



CAPITOLATO TECNICO E PROCEDURA DI SELEZIONE DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE DEL PROGRAMMA MULTIPLO DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI SUL MERCATO INTERNO

ITALIA – GERMANIA – FRANCIA

Approvato dal Consiglio di amministrazione del Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo in data 02/10/2025

1. PREMESSA ED INFORMAZIONI PRELIMINARI

Il Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo (di seguito Consorzio o CTVA), con sede legale in Corso Matteotti – Palazzo Corvo 39100 Ortona (CH), P.IVA 02676390210 e Codice Fiscale 94097990215 in qualità di organizzazione proponente del Programma:

“EU-thentic Organic WInes”

Acronimo: **BIOWINES**

Proposal: **101251295**

in partenariato con **ODG DES PREMIERES COTES DE BORDEAUX ET CADILLAC** (di seguito CBC) con sede legale in D10 Route de Langon, Cadillac, France 33410, P.IVA FR93847728326 ha presentato, a valere sul Regolamento UE n. 1144/2014 del Parlamento Europeo e del Consiglio, Call 2025, un Programma Multiplo di informazione e promozione di durata triennale (2026 – 2027 – 2028) sul mercato interno ITALIA – GERMANIA - FRANCIA (programma multiplo) TOPIC AGRIP – MULTI – 2025 – IM – ORGANIC ritenuto ammissibile al finanziamento di cui alla Decisione Ares(2025)7777903 del 17/09/2025

In virtù di ciò, con il presente atto

INDICE

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

- ABRUZZO DOP
- CERASUOLO D'ABRUZZO DOP
- COLLINE PESCARESI IGP
- COLLINE TEATINE IGP
- COLLINE TERAMANE MONTEPULCIANO D'ABRUZZO DOP
- CONTROGUERRA DOP
- DEL VASTESE OHISTONIUM IGP
- MONTEPUCIANO D'ABRUZZO DOP
- TERRE ABRUZZESI O TERRE D'ABRUZZO IGP
- TERRE DI CHIETI IGP
- TREBBIANO D'ABRUZZO DOP



- VILLAMAGNA DOP
- CADILLAC DOP
- CADILLAC COTES DE BORDEAUX DOP
- CÔTES DOP
- PREMIÈRES CÔTES DE BORDEAUX

Gli OE 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 presente bando di gara è stato redatto in osservanza del quadro dei riferimenti normativi essenziali e, 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 (EC) n. 3/2008 del Consiglio;
- Reg. (UE) 2015/1829 – regolamento delegato art 2 commi 1 e 2;
- Reg. (UE) 2015/1831 – Regolamento di esecuzione: art. 2, 9 e 10 commi 3 e 4, 11 e 18;
- Nota della Commissione europea DDG1.B5/MJ/DB D(2016)321077 del 7 luglio 2016 – Orientamenti sulla procedura di gara;
- Decreto del Direttore generale Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste – Dipartimento della Sovranità Alimentare e dell'ippica Dg Agebil – n. 0629571 del 21/11/2025 – "Linee guida per la selezione dell'organismo esecutore - Call 2025"
- Bando Tipo ANAC n. 1/2023 ove compatibile
- Comunicazione della Commissione europea (2006/C) 179/02, paragrafo 2.1.2
- Call for proposal for MULTI programmes 2025 – AGRIP - MULTI – 2025 - IM – ORGANIC – EU

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, è tenuto ad applicare le norme nazionali che recepiscono le Direttive europee sugli appalti pubblici (in Italia il Decreto Legislativo 36/2023), **solo ove compatibili** unicamente per garantire il rispetto dei principi di trasparenza, pubblicità, non discriminazione e parità di trattamento richiesti dal Regolamento UE, nonché delle condizioni indicate nei predetti Orientamenti e decisioni della Commissione europea e del Ministero dell'Agricoltura e della sovranità alimentare e delle foreste.

Il D.lgs. 36/2023 e le garanzie ivi previste vengono infatti richiamati in via analogica in quanto espressione dei principi di massima partecipazione e proporzionalità. Il Consorzio deve effettuare la selezione degli Organismi di esecuzione attraverso una procedura di gara aperta e competitiva. Il D.lgs. 36/2023 sarà richiamato per tutti gli aspetti procedurali necessari a garantire i summenzionati principi.

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 Organismo di esecuzione, 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 Organismo di esecuzione, il quale deve assicurare il coordinamento e l'integrazione del gruppo di lavoro e delle diverse professionalità necessarie e coinvolte nella realizzazione del servizio.

2. INFORMAZIONI PRINCIPALI DI PROGETTO

Prodotti oggetto di promozione – vini biologici:

- ABRUZZO DOP
- CERASUOLO D'ABRUZZO DOP
- COLLINE PESCARESI IGP
- COLLINE TEATINE IGP
- COLLINE TERAMANE MONTEPULCIANO D'ABRUZZO DOP
- CONTROGUERRA DOP
- DEL VASTESE OHISTONIUM IGP
- MONTEPULCIANO D'ABRUZZO DOP
- TERRE ABRUZZESI O TERRE D'ABRUZZO IGP
- TERRE DI CHIETI IGP
- TREBBIANO D'ABRUZZO DOP
- VILLAMAGNA DOP
- CADILLAC DOP
- CADILLAC COTES DE BORDEAUX DOP
- CÔTES DOP
- PREMIÈRES CÔTES DE BORDEAUX

Organismo Capofila:

CONSORZIO TUTELA VINI D'ABRUZZO

Partner:

ODG DES PREMIERES COTES DE BORDEAUX ET CADILLAC

Paesi target: GERMANIA – FRANCIA – ITALIA

Gruppi target principali:

- Consumatori
- Operatori di settore
- Giornalisti e influencer



Vedasi paragrafo "Strategia generale del progetto" per maggiori dettagli.

Obiettivo generale (OG):

Il progetto, finanziato nell'ambito del topic **AGRIP – MULTI – 2025 – IM – ORGANIC**, mira a *aumentare la consapevolezza e il riconoscimento del sistema di qualità dell'Unione Europea relativo alla produzione biologica. Secondo lo Special Eurobarometer 520, il 61% dei consumatori europei riconosce il logo UE dell'agricoltura biologica, evidenziando un margine di miglioramento ancora significativo.*

Il Programma di informazione e promozione **BIOWINES** è pertanto, incentrato sui metodi di produzione vitivinicola biologica, considerati una leva strategica per il mercato interno in quanto garantiscono ai consumatori elevati standard di sostenibilità, qualità e trasparenza dei processi produttivi, oltre a rilevanti benefici ambientali e a un concreto valore aggiunto per i prodotti certificati. In coerenza con tale inquadramento e con le priorità del topic di riferimento, il progetto **BIOWINES** declina il proprio obiettivo generale in una serie di obiettivi specifici, misurabili e operativi, come di seguito declinati.

