fiere internazionali);



- se nella propria esperienza, attività di svolgimento, gestione e rendicontazione di programmi a contribuzione pubblica;
  - attività di organizzazione di eventi ed incoming;
  - attività di gestione di ufficio stampa;
  - attività di comunicazione e PR;
  - realizzazione di materiale informativo;
  - realizzazione di video promozionali ed educativi;
  - attività promozionali nel settore agroalimentare.
- 
- allegare l'elenco dei principali servizi svolti (CV aziendale);
  - allegare i CV del personale impiegato, nell'eventuale esecuzione del Programma, dai quali si evinca una comprovata esperienza in servizi analoghi a quelli oggetto della gara.

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (**Allegato B**) firmata dal Legale Rappresentante dell'operatore economico offerente e l'invio dei CV delle figure professionali previste nell'esecuzione dell'incarico. Tali requisiti devono essere posseduti dall'operatore economico o dal raggruppamento temporaneo d'impresе nel suo complesso, fatto salvo che in tale ultimo caso la mandataria in ogni caso deve possedere i requisiti ed eseguire le prestazioni in misura maggioritaria.

## 7. Commissione giudicatrice e criteri di aggiudicazione

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

La Commissione giudicatrice è responsabile della valutazione delle offerte tecniche ed economiche dei concorrenti.

Il RUP si avvale dell'ausilio della commissione giudicatrice ai fini della verifica della documentazione prodotta e dell'anomalia delle offerte.

L'appalto è aggiudicato in base al **criterio dell'offerta con il miglior rapporto qualità/prezzo**, secondo la ripartizione dei punteggi di seguito descritta, ma tenendo conto anche dei criteri di qualità.

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

1) QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA: max punti 85	TOTALE PUNTEGGIO ATTRIBUIBILE: max punti 100
2) OFFERTA ECONOMICA: max punti 15	

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

### 7.1 – Valutazione e qualità dell'offerta tecnica

Il punteggio tecnico di **massimo 85 punti** sarà attribuito sulla base della chiarezza, della completezza e della coerenza rispetto a quanto richiesto negli atti di gara, in applicazione dei seguenti criteri e sottocriteri valutati come indicati dalla seguente tabella.



<b>OFFERTA TECNICA: MASSIMO 85 PUNTI</b>		
<b>Criteria</b>	<b>Sottocriteri</b>	<b>Punteggio massimo</b>
1. QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA - STRATEGIA COMPLESSIVA	Coerenza tra la strategia complessiva progettuale e le singole attività proposte	Fino a 7 punti
	Adeguatezza della proposta in termini di coerenza con gli obiettivi della campagna e rispetto alle tempistiche della programmazione	Fino a 7 punti
		<b>Massimo 14</b>
2. QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA - PROPOSTA GRAFICA E DEL CONCEPT	Grado di creatività nell'ideazione di almeno n. 2 proposte di identità visiva della campagna (n. 2 logo e n. 2 visual)	Fino a 15 punti
	Adattabilità delle proposte grafiche al materiale promozionale da produrre (es. sito web, brochure, ricettari, gadget o altro)	Fino a 7 punti
	Coerenza del concept di comunicazione adatto a garantire il raggiungimento degli obiettivi fissati nel Programma	Fino a 10 punti
		<b>Massimo 32</b>
3. QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA – APPROCCIO METODOLOGICO	Adeguatezza della pianificazione in termini di coerenza con gli obiettivi della strategia di comunicazione e coerenza rispetto alle tempistiche della programmazione: anche in relazione alle risorse professionali coinvolte e alle modalità di esecuzione delle azioni proposte.	Fino a 15 punti
	Adeguatezza dei meccanismi di controllo per monitorare la corretta esecuzione economico-finanziaria del progetto, il rispetto del cronoprogramma e degli indicatori di prodotto e risultato e qualità ed efficacia delle modalità di esecuzione delle attività previste dal Programma	Fino a 10 punti
	Qualità del gruppo di lavoro	Fino a 8 punti
	Servizi/attività aggiuntivi proposti migliorativi del servizio	Fino a 3 punti
	Modalità di interazione/assistenza fornita ai beneficiari	Fino a 3 punti
<b>Punteggio massimo Offerta tecnica</b>		<b>85</b>