Obiettivi specifici (OS):

Il Progetto BIOWINES, si focalizza sul raggiungimento dei seguenti Obiettivi Specifici:

- **Incrementare il livello di riconoscimento del logo biologico dell'Unione Europea (Euro-leaf):** Incrementare in maniera misurabile la capacità dei pubblici di riferimento di riconoscere correttamente il logo biologico europeo, migliorandone la visibilità, la familiarità e l'associazione immediata ai valori di qualità, sostenibilità, tracciabilità e conformità normativa, nei mercati di Italia, Germania e Francia
- **Incrementare la consapevolezza del significato e del valore informativo del logo biologico UE:** Rafforzare la comprensione del contenuto informativo del logo Euro-leaf, chiarendo in modo semplice e credibile i requisiti di produzione, i controlli, le garanzie di tracciabilità e le differenze rispetto ad altre certificazioni o claim ambientali non regolamentati, al fine di ridurre confusione, scetticismo e percezioni errate sul biologico.
- **Aumentare e sostenere l'incremento delle vendite e delle esportazioni dei vini biologici testimoniali nei mercati target:** Favorire un aumento strutturale della domanda e della penetrazione commerciale dei vini biologici oggetto del progetto nei mercati di Italia, Germania e Francia, attraverso il rafforzamento delle relazioni commerciali, il miglior posizionamento dei prodotti nei canali distributivi e la crescita della fiducia del mercato nei confronti della qualità certificata europea.

L'IMPATTO FINALE ATTESO è quello di aumentare la consapevolezza del sistema di qualità europeo (Organic Logo – EURO LEAF), il rafforzamento della competitività dei prodotti biologici, l'incremento della loro visibilità e della quota di mercato, nonché una crescita stabile dei consumi.



Strategia generale del progetto:

Di seguito si riporta la personalizzazione della strategia come da programma approvato:

Mercato target: ITALIA

La strategia per il mercato italiano è orientata a rafforzare la conoscenza e la corretta interpretazione del logo biologico dell'Unione Europea, in un contesto in cui solo il 53% dei consumatori dichiara di riconoscere il logo Euro-leaf, a fronte di una media europea pari al 61% (l'Eurobarometro¹). Persistono inoltre livelli significativi di confusione nella lettura delle etichette e una limitata consapevolezza dei sistemi di controllo e certificazione. L'approccio integra azioni B2B e B2C, con una forte attenzione agli operatori della distribuzione e della ristorazione come moltiplicatori di informazione verso il pubblico finale, affiancate da attività digitali rivolte ai consumatori giovani-adulti. La strategia mira a valorizzare l'origine territoriale, la qualità certificata e la tracciabilità dei vini biologici italiani, stimolando un incremento consapevole della domanda e della fiducia nel sistema di certificazione europea.

Messaggio specifico:

- Il biologico europeo come garanzia certificata di qualità, trasparenza e tutela del territorio, in grado di valorizzare le produzioni italiane e distinguersi dai claim ambientali non regolamentati.

Elementi da valorizzare sul mercato sono:

- Origine e territorialità delle denominazioni.
- Sicurezza alimentare e tracciabilità UE.
- Tradizione vitivinicola e biodiversità.
- Affidabilità dei controlli e certificazioni.

Lo stile comunicativo dovrà quindi essere caldo ed evocativo.

Gruppi target:

- **Consumatori** – target primario. Età compresa giovani-adulti (20–40 anni), "organic curious" e famiglie sensibili alla salute.
- **Professionisti di settore** - target secondario. Che ha lo scopo di garantire un'adeguata risposta alla domanda dei consumatori (che saranno particolarmente sensibilizzati dalla campagna B2C). In particolare, i target professionali individuati:
 - Buyer della grande distribuzione;
 - Ristorazione/Negozi specializzati.

Azioni Promozionali Italia:

- Attività di pubbliche relazioni e ufficio stampa- Produzione e diffusione di materiali informativi sul logo Euro-Leaf;
- Campagne digitali informative ed educative;
- Presenza a fiere e eventi di settore (es. Vinitaly).
- Masterclass e degustazioni per operatori.

¹ Fonte: Speciale 556 (Gli Europei, l'agricoltura e la PAC – Gennaio 2025)



Per maggiori dettagli si veda paragrafo 5 del presente capitolato dove sono indicati maggiori dettagli ed informazioni relativi alle attività.

Mercato target: GERMANIA

La strategia per il mercato tedesco è finalizzata a consolidare e qualificare la conoscenza del logo biologico dell'Unione Europea (l'Eurobarometro²) in un contesto in cui il 63% dei consumatori dichiara di riconoscere il logo Euro-leaf, valore superiore alla media italiana ma ancora migliorabile in termini di comprensione e fiducia. Il mercato presenta una forte sensibilità ai temi della sostenibilità, accompagnata tuttavia da una crescente attenzione critica verso i green claims e dalla richiesta di maggiore trasparenza lungo la filiera. L'approccio integra azioni B2B e B2C, con una forte focalizzazione su importatori, distributori e buyer come principali driver di posizionamento commerciale, affiancati da attività digitali e di comunicazione rivolte ai consumatori finali. La strategia mira a rafforzare la credibilità del sistema di certificazione europea, valorizzando tracciabilità, qualità e affidabilità dei controlli, al fine di sostenere la crescita strutturale della domanda di vini biologici europei.

Messaggio specifico:

- o Il logo biologico UE come riferimento affidabile e verificabile per garantire qualità, sostenibilità e tracciabilità lungo tutta la filiera

Elementi da valorizzare sul mercato sono:

- o Certificazione rigorosa e standard europei.
- o Trasparenza dei controlli.
- o Qualità organolettica dei vini europei.
- o Coerenza con valori ambientali ed etici.

Lo stile comunicativo dovrà quindi essere informativo e autorevole.

Gruppi target:

- o Consumatori BIO consapevoli e attenti alla sostenibilità.
- o Professionisti di settore: rivestono il ruolo fondamentale di "ambasciatori" delle produzioni agroalimentari di qualità:
 - Importatori, distributori e buyer specializzati
 - Media di settore e influencer

Azioni Promozionali Germania:

- o Attività di PR e Ufficio stampa
- o Attività formative per operatori.
- o Campagne digitali e influencer marketing.
- o Partecipazione a fiere internazionali (es. Prowein).
- o Eventi PR e incontri B2B in grandi città.

Per maggiori dettagli si veda paragrafo 5 del presente capitolato dove sono indicati maggiori dettagli ed informazioni relativi alle attività.

² Fonte: Speciale 556 (Gli Europei, l'agricoltura e la PAC – Gennaio 2025)



Mercato target: FRANCIA

La strategia per il mercato francese è orientata a rafforzare la visibilità e la riconoscibilità del logo biologico dell'Unione Europea in un contesto in cui il 63% dei consumatori dichiara di conoscerlo (Eurobarometro³), ma dove il logo nazionale gode di una maggiore notorietà e fiducia. Il mercato evidenzia una crescente esigenza di chiarezza informativa e di differenziazione tra certificazioni ufficiali e claim ambientali non regolamentati, in presenza di una progressiva saturazione di etichette. L'approccio integra azioni B2B e B2C, con un ruolo centrale attribuito a professionisti del settore, media e opinion leader come vettori di credibilità verso il consumatore finale, affiancati da attività digitali e relazionali. La strategia mira a valorizzare l'autenticità territoriale, la qualità sensoriale e la solidità della certificazione europea, rafforzando la fiducia nel biologico e sostenendo una crescita qualificata della domanda.

Messaggio specifico:

- o Il biologico europeo come sintesi di piacere, autenticità territoriale e responsabilità ambientale, superando la percezione del biologico come semplice leva di marketing.

Elementi da valorizzare sul mercato sono:

- o Identità del terroir e qualità sensoriale.
- o Valore culturale e gastronomico del vino.
- o Credibilità della certificazione UE.
- o Sostenibilità e tutela ambientale.

Lo stile comunicativo dovrà quindi essere trasparente ed essenziale

Gruppi target:

- o **Professionisti di settore** – target primario. Rivestono un ruolo fondamentale di “ambasciatori” delle produzioni agroalimentari di qualità sui propri areali di attività. In particolare, i target professionali individuati sono:
 - Importatori e distributori di fascia premium;
 - Negozi specializzati;
 - Ristoratori
- o **Consumatori** consapevoli e attenti alla sostenibilità

Azioni Promozionali Francia:

- o Attività di pubbliche relazioni e ufficio stampa;
- o Attività di storytelling territoriale.
- o Collaborazioni con influencer e media specializzati
- o Eventi PR in concomitanza con fiere di riferimento (es. Wine Paris).
- o Degustazioni guidate e masterclass.

Per maggiori dettagli si veda paragrafo 5 del presente capitolato dove sono indicati maggiori dettagli ed informazioni relativi alle attività.

³ speciale 556 (Gli Europei, l'agricoltura e la PAC – Gennaio 2025)



Come da programma approvato, il messaggio Unionale principale e il messaggio secondario vengono sintetizzati nel claim di progetto:

EU-thentic Organic Wines.

- **EU-thentic** unisce *EU* + *Authentic*, comunicando che il vino biologico europeo è:
 - autentico,
 - certificato,
 - garantito dall'Unione Europea,
 - distinto da pseudo-claim ("natural", "green", ecc.).

Il claim trasmette l'idea che **la vera autenticità nel biologico passa dalla certificazione europea (Euro-leaf)** e non da etichette informali o non regolamentate.

Il claim approvato nella proposta progettuale e accompagnato dai seguenti main-messages:

- **"Look for the Euro-leaf, organic is unique!"**
Messaggio finalizzato a rafforzare la riconoscibilità del logo biologico dell'Unione Europea quale unico riferimento ufficiale e affidabile per l'identificazione dei prodotti biologici certificati, distinguendoli in modo chiaro da claim non regolamentati e pseudo-etichette, nonché a contrastare la confusione informativa presente sul mercato.
- **"If you drink organic, there is more taste!"**
Claim volto a valorizzare la qualità sensoriale e le caratteristiche organolettiche dei vini biologici, evidenziandone autenticità, complessità aromatica e valore qualitativo complessivo.
- **"Drink organic, choose the future."**
Messaggio orientato a comunicare i benefici ambientali e sociali della produzione biologica, quali la tutela della biodiversità, la riduzione dell'impatto ambientale e il contributo agli obiettivi di sostenibilità dell'Unione Europea.
- **"Drink organic, drink BOLD!"**
Claim finalizzato a rafforzare la dimensione emozionale e aspirazionale del consumo biologico, promuovendolo come una scelta contemporanea, positiva, dinamica e attrattiva, capace di coniugare responsabilità ambientale e piacere di consumo.

L'OE dovrà garantire che tutte le attività di comunicazione, informazione e promozione siano coerenti con i messaggi indicati in sede di presentazione della Call for Proposal 2025 e ne assicurino una corretta e sistematica valorizzazione.

L'OE dovrà presentare un corpus di attività e iniziative (informative e promozionali) che si sviluppa intorno alla sopra-citata strategia orientata ai mercati e ai gruppi target, finalizzata al raggiungimento degli obiettivi sopra esposti e coerente con il messaggio unionale presentato in fase di candidatura del progetto con la durata prevista e le risorse finanziarie messe a disposizione.



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

- WP 2 – Relazioni pubbliche;
- WP 3 – Sito web, social media;
- WP 4 – Pubblicità;
- WP 5 – Strumenti di comunicazione;
- WP 6 – Eventi.

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

Durata del Programma:

36 mesi (3 fasi annuali), con avvio indicativo il 1° marzo 2026

Budget delle azioni in capo all'Organismo esecutore:

Si precisa che gli OE dovranno presentare un'offerta prendendo in considerazione il **budget complessivo fino a un massimo di € 1.457.248,00 IVA ESCLUSA** ai sensi di legge, comprensivo dei **costi relativi alla realizzazione delle attività di progetto e del compenso dell'OE** (onorario dell'Organismo di Esecuzione).

Perciò, tale importo deve includere anche l'onorario dell'OE, mentre non comprendono altri oneri che verranno sostenuti direttamente dall'OE

La ripartizione da programma approvato del budget sui paesi target è la seguente:

Paese target	Importo (€)
GERMANIA	€. 654.730,00
FRANCIA	€. 621.137,00
ITALIA	€. 181.381,00 €
TOTALE	€. 1.457.248,00

Si rimanda al successivo paragrafo 5 per maggiore dettaglio.

CAPITOLATO TECNICO

3. OGGETTO DEL SERVIZIO

3.1. Descrizione generale del servizio

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

- lo sviluppo dei pacchetti di lavoro che compongono il Programma di durata triennale, a partire dalla sottoscrizione del contratto tra il Consorzio e l'Organismo di Esecuzione;
- l'attivazione operativa delle azioni e delle attività promozionali previste per il periodo stabilito dal Programma, sulla base degli obiettivi previsti dalla strategia di



comunicazione, anche attraverso il monitoraggio costante delle attività realizzate e dei relativi effetti;

- o la gestione finanziario-amministrativa dei pacchetti di lavoro che compongono il Programma, comprensiva delle relazioni tecniche periodiche, della relazione tecnica finale e tutta la documentazione necessaria per le rendicontazioni periodiche e la rendicontazione 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 veicarli e delle modalità di coinvolgimento dei target di riferimento.

Lo sviluppo e l'esecuzione delle attività concordate del Programma deve svolgersi in maniera coerente rispetto agli obiettivi generali e specifici e alla strategia di comunicazione, tenendo in considerazione le Priorità e gli obiettivi del Reg. UE 1144/2014, assicurando una chiara riconoscibilità al Programma e ai relativi soggetti promotori.

3.2. Modalità di esecuzione

L'Organismo di Esecuzione deve costituire e disporre, per la durata del contratto, un Gruppo di lavoro, nel rispetto dei requisiti di partecipazione, che è incaricato di gestire e attuare il Programma.

Tutte le attività del Gruppo di lavoro devono essere concordate e condivise con il Consorzio.

È previsto che uno o più componenti del Gruppo di lavoro siano disponibili per riunioni di monitoraggio periodiche presso la sede del Consorzio, 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 il Consorzio 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. Si richiede all'ente di esecuzione selezionato una riunione di coordinamento con tutto il team di lavoro con cadenza almeno trimestrale.