La valutazione delle offerte tecniche verrà effettuata da una Commissione di valutazione nominata successivamente alla data di presentazione delle offerte. Per la determinazione dei punteggi ottenuti dell'offerta tecnica in relazione ai rispettivi criteri e sottocriteri sopra indicati, verrà utilizzato il metodo dell'attribuzione discrezionale da parte di ciascun commissario di gara applicando un coefficiente (da moltiplicare poi per il punteggio massimo attribuibile in relazione al criterio), variabile tra 0 e 1. Pertanto, ciascun commissario attribuirà motivatamente un punteggio a ciascuna offerta secondo la seguente griglia:

Giudizio	Coefficiente
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	1,0

Per ciascun sub-criterio, una volta che ogni commissario avrà attribuito un coefficiente a ciascun concorrente, verrà calcolata la media dei coefficienti attribuiti dalla Commissione giudicatrice, con valore 1 al coefficiente più elevato tra gli offerenti e di conseguenza riparametrando tutti gli altri coefficienti.

## 7.2 Valutazione dell'offerta economica

L'offerta economica dovrà essere articolata in modo tale da poter valutare i diversi elementi indicati all'interno della seguente tabella.

OFFERTA ECONOMICA: MASSIMO 15 PUNTI		
Elemento di valutazione	Criterio motivazionale	Punteggio massimo
OFFERTA ECONOMICA Max 15 punti	<b>Analisi economica:</b> Analisi di economicità della proposta economica, secondo i prezzi di mercato	Fino a 5 punti
	<b>Onorario:</b> Valutazione della congruità dell'onorario (espresso in giornate/uomo) e richiesto dall'operatore economico offerente per la realizzazione di ogni azione, in base al costo di ogni azione e ai benefici attesi	Fino a 10 punti
<b>Punteggio massimo attribuibile</b>		<b>15</b>



Il Comitato di selezione procederà alla valutazione degli elementi di natura economica con le seguenti modalità: il punteggio per il criterio “Analisi di economicità della proposta economica secondo i prezzi di mercato”, verrà assegnato secondo le stesse modalità riportate per la valutazione dell’offerta tecnica, utilizzando la tabella dei coefficienti qualitativi di cui sopra.

Per quanto riguarda l’offerta economica per “l’onorario” dell’operatore economico partecipante, il punteggio verrà attribuito sulla base della seguente formula:

$$\text{punteggio offerta economica per l'onorario dell'operatore economico considerato} = \frac{\text{Onorario \% minimo}}{\text{Onorario \% X}} \quad \boxed{* 10}$$

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.

Non sono ammesse offerte in aumento.

L’apertura della PEC C relativa all’offerta economica avverrà a conclusione dei lavori di valutazione effettuati dalla predetta Commissione giudicatrice.

Sulla base dei punteggi attribuiti alle offerte, verrà stilata la graduatoria.

L’aggiudicazione sarà effettuata a favore del concorrente che abbia presentato un’offerta che, in possesso di tutti i requisiti minimi obbligatori, risulti aver conseguito il punteggio complessivo (punteggio offerta tecnica + punteggio offerta economica) più elevato.

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

L’Organismo appaltante non è tenuto a corrispondere compenso alcuno alle imprese concorrenti, per qualsiasi titolo o ragione, per le offerte presentate.

Espletati i controlli previsti circa il possesso dei prescritti requisiti, si procederà con l’aggiudicazione.



L'aggiudicazione vincola immediatamente il concorrente affidatario della gara, mentre l'Organismo appaltante sarà impegnato definitivamente soltanto quando, a norma di legge, tutti gli atti conseguenti e necessari all'espletamento della gara avranno conseguito piena efficacia giuridica.

Nel caso in cui l'affidatario non si presenti per la stipula del contratto o in cui venga accertata la falsità delle dichiarazioni prestate, l'Organismo appaltante procederà all'esclusione dell'operatore conferendo l'incarico all'operatore posto successivamente in graduatoria, espletati i controlli di rito.

Il Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo procederà all'aggiudicazione anche nel caso in cui venga presentata un'unica offerta valida, purché congrua.

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

I risultati saranno comunicati via PEC (posta elettronica certificata) ai partecipanti e saranno pubblicati sul sito web del Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo.