3.3. Personale addetto e gruppo di lavoro

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

In particolare, lo staff del gruppo di lavoro dedicato dovrà possedere un ventaglio di competenze nei seguenti ambiti, elencati a titolo esemplificativo e non esaustivo: comunicazione, organizzazione di eventi e fiere, conoscenza ed esperienza di attività svolte in relazione al mercato target di progetto, ufficio stampa, project management, digital web e social management, grafica, etc. In particolare, deve essere in grado di definire gli obiettivi quantitativi a priori e proporre progetti coerenti a questo.

Inoltre, l'Organismo di Esecuzione deve prevedere un adeguato monitoraggio dei risultati.



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

- a) costituire e rendere disponibile un adeguato team di progetto (le persone che si occuperanno direttamente del lavoro da svolgere), nel rispetto dei requisiti di partecipazione; che verrà definito d'accordo con il Consorzio;
- b) concordare e condividere tutte le attività del team con il Consorzio;
- 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;
- h) Garantire un referente amministrativo di progetto che si occupi degli aspetti contabili relativi ai costi di progetto e dei controlli di secondo livello eventualmente predisposti dall'Ente pagatore (REA).

4. DURATA DEL SERVIZIO

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

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 Consorzio.

Il servizio avrà la durata del progetto e per complessivi trentasei mesi decorrenti dalla data di stipula del contratto.

Il Consorzio 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.

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

5. TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ E INIZIATIVE PREVISTE DAL PROGRAMMA

Le attività e le iniziative (Work Package – WP) che dovranno comporre il Programma promozionale sono assimilabili a quelle classiche di informazione e promozione di prodotti agricoli ed eno-gastronomici di alta qualità, tenuto conto delle tematiche da trattare e degli obiettivi elencati sopra e rientrano nelle seguenti categorie:



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

L'obiettivo è quello di ampliare la presenza dei vini biologici sui mercati GERMANIA, FRANCIA e ITALIA.

Gruppi target principali:

- Consumatori
- Operatori di settore
- Giornalisti e influencer

Si riportano di seguito le indicazioni di massima relative alle attività informative e promozionali che dovranno comporre le proposte presentate nell'ambito della presente procedura di selezione. Si precisa che l'offerente all'interno e nel rispetto degli elementi caratterizzanti dei WP indicati ha delle indicazioni di massima, ma è libero di formulare e approfondire le azioni proposte rispettando i WP elencati e comunque sempre secondo le modalità da consentire di raggiungere gli obiettivi previsti dal programma.

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

Si richiede che la strategia sia improntata a:

- Capacità di rispondere alle esigenze informative dei target
- Efficacia comunicativa del messaggio e dei contenuti
- Capacità di coinvolgere i soggetti target
- Integrazione con l'esistente sistema di comunicazione del Consorzio

Si richiede che la strategia descriva con quali sue caratteristiche la proposta sia idonea a trasmettere in modo efficace il messaggio e i contenuti del programma.

Si richiede che la strategia generale individui delle zone geografiche del mercato target motivando la scelta, tenendo presente quanto indicato nel presente capitolato.

Per ogni singolo WP sviluppato si richiede l'indicazione dei risultati attesi e una specifica delle modalità realizzative



Pacchetto di lavoro 2: [Pubbliche Relazioni]

Obiettivi **O1) AUMENTARE IL LIVELLO DI RICONOSCIMENTO DEL LOGO EURO-LEAF DELL'UE - O2) AUMENTARE LA CONSAPEVOLEZZA DELLE INFORMAZIONI DEL BIOLOGICO DELL'UE**

WP 2 – ATTIVITA' CONTINUE DI PR

T2.1 PR UFFICIO STAMPA IN GERMANIA, FRANCIA E ITALIA

È richiesta l'organizzazione per ogni paese target (ITALIA – GERMANIA – FRANCIA) di un piano di ufficio stampa dedicato alla campagna per i tre anni, rivolto ai media online e offline del settore commerciale e dei consumatori (M3-36).

L'attività deve prevedere almeno:

- la creazione di una mailing list profilata in ogni paese, con aggiornamento annuale;
- la redazione di una cartella stampa (tradotta e adattata nelle 3 lingue dei paesi target). La cartella stampa dovrà contenere almeno:
 - o 1 scheda informativa sulla campagna
 - o 1 scheda per ogni prodotto e PO con informazioni approfondite sulle specifiche e sul valore delle denominazioni e delle produzioni europee
 - o materiale fotografico
 - o identità visiva della campagna

Si deve prevedere un piano di condivisione con i contatti presenti nella mailing list della cartella stampa realizzata e dei comunicati stampa secondo un piano editoriale prestabilito

Tutti i contenuti devono essere realizzati in tedesco, italiano e francese.

L'ufficio stampa dovrà prevedere attività di PR con i principali rappresentanti dei media online e offline da incontrare nel corso delle attività definite nel WP6. Si deve prevedere, inoltre, la realizzazione di rassegne stampa annuali, suddivise per i 3 paesi target e argomenti dei comunicati stampa.

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

Ogni WP deve garantire il raggiungimento minimo dei KPI indicati nella tabella "Indicatori di realizzazione e di risultato" paragrafo 5.1

Bilancio stimato 2.1

	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
<u>CONS. VINI D'ABRUZZO(CTVA)</u>	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<u>COTES DE BORDEAUX ET CADILLAC (CBC)</u>	Totale GERMANIA: €. 4.746,00, Totale FRANCIA: €. 4.746,00 Totale ITALIA: €. 3.390,00	Totale GERMANIA: €. 4.746,00 Totale FRANCIA: €. 4.746,00 Totale ITALIA: €. 4.407,00	Totale GERMANIA: 4.746,00 Totale FRANCIA: €. 4.746,00 Totale ITALIA: €. 4.407,00



T2.2 PR : COLLABORAZIONI CON INFLUENCER IN GERMANIA, FRANCIA E ITALIA

L'OE deve prevedere l'attivazione ogni anno di collaborazioni strutturate con nano e micro-influencer specializzati nel settore del vino e/o della sostenibilità. . Gli influencer devono essere selezionati prima dell'inizio delle attività, con un'attenta valutazione sia dei profili più affini agli obiettivi del progetto e sia sulla base della "classifica"/followers in quel momento. L'attività deve prevedere un ampio coinvolgimento degli influencers nel corso delle live session con invio di materiali promozionali, gadget e campioni.

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

Ogni WP deve garantire il raggiungimento minimo dei KPI indicati nella tabella "Indicatori di realizzazione e di risultato" paragrafo 5.1

Bilancio stimato

	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
<u>CONS. VINI D'ABRUZZO(CTVA)</u>	Totale GERMANIA: €. 7.458,00 Totale FRANCIA: €. 7.458,00 Totale ITALIA: €. 1.921,00	Totale GERMANIA: €. 7.458,00 Totale FRANCIA: €. 7.458,00 Totale ITALIA: €. 1.921,00	Totale GERMANIA: €. 7.458,00 Totale FRANCIA: €. 7.458,00 Totale ITALIA: €. 1.921,00
<u>COTES DE BORDEAUX ET CADILLAC (CBC)</u>	Totale ITALIA: €. 3.842,00	Totale ITALIA: €. 3.842,00	Totale ITALIA: €. 3.842,00

T2.3 PR: EVENTI IN GERMANIA E FRANCIA (B2B / B2C)

L'OE deve prevedere in Francia e Germania n. 2 importanti eventi di PR per un pubblico di n. 150 ospiti selezionati tra i principali opinion leader (sommelier, educatori del vino, giornalisti, influencer del vino, acquirenti, rivenditori, ecc.) e le Organizzazioni Proponenti (OP) come opportunità di alta visibilità per la campagna promozionale e i prodotti testimonial. Gli eventi devono essere organizzati come occasioni di infotainment – ad alto valore qualitativo e comunicativo – narrativi e glamour in una location suggestiva e di alto profilo (a titolo esemplificativo: barca sulla Senna a Parigi/hotel-ristorante di alto livello in Germania)

Si richiede di mantenere la seguente time-line:

- FRANCIA – PARIGI: anno 2 (M22), nella stessa settimana di Wine Paris (per ottimizzare i costi di viaggio)
- GERMANIA – MONACO/BERLINO: anno 3 (M30)

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

Ogni WP deve garantire il raggiungimento minimo dei KPI indicati nella tabella "Indicatori di realizzazione e di risultato" paragrafo 5.1

Bilancio stimato

	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
<u>CONS. VINI D'ABRUZZO(CTVA)</u>	0,00 €	Totale FRANCIA: €. 59.777,00	Totale GERMANIA: €.54.805,00
<u>COTES DE BORDEAUX ET CADILLAC (CBC)</u>	0,00 €	0,00 €	0,00 €



Pacchetto di lavoro 3: [Sito Web e Social Media]			
Obiettivi	O1) AUMENTARE IL LIVELLO DI RICONOSCIMENTO DEL LOGO EURO-LEAF DELL’UE – O2) AUMENTARE LA CONSAPEVOLEZZA DELLE INFORMAZIONI DEL BIOLOGICO DELL’UE		
WP 3 – SITO WEB			
T.3.1 – SITO WEB IN TEDESCO FRANCESE E ITALIANO (B2B/B2C)			
L’OE deve prevedere all’inizio dell’anno 1 (M3) la creazione di un sito web istituzionale della campagna con dominio .eu in tedesco, in francese, e italiano. Il sito dovrà essere organizzato con sezioni dedicate al progetto e ai suoi messaggi, prodotti, territori e metodi di produzione dei prodotti testimonial. Il sito web deve prevedere: - un costantemente aggiornato con notizie/news ed informazioni per favorire il coinvolgimento degli utenti e l’evoluzione della campagna promozionale; - l’attivazione di sezioni specifiche dedicate al B2B con iniziative per gli operatori ed informazioni approfondite sui prodotti - un’area download per i materiali digitali prodotti - una strategia SEO, di cui SIO (Search body Intent Optimisation) Tutti i risultati devono essere monitorati attraverso strumenti di analisi (conformi alla normativa europea), per verificare l’efficacia delle diverse sezioni e dell’attività SEO e ADV. Si richiede, a livello tecnico, la realizzazione del sito in WordPress o in un CMS altrettanto versatile e in versione responsive design, in modo da adattarsi a tutti i dispositivi. <i>Si richiede all’offerente di formulare la sua migliore proposta per favorire il raggiungimento degli obiettivi previsti e dettagliarne la metodologia di lavoro, le singole attività fornendo nell’offerta economica il dettaglio costi unitari per ogni singola attività proposta su ogni singolo paese target</i> <i>Ogni WP deve garantire il raggiungimento minimo dei KPI indicati nella tabella “Indicatori di realizzazione e di risultato” paragrafo 5.1</i>			
Risultati e bilancio stimato			
	Calendario	Calendario	Calendario
CONS. VINI D’ABRUZZO(CTVA)	Totale GERMANIA: € 2.825,00 Totale FRANCIA: € 2.825,00 Totale ITALIA: €. 1.017,00	Totale GERMANIA: € 508,50 Totale FRANCIA: € 508,50 Totale ITALIA: €. 508,50	Totale GERMANIA: € 508,50 Totale FRANCIA: € 508,50 Totale ITALIA: €. 508,50
COTES DE BORDEAUX ET CADILLAC (CBC)	Totale GERMANIA: € 1.017,00 Totale FRANCIA: € 1.017,00 Totale ITALIA: €. 2.825,00	Totale GERMANIA: € 508,50 Totale FRANCIA: € 508,50 Totale ITALIA: €. 508,50	Totale GERMANIA: € 508,50 Totale FRANCIA: € 508,50 Totale ITALIA: €. 508,50

T.3.2 SOCIAL MEDIA in GERMANIA, FRANCIA E ITALIA

L'OE deve prevedere a partire dal M4 l'attivazione di account dedicati alla campagna (Instagram). L'attività deve prevedere la creazione di un account diverso per ogni paese target.

La strategia social media deve essere pianificata con un calendario editoriale diversificato per paese target e nella lingua locale di ciascun paese target.

L'OE deve prevedere

- post informativi statici con descrizioni dei prodotti, valori del biologico, elementi che favoriscono il riconoscimento del vero biologico, suggerimenti di abbinamenti, ecc.),
- storie, grafici e reel,
- condivisione di link e idee sul sito web
- attività di PR digitale continua per favorire sia l'interazione che la costruzione di relazione solide con KOL

Il calendario delle pubblicazioni deve essere studiato per favorire la programmazione della pubblicità online (WP 4.1).

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

Ogni WP deve garantire il raggiungimento minimo dei KPI indicati nella tabella "Indicatori di realizzazione e di risultato" paragrafo 5.1

Risultati e bilancio stimato

	Calendario	Calendario	Calendario
<u>CONS. VINI D'ABRUZZO(CTVA)</u>	Totale GERMANIA: € 5.198,00 Totale FRANCIA: € 5.198,00 Totale ITALIA: €. 1.695,00	Totale GERMANIA: € 8.362,00 Totale FRANCIA: € 8.362,00 Totale ITALIA: €. 1.695,00	Totale GERMANIA: € 8.362,00 Totale FRANCIA: € 8.362,00 Totale ITALIA: €. 1.695,00
<u>COTES DE BORDEAUX ET CADILLAC (CBC)</u>	Totale GERMANIA: € 1.130,00 Totale FRANCIA: € 1.130,00 Totale ITALIA: €. 2.938,00	Totale GERMANIA: € 1.130,00 Totale FRANCIA: € 1.130,00 Totale ITALIA: €. 5.424,00	Totale GERMANIA: € 1.130,00 Totale FRANCIA: € 1.130,00 Totale ITALIA: €. 5.424,00



Pacchetto di lavoro 4: [PUBBLICITA']

Obiettivi	O1) AUMENTARE IL LIVELLO DI RICONOSCIMENTO DEL LOGO EURO-LEAF DELL'UE – O2) AUMENTARE LA CONSAPEVOLEZZA DELLE INFORMAZIONI DEL BIOLOGICO DELL'UE – O3) AUMENTARE IL VALORE DELLE ESPORTAZIONI E DELLE VENDITE DI VINI BIOLOGICI TESTIMONIALBIOLOGICI IN PAESI DI DESTINAZIONE
------------------	--

WP 4.1 – PUBBLICITA' ONLINE ADV IN GERMANIA FRANCIA E ITALIA

T.4.1– PUBBLICITA' ONLINE ADV IN GERMANIA FRANCIA E ITALIA

L'OE deve prevedere per tutti e 3 i paesi un mix di pubblicità online, basate su diverse piattaforme e canali a seconda del tipo di messaggio e del pubblico di destinazione. L'intensità della campagna deve essere proporzionale alle dimensioni del pubblico target e all'importanza del mercato.