## **8 Presentazione delle proposte**

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

Gli organismi interessati a partecipare al bando di gara per la selezione dell'Organismo esecutore dovranno, a pena di esclusione, far pervenire tutta la documentazione necessaria attraverso **3 diversi messaggi di posta elettronica certificata (PEC)** così individuabili dalla descrizione riportata nel campo "Oggetto":

**PECA - documentazione amministrativa**, che dovrà contenere:

- a) domanda di partecipazione alla procedura secondo il modello di cui all'Allegato A, compilata e firmata dal legale rappresentante;
- b) dichiarazioni richieste secondo il modello di cui all'Allegato B, compilato e firmato dal legale rappresentante;
- c) documento di identità del/dei sottoscrittore/i;
- d) dichiarazione dell'Istituto Bancario di possesso dei mezzi finanziari necessari per garantire l'esecuzione delle azioni previste dal Programma (idonee referenze bancarie);
- e) visura CCIAA oppure iscrizione in un registro commerciale tenuto nello Stato membro in cui l'operatore economico ha sede;
- f) CV del/degli operatore/i economo/i interessato/i alla partecipazione alla Procedura di selezione ed alla presentazione dell'offerta (CV aziendale); Nel caso di partecipazione come RTI, la presentazione dovrà riguardare tutti gli operatori economici partecipanti al raggruppamento
- g) copia dell'ultimo bilancio approvato e/o dichiarazione IVA;

**PEC B - offerta tecnica**, che dovrà contenere:

- a) descrizione dettagliata delle attività utilizzando i riferimenti indicati nel successivo capitolo: MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA TECNICA- PEC B;
- b) Presentazione proposta grafica e concept;
- c) presentazione del gruppo di lavoro e CV del personale impiegato;



d) Descrizione dell'approccio metodologico

**PEC C - offerta economica**, che dovrà contenere l'indicazione dell'offerta economica per le attività (SUB- TOTALE ATTIVITÀ) e dell'onorario dell'operatore economico considerato secondo il modello descritto nel successivo capitolo: MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA ECONOMICA - PEC C.

- a) Piano finanziario dettagliato per ogni attività/iniziativa e relativo onorario – da fornire anche in formato EXCEL
- b) Budget riassuntivo finale – da fornire anche in formato EXCEL

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.

La documentazione dovrà essere redatta in lingua italiana o in lingua inglese, dovrà essere presentata in formato elettronico - PDF non editabile, stampabile e file.xls ove richiesto - a mezzo PEC, a cura del partecipante alla gara **entro e non oltre il giorno 21 dicembre 2022 ore 9.00**

Indirizzo PEC al quale far pervenire le proposte entro il termine suddetto:  
**consorzio-viniabruzzo@pec.it**

Si richiede l'invio di **tre distinte trasmissioni via PEC** [3 messaggi di posta certificata (PEC)].

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

**BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI - PAESI TERZI – NON APRIRE.**

Nell'oggetto, le singole PEC dovranno poi riportare anche l'identificazione aggiuntiva:

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

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

La Commissione giudicatrice si riunirà da remoto mediante una piattaforma di videoconferenza e le relative modalità verranno comunicate ai soggetti offerenti. Ove compatibile, le sedute della Commissione giudicatrice potranno anche essere effettuate in presenza, ma comunque nel rispetto delle prescrizioni sanitarie in vigore in tale momento e collegate alle misure urgenti in materia di contenimento e gestione dell'emergenza epidemiologica da COVID 19, in ottemperanza a quanto disposto al fine di evitare contatti e spostamenti.

**Data: 21 dicembre 2022**

**Ora locale: 10.00**

Seduta pubblica realizzata in modalità smart working e collegamento da remoto, per l'apertura della PEC A e verifica della documentazione amministrativa.





La valutazione delle offerte tecniche avverrà in una o più sedute riservate in modalità remoto tramite piattaforma elettronica di videoconferenza da parte della Commissione giudicatrice indicata all'art. 7. I lavori della Commissione giudicatrice saranno adeguatamente verbalizzati con indicazione delle motivazioni a sostegno delle valutazioni effettuate.