Si deve prevedere l'attivazione di Instagram Ads che, attraverso la sponsorizzazione di slideshow, grafiche e post, dovranno servire per aumentare la consapevolezza dei messaggi del progetto, ad aumentare il pubblico dei canali social e a portare traffico qualificato al sito web creato per la campagna (WP 3). La campagna deve prevedere, sui paesi target, banner, post sui blog, inserzioni e newsletter.

L'OE deve prevedere per il Paese target Germania uno specifico piano di pubblicità online per operatori e esperti del settore vinicolo, in collaborazione con testate specializzate

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

Ogni WP deve garantire il raggiungimento minimo dei KPI indicati nella tabella "Indicatori di realizzazione e di risultato" paragrafo 5.1

Risultati e bilancio stimato

	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
<u>CONS. VINI D'ABRUZZO(CTVA)</u>	Totale GERMANIA: € 20.227,00 Totale FRANCIA: € 7.966,50 Totale ITALIA: €. 2.768,50	Totale GERMANIA: € 20.227,00 Totale FRANCIA: € 7.966,50 Totale ITALIA: €. 2.768,50	Totale GERMANIA: € 20.227,00 Totale FRANCIA: € 7.966,50 Totale ITALIA: €. 2.768,50
<u>COTES DE BORDEAUX ET CADILLAC (CBC)</u>	Totale GERMANIA: € 1.130,00 Totale FRANCIA: € 1.130,00 Totale ITALIA: € 1.130,00	Totale GERMANIA: € 1.130,00 Totale FRANCIA: € 1.130,00 Totale ITALIA: € 1.130,00	Totale GERMANIA: € 1.130,00 Totale FRANCIA: € 1.130,00 Totale ITALIA: € 1.130,00



Pacchetto di lavoro 5: [STRUMENTI DI COMUNICAZIONE]

Obiettivi	O1) AUMENTARE IL LIVELLO DI RICONOSCIMENTO DEL LOGO EURO-LEAF DELL'UE – O2) AUMENTARE LA CONSAPEVOLEZZA DELLE INFORMAZIONI DEL BIOLOGICO DELL'UE – O3) AUMENTARE IL VALORE DELLE ESPORTAZIONI E DELLE VENDITE DI VINI BIOLOGICI TESTIMONIALBIOLOGICI IN PAESI DI DESTINAZIONE
------------------	--

WP 5.1 – STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

T 5.1 – STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

L'identità visiva è il primo passo per dare un "volto" alla campagna, associando i messaggi e prodotti da promuovere con un'unica immagine di grande impatto. L'obiettivo deve essere presentare i prodotti testimonial ed i messaggi chiave del programma focalizzati sul logo EURO-LEAF. Si richiede di produrre almeno una proposta di key visual idonea al mercato italiano, francese e tedesco, utilizzando il claim o una sua interpretazione creativa (si veda art.2 "INFORMAZIONI PRINCIPALI DI PROGETTO")

Materiale per eventi:

Tutto il materiale dovrà integrare l'identità grafica complessiva della campagna, per creare un'immediata riconoscibilità del marchio tra i consumatori e professionisti durante gli eventi previsti dalla campagna. Quando possibile, il materiale esistente dovrà essere riutilizzato negli anni. L'OE deve prevedere la creazione di strumenti comunicative nelle diverse lingue (DE, FR, IT):

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

Ogni WP deve garantire il raggiungimento minimo dei KPI indicati nella tabella "Indicatori di realizzazione e di risultato" paragrafo 5.1

Risultati e bilancio stimato

	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
<u>CONS. VINI D'ABRUZZO(CTVA)</u>	Totale GERMANIA: € 12.430,00 Totale FRANCIA: € 11.413,00 Totale ITALIA: €. 1.130,00	Totale GERMANIA: € 1.243,00 Totale FRANCIA: € 1.469,00	Totale GERMANIA: € 1.243,00 Totale FRANCIA: € 1.469,00
<u>COTES DE BORDEAUX ET CADILLAC (CBC)</u>	Totale GERMANIA: € 1.582,00 Totale FRANCIA: € 1.186,50 Totale ITALIA: €. 4.463,50	Totale GERMANIA: € 904,00 Totale FRANCIA: € 621,50 Totale ITALIA: €. 1.073,50	Totale GERMANIA: € 904,00 Totale FRANCIA: € 621,50 Totale ITALIA: €. 1.073,50



Pacchetto di lavoro 6: [EVENTI]			
Obiettivi	O1) AUMENTARE IL LIVELLO DI RICONOSCIMENTO DEL LOGO EURO-LEAF DELL'UE – O2) AUMENTARE LA CONSAPEVOLEZZA DELLE INFORMAZIONI DEL BIOLOGICO DELL'UE – O3) AUMENTARE IL VALORE DELLE ESPORTAZIONI E DELLE VENDITE DI VINI BIOLOGICI TESTIMONIALBIOLOGICI IN PAESI DI DESTINAZIONE		
WP 6 – EVENTI			
T6.1 – FIERE E MANIFESTAZIONI			
Si deve prevedere la partecipazione alle seguenti fiere: - GERMANIA: PROWEIN Anno 1, Anno 2 e Anno 3 - FRANCIA: WINE PARIS Anno 1, Anno 2 e Anno 3 - ITALIA: VINITALY Anno 2 e Anno 3			
Si deve prevedere attività B2B, distribuzione di materiale informativo sul progetto, attività di PR e raccolta di contatti utili.			
Si richiede all'offerente di formulare la sua migliore proposta di format evento/seminario e target, fornendo nell'offerta economica il dettaglio costi unitari per ogni singola attività proposta su ogni singolo paese target			
Ogni WP deve garantire il raggiungimento minimo dei KPI indicati nella tabella "Indicatori di realizzazione e di risultato" paragrafo 5.1			
Risultati e bilancio stimato			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
CONS. VINI D'ABRUZZO(CTVA)	Totale GERMANIA: € 103.621,00 Totale FRANCIA: € 115.955,00	Totale GERMANIA: € 103.621,00 Totale FRANCIA: € 115.955,00	Totale GERMANIA: € 103,621,00 Totale FRANCIA: € 115.955,00
COTES DE BORDEAUX ET CADILLAC (CBC)	Totale FRANCIA: € 7.554,00	Totale FRANCIA: € 7.554,00 Totale ITALIA: € 11.413,00	Totale FRANCIA: € 7.554,00 Totale ITALIA: € 11.413,00

T6.2 – MASTERCLASS

Si deve prevedere la realizzazione di **Masterclass** ogni anno in ogni paese

Si richiede all'offerente di formulare la sua migliore proposta di format evento/seminario e target, fornendo nell'offerta economica il dettaglio costi unitari per ogni singola attività proposta su ogni singolo paese target

Ogni WP deve garantire il raggiungimento minimo dei KPI indicati nella tabella "Indicatori di realizzazione e di risultato" paragrafo 5.1

Risultati e bilancio stimato

	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
<u>CONS. VINI D'ABRUZZO(CTVA)</u>	Totale GERMANIA: € 14.142,00 Totale FRANCIA: € 7.571,00	Totale GERMANIA: € 14.142,00 Totale FRANCIA: € 7.571,00	Totale GERMANIA: € 14.142,00 Totale FRANCIA: € 7.571,00
<u>COTES DE BORDEAUX ET CADILLAC (CBC)</u>	Totale GERMANIA: € 5.520,00 Totale ITALIA: € 4.520,00	Totale GERMANIA: € 5.520,00 Totale ITALIA: € 4.520,00	Totale GERMANIA: € 5.520,00 Totale ITALIA: € 4.520,00

T6.3 – STUDY TRIPS

È necessario prevedere la realizzazione di viaggi studio in periodi strategici, per favorire l'esperienza diretta da parte dei partecipanti, la scoperta del territorio di origine, le specificità dei metodi di produzione biologica, favorire gli incontri con i produttori ed evidenziare i meriti e le garanzie legati al marchio Euro-leaf.

Si richiede all'offerente di formulare la sua migliore proposta di format evento/seminario e target, fornendo nell'offerta economica il dettaglio costi unitari per ogni singola attività proposta su ogni singolo paese target

Ogni WP deve garantire il raggiungimento minimo dei KPI indicati nella tabella "Indicatori di realizzazione e di risultato" paragrafo 5.1

Risultati e bilancio stimato

	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
<u>CONS. VINI D'ABRUZZO(CTVA)</u>	Totale GERMANIA: € 10.170,00 Totale FRANCIA: € 1.695,00	Totale GERMANIA: € 10.170,00 Totale FRANCIA: € 1.695,00	Totale GERMANIA: € 10.170,00 Totale FRANCIA: € 1.695,00
<u>COTES DE BORDEAUX ET CADILLAC (CBC)</u>	Totale GERMANIA: € 23.278,00 Totale FRANCIA: € 13.560,00 Totale ITALIA: € 20.453,00	Totale GERMANIA: € 23.278,00 Totale FRANCIA: € 13.560,00 Totale ITALIA: € 20.453,00	Totale GERMANIA: € 23.278,00 Totale FRANCIA: € 13.560,00 Totale ITALIA: € 20.453,00



5.1 INDICATORI DI REALIZZAZIONE E DI RISULTATO

Si specifica che, in unione alla realizzazione delle attività di cui sopra, l'OE deve garantire il raggiungimento dei seguenti indicatori triennali, come da progetto approvato dalla Commissione europea.

Indicatori di realizzazione e di risultato		
WP	Indicatori di realizzazione	Indicatori di risultato
Pacchetto di lavoro 2	9 comunicati stampa in Germania	180 articoli online o cartacei pubblicati in Germania
	9 comunicati stampa in Francia	180 articoli online o cartacei pubblicati in Francia
	8 comunicati stampa in Italia	150 articoli online o cartacei pubblicati in Italia
	9 collaborazioni con influencer in Germania	2.250.000 persone raggiunte in Germania
	9 collaborazioni con influencer in Francia	2.250.000 persone raggiunte in Francia
	9 collaborazioni con influencer in Italia	1.350.000 persone raggiunte in Italia
	1 evento PR in Francia	
	1 evento di PR in Germania	
Pacchetto di lavoro 3	1 sito web	30.000 visitatori del sito web
	1 account Instagram in Germania	1.500 follower in Germania
	1 account Instagram in Francia	1.500 follower in Francia
	1 account Instagram in Italia	1.000 follower in Italia
Pacchetto di lavoro 4	3 campagne su pubblicazioni enologiche in Germania	150.000 visitatori su pubblicazioni online sul vino in Germania
	3 campagne Meta Ads in Germania	4.680.000 persone raggiunte in Germania
	3 campagne Meta Ads in Francia	2.430.000 persone raggiunte in Francia
	3 campagne Meta Ads in Italia	1.500.000 persone raggiunte in Italia (IT)



Pacchetto di lavoro 5	1 identità visiva (logo e immagine) 17.500 brochure in tedesco 17.500 brochure in francese 10.000 brochure in italiano 450 schede di degustazione in tedesco 300 schede di degustazione in francese 150 schede di degustazione in italiano 600 gadget per la Germania 600 gadget per la Francia 300 gadget per l'Italia	100% della distribuzione dei materiali
Pacchetto di lavoro 6	3 partecipazioni a Prowein 3 partecipazioni a Wine Paris 2 partecipazioni a Vinitaly 9 masterclass in Germania 3 masterclass in Francia 3 masterclass in Italia 6 viaggi di studio a Bordeaux dalla Germania 9 viaggi di studio a Bordeaux dalla Francia 6 viaggi di studio a Bordeaux dall'Italia 3 viaggi studio in Abruzzo dalla Germania e dalla Francia	9.000 operatori raggiunti al Prowein 9.000 operatori raggiunti al WineParis 4.000 operatori raggiunti al Vinitaly 165 partecipanti in Germania 60 partecipanti in Francia 45 partecipanti in Italia 42 partecipanti a viaggi di studio dalla Germania 72 partecipanti a viaggi di studio dalla Francia 36 partecipanti a viaggi di studio dall'Italia 18 partecipanti a viaggi di studio dalla Germania e 3 dalla Francia



PROCEDURA DI SCELTA DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE

6. REQUISITI PER LA PARTECIPAZIONE

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

È vietato al concorrente che partecipa alla gara in forma associata di partecipare anche in forma individuale.

Nel caso di partecipazione associata, i successivi requisiti di cui all'art. 6.1 devono essere detenuti da tutti i partecipanti al momento della presentazione dell'offerta.

Tutti i requisiti dovranno risultare comprovabili attraverso idonea documentazione probatoria che l'offerente selezionato sarà chiamato a produrre prima dell'aggiudicazione.