Inoltre, come già indicato all'art. 7, l'offerta economica verrà valutata in seduta riservata in modalità da remoto tramite piattaforma elettronica di videoconferenza (salvo le indicazioni sopra riportate), a conclusione dei lavori di valutazione delle offerte tecniche effettuati dalla predetta Commissione.

Per eventuali domande e/o chiarimenti per l'esecuzione dell'offerta è possibile rivolgersi **ESCLUSIVAMENTE** per e-mail all'indirizzo [segreteria@vinidabruzzo.it](mailto:segreteria@vinidabruzzo.it), ai quali seguirà risposta esclusivamente per iscritto.

Non saranno prese in considerazione eventuali richieste verbali o inoltrate con modalità diverse da quella indicata.

Le comunicazioni da parte dell'Organismo appaltante avverranno a mezzo PEC (posta elettronica certificata) all'indirizzo di posta elettronica certificata indicato dal concorrente.

## **9 Documenti di gara**

### **9.1 Indicazioni rispetto alle irregolarità della documentazione amministrativa - PEC A**

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

### **9.2 Modalità di predisposizione dell'offerta tecnica - PEC B**

#### ***Descrizione dettagliata delle attività***

L'operatore dovrà indicare per ogni attività prevista da progetto sopra descritta, le relative modalità di esecuzione e il raggiungimento dei risultati. 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. Si ricorda che le informazioni riportate per ogni singola attività/iniziativa verranno confrontate con i relativi costi riportati nella Offerta economica - Busta C, per valutarne l'economicità e congruità.

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



L'operatore economico che parteciperà alla Gara di Selezione dovrà presentare almeno 2 proposte grafiche del concept che siano coerenti con il contenuto dei messaggi promozionali e con il piano delle attività, adatti a garantire il raggiungimento degli obiettivi fissati nel Programma.

### **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 CV.

### **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.

La **relazione tecnica** con le proposte strategiche, realizzative e metodologiche dovrà essere inserita all'interno della **PEC B - Offerta tecnica**.

## **9.3 Modalità di predisposizione dell'offerta economica - PEC C**

### **Offerta economica**

Come indicato nella sezione "modalità di presentazione delle proposte", la busta C dovrà contenere:

- piano finanziario dettagliato per ogni attività e paese da fornire in formato PDF e in formato EXCEL
- tabella riassuntiva finale da fornire in formato PDF e in formato EXCEL

Il Piano finanziario formerà l'offerta economica, sulla base della quale verrà valutato il prezzo della proposta presentata e la sua adeguatezza rispetto ai servizi offerti e alle tariffe di mercato. Il piano finanziario dovrà indicare i costi relativi all'onorario dell'organismo esecutore, questi dovranno essere dettagliati per ogni singola attività e presentati in forma di giornate/uomo in relazione ad ogni singola iniziativa.

Si richiede quindi la predisposizione di una tabella che riassume per anno e per paese, i costi totali delle attività proposte con il relativo costo dell'onorario dell'agenzia. Si riporta una tabella d'esempio:

<b>PIANO FINANZIARIO DETTAGLIATO</b>			
<b>PAESE X</b>			
es. WP 2.1 UFFICIO STAMPA E PR	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Totale attività annuo	XXX€	XXX€	XXX€
Onorario agenzia (costo unitario al giorno per un consulente senior o junior)	XXX€	XXX€	XXX€
Numero giornate previste	XXX	XXX	XXX
Totale onorario agenzia	XXX€	XXX€	XXX€
Totale annuo comprensivo di onorario	XXX€	XXX€	XXX€

Questa tabella formerà l'offerta economica e andrà inserita nella Busta C – Offerta economica.



Nota Importante: poiché il Programma è già stato approvato e quindi la dotazione finanziaria è già stata ripartita secondo le diverse voci di costo, si indica che il costo di onorario non può superare il 14%.

La **tabella riassuntiva finale** dovrà essere compilata secondo il seguente modello:

<b>TABELLA RIASSUNTIVA FINALE</b>				
	<b>ANNO 1</b>	<b>ANNO 2</b>	<b>ANNO 3</b>	<b>TOTALE</b>
(A) Sub-totale attività CINA + GIAPPONE				
(B) Totale onorario agenzia espresso in € CINA + GIAPPONE				
Onorario agenzia in % = $B/A * 100$ CINA + GIAPPONE				



## 10 Gruppo di lavoro

Il soggetto affidatario assume a proprio carico tutti gli oneri assicurativi e previdenziali di legge, si impegna ad osservare le norme vigenti in materia di sicurezza sul lavoro e di retribuzione dei lavoratori dipendenti e, in generale, si impegna a rispettare tutti gli obblighi derivanti da leggi, regolamenti, contratti collettivi ed integrativi aziendali in materia di rapporti di lavoro, in relazione a tutte le persone che esplicano attività a favore dello stesso, tanto in regime di dipendenza diretta, quanto in forma saltuaria, con contratti di qualsivoglia natura.

Il soggetto affidatario assume ogni responsabilità per danni o infortuni che possono derivare a dette persone o essere cagionati da dette persone nell'esecuzione di ogni attività, direttamente o indirettamente, inerente alle prestazioni oggetto della presente procedura.

## 11 Obblighi dell'Organismo di esecuzione

L'Organismo di esecuzione selezionato si impegna alla collaborazione con la stazione appaltante nella realizzazione del Programma promozionale, saranno quindi a carico dell'appaltatore/Organismo di esecuzione le seguenti attività:

- lo svolgimento dei servizi oggetto dell'appalto, in accordo e collaborazione con l'Organismo appaltante e nell'accettazione integrale e incondizionata del contenuto del presente capitolato;
- l'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 e alla sua esecuzione;
- l'Organismo di esecuzione si assume l'intera responsabilità tecnica e finanziaria delle azioni di cui agli articoli 3 e 5, compresa quella relativa alla loro compatibilità con la vigente normativa dell'Unione Europea, quella dei Paesi target di progetto e con le regole di concorrenza applicabili in materia;
- l'Organismo esecutore 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.

L'Organismo di esecuzione dovrà:

- per un periodo di tre anni dopo il pagamento del saldo, tenere i registri e conservare documenti giustificativi, al fine di dimostrare la corretta attuazione dell'azione e i costi dichiarati ammissibili;
- se sono in corso controlli, revisioni contabili, indagini, contenziosi o azioni legali nel quadro della convenzione, tenere i registri e i documenti giustificativi fino al termine di dette procedure;
- rendere disponibile la documentazione sopra indicata su richiesta o nel contesto di controlli, revisioni contabili o indagini;
- mettere a disposizione dell'Organismo appaltante tutta la documentazione prodotta durante lo svolgimento del servizio, nonché tutti i dati elaborati, utilizzati o raccolti nel corso dell'esecuzione delle attività, ivi compresi i dati necessari per una corretta valutazione dell'efficacia del programma, secondo quanto previsto dal quadro normativo di riferimento e tutte le informazioni necessarie per la redazione delle rendicontazioni periodiche e finale;
- conservare i documenti originali.



## **12 Riservatezza e non divulgazione**

Il soggetto aggiudicatario non potrà far uso, né direttamente né indirettamente, per proprio tornaconto o per quello di terzi, del mandato affidato e delle informazioni di cui verrà a conoscenza in relazione ad esso e ciò anche dopo la scadenza del contratto. A tal fine il soggetto aggiudicatario non potrà divulgare, comunicare o diffondere le informazioni e i dati dei quali verrà a conoscenza durante l'espletamento delle attività.

Il soggetto affidatario si impegna a rispettare, nello svolgimento delle attività oggetto della presente procedura, tutti i principi contenuti nelle disposizioni normative vigenti, relativi al trattamento dei dati personali e in particolare quelli contenuti nel D.Lgs. n. 196/2003 e s.m.i. e nel 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") e a garantire che le informazioni personali, patrimoniali, statistiche, anagrafiche e/o di qualunque altro genere, di cui verrà a conoscenza in conseguenza dei servizi resi, in qualsiasi modo acquisite, vengano considerati riservati e come tali trattati, pur assicurando nel contempo la trasparenza delle attività svolte.

L'affidatario del servizio deve impegnarsi formalmente a dare istruzioni al proprio personale affinché tutti i dati e le informazioni vengano trattati nel rispetto della normativa di riferimento.

L'aggiudicatario del servizio si impegna ad utilizzare i dati e le informazioni di cui sopra esclusivamente ai fini e nell'ambito delle attività previste dal presente capitolato.

## **13 Conflitti di interessi**

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 dei principi stabiliti dal Codice degli Appalti e, per quanto applicabili, dall'articolo 24 della Direttiva 2014/24/UE e dell'art. 42 del D.Lgs. 50/2016.

## **14 Inadempienze e risoluzione**

L'Organismo appaltante ha la facoltà di controllare e verificare la buona esecuzione del servizio con ausilio di incaricati scelti a sua discrezione. Inoltre, l'Organismo appaltante ha facoltà di contestare i servizi resi non rispondenti in tutto o in parte alle prescrizioni del capitolato o della offerta proposta in gara. Una volta aggiudicato l'appalto, verrà redatto e firmato un contratto di servizi, all'interno del quale saranno previsti Clausole relative a inadempienze, contestazioni, sospensioni e risoluzioni.

## **15 Rapporti tra l'aggiudicatario e l'Amministrazione dell'Organismo committente**

L'operatore economico aggiudicatario deve individuare un referente responsabile del servizio, che avrà l'obbligo di collaborare strettamente con il personale referente dell'Organismo appaltante ed il Responsabile Unico del Procedimento (RUP) nella realizzazione del servizio oggetto dell'appalto, nonché la risoluzione operativa di problematiche relative a particolari esigenze delle attività.

## **16 Controlli**



L'Organismo appaltante ha la facoltà di controllare e verificare la buona esecuzione del servizio con ausilio di incaricati scelti a sua discrezione. Essendo l'appalto finanziato con risorse dell'Unione Europea potranno essere disposti controlli da parte dei competenti servizi dell'Unione Europea e/o di Autorità nazionali.

## **17 Spese contrattuali**

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

## **18 Accesso alla documentazione della procedura di selezione**

**L'accesso alla documentazione della procedura è consentito nel rispetto di quanto previsto in materia di diritto di accesso ai documenti amministrativi** secondo le seguenti modalità:

- **È differito**
  - a) in relazione all'elenco dei soggetti che hanno presentato offerte, fino alla scadenza del termine per la presentazione delle medesime;
  - b) in relazione alle offerte, fino all'aggiudicazione;
  - c) in relazione al procedimento di verifica della anomalia dell'offerta, fino all'aggiudicazione.
- **È vietato**
  - d) alle informazioni fornite nell'ambito dell'offerta o a giustificazione della medesima che costituiscano, secondo motivata e comprovata dichiarazione dell'offerente, segreti tecnici o commerciali;
  - e) alle relazioni riservate del direttore dei lavori e dell'organo di collaudo sulle domande e sulle riserve del soggetto esecutore del contratto.

In relazione all'ipotesi di cui al comma lettera d), è consentito l'accesso al concorrente ai fini della difesa in giudizio dei propri interessi in relazione alla procedura di affidamento del contratto.

## **19 Contenzioso**

Per la risoluzione di tutte le controversie che dovessero sorgere in relazione alla presente procedura, il foro competente è quello di Chieti, nelle forme e nei modi previsti dalla legge.

## **20 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.

## 21 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:

- le finalità cui sono detenuti i dati raccolti ineriscono alla verifica della capacità dei concorrenti di partecipare alla gara in oggetto;
- 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;
- il conferimento dei dati richiesti è un onere a pena di esclusione dalla gara;
- i soggetti o le categorie di soggetti ai quali i dati possono essere comunicati sono: 1) il personale dell'Organismo appaltante; 2) i concorrenti; 3) ogni altro soggetto che abbia interesse ai sensi della legge n. 241/1990 e s.m.i.;
- 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;
- soggetto attivo della raccolta è l'Organismo appaltante e il responsabile è il rappresentante legale ALESSANDRO NICODEMI

Titolare del trattamento dei dati è ALESSANDRO NICODEMI 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 Vini d'Abruzzo e rivolgere le richieste presso il Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo, Corso Matteotti- Palazzo Corvo, Ortona (CH), con lettera raccomandata oppure via mail all'indirizzo mail: [segreteria@vinidabruzzo.it](mailto:segreteria@vinidabruzzo.it)

## 22 Responsabile unico del procedimento

Responsabile unico del procedimento ai sensi dell'art. 31 del D.Lgs. 50/2016 è Alessandro Nicodemi.