6.1 Inesistenza di condizioni preclusive alla contrattazione

La partecipazione alla presente procedura è riservata agli operatori economici (OE) che attestino, mediante la presentazione della documentazione di gara e delle dichiarazioni integrative richieste, l'assenza delle seguenti condizioni:

1. **Assenza di gravi violazioni di legge:** Non devono sussistere sentenze definitive o provvedimenti amministrativi che accertino l'esistenza di gravi reati (es. corruzione, frode, partecipazione a organizzazioni criminali) o di infrazioni gravi e definitive alle norme in materia fiscale, previdenziale o ambientale. (Riferimento implicito all'art. 94 D.Lgs. 36/2023 - Cause di esclusione automatica).
2. **Assenza di gravi illeciti professionali:** Non devono sussistere comportamenti professionali gravi e accertati che mettano in discussione l'affidabilità o l'integrità dell'OE, inclusa la mancata o irregolare esecuzione di precedenti contratti pubblici o la falsa dichiarazione in precedenti procedure. (Riferimento implicito all'art. 95 D.Lgs. 36/2023 - Cause di esclusione non automatica).
3. **Regolarità contrattuale e contributiva:** Essere in regola con gli obblighi relativi al pagamento dei contributi previdenziali e assistenziali e con gli obblighi fiscali, secondo la legislazione italiana (DURC regolare) o del Paese di stabilimento.
4. **Assenza di altre misure ostative:** Non essere sottoposto a fallimento, liquidazione coatta, concordato preventivo o altra misura equivalente nel proprio Paese.

Il Consorzio si riserva la facoltà di verificare l'effettiva sussistenza di tali condizioni attraverso la consultazione di banche dati pubbliche e richiedendo, ove necessario, i documenti giustificativi all'OE.

6.2 Requisiti di capacità economica e finanziaria

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

- o Deve dimostrare di aver conseguito un fatturato globale **non inferiore a € 2.900.000,00** (duemilioninovecentomila/00), maturato nei migliori tre anni degli ultimi cinque anni precedenti a quello di indizione della procedura, in conformità con quanto previsto dalla normativa interna. Il fatturato deve essere al netto dell'IVA e risultare 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 degli ultimi due bilanci approvati 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 2), firmata dal legale rappresentante.

Tali requisiti devono essere posseduti dall'operatore economico nel suo complesso, ovvero come soggetto in raggruppamento temporaneo d'impresa.

6.3 Requisiti di capacità tecnica e professionale

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

- aver realizzato nel triennio 2022-2023-2024 e nei 10 anni precedenti la data di indizione della presente procedura servizi analoghi a quelli oggetto della gara come dettagliato nel prospetto seguente e nell'elenco dei principali servizi svolti allegato per un importo non inferiore complessivamente ad Euro 1.400.000,00 (in lettere: Euro unmilionequattrocentomila/00) al netto dell'IVA;
- allegare i CV del personale impiegato, nell'eventuale esecuzione del Programma, dai quali si evinca una comprovata esperienza in servizi analoghi a quelli oggetto della gara.

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

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

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato 2) firmata dal Legale Rappresentante del soggetto proponente e l'invio dei CV delle figure professionali previste nell'esecuzione dell'incarico.

Tali requisiti devono essere posseduti dall'operatore economico o dal raggruppamento temporaneo d'impresa 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. CRITERI DI AGGIUDICAZIONE e COMMISSIONE GIUDICATRICE

La **Commissione giudicatrice è nominata dopo la scadenza del termine per la presentazione delle offerte** ed è composta da un numero massimo di 5 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'Organismo di Esecuzione sarà selezionato in base al criterio dell'**offerta economicamente più vantaggiosa** individuata sulla base del miglior rapporto qualità/prezzo.

Questo criterio è applicato alla procedura di selezione in conformità con l'art. 108 del D.Lgs. 36/2023, considerato come best practice per la valutazione di servizi complessi come quelli di promozione e comunicazione, garantendo la scelta dell'offerta che presenta il miglior equilibrio tra performance tecnica e prezzo proposto.

Punteggio Complessivo

Il punteggio massimo totale attribuibile è di **100 punti**, così ripartiti:

- **Offerta Tecnica (Qualità):** massimo 85 punti
- **Offerta Economica (Prezzo):** massimo 15 punti

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

L'Offerta Tecnica dovrà assicurare i requisiti minimi descritti nel presente capitolato tecnico, dovrà essere formulata in modo da fornire tutti gli elementi necessari ad una valutazione completa ed approfondita in merito al contenuto ed alla qualità del servizio proposto, la cui elaborazione deve essere connotata da sinteticità, concretezza e realizzabilità.

Il punteggio tecnico di massimo 85 punti sarà attribuito sulla base della chiarezza, logicità e rigore metodologico dell'esposizione, sinteticità, completezza e coerenza rispetto a quanto richiesto negli atti di gara, in applicazione dei seguenti criteri e sub -criteri valutati come indicati dalla seguente tabella.

OFFERTA TECNICA: MASSIMO 85 PUNTI		
Criteri	Sottocriteri	Punteggio massimo
1.QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA - STRATEGIA COMPLESSIVA	Qualità della articolazione della strategia complessiva e delle attività e loro coerenza con le specifiche previste dal capitolato dal Programma promozionale di riferimento	Fino a 5 punti
	Capacità di produrre i risultati previsti e di raggiungere gli obiettivi previsti dal progetto	Fino a 5 punti
		Massimo 10
2.QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA - ATTIVITÀ DI PROGETTO	Creatività ed innovazione degli strumenti proposti nella pianificazione del programma di attività	Fino a 6 punti
	Efficacia e capacità degli output proposti e previsti di comunicare il messaggio del progetto	Fino a 6 punti
	Qualità della proposta grafica e del concept	Fino a 6 punti
	Qualità della proposta nell'individuazione del target group e del posizionamento sui mercati target	Fino a 6 punti



	Qualità del gruppo di lavoro dedicato alla gestione delle attività di progetto (valutazione CV del gruppo di lavoro dedicato alla realizzazione delle singole attività di progetto)	Fino a 6 punti
		Massimo 30
3.QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA – APPROCCIO METODOLOGICO	Congruenza nelle modalità di realizzazione ed esecuzione delle azioni rispetto alle modalità di esecuzione delle attività e delle iniziative previste dal Programma	Fino a 15 punti
	Adeguatezza della pianificazione in termini di coerenza con gli obiettivi della strategia di comunicazione e coerenza rispetto alle tempistiche della programmazione: in particolare, coerenza tra il cronoprogramma delle attività proposto ed efficacia della realizzazione delle singole azioni, anche in relazione alle risorse professionali coinvolte	Fino a 7 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 7 punti
	Qualità nel coordinamento del progetto (valutazione CV del professionista incaricato del coordinamento delle attività di progetto)	Fino a 4 punti
	Esperienza specifica dell'ente esecutore in merito alla gestione di programmi finanziati a valere sul Reg. 1144/2014	Fino a 5 punti
	Servizi/attività aggiuntivi proposti migliorativi del servizio	Fino a 3 punti
	Modalità di interazione/assistenza fornita ai beneficiari	Fino a 4 punti
		Massimo 45
Punteggio massimo Offerta tecnica		85

Per la determinazione dei punteggi ottenuti dell'offerta tecnica in relazione ai rispettivi criteri e sotto-criteri 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:

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	Analisi economica: Analisi di economicità delle iniziative proposte, secondo i prezzi di mercato	Fino a 6 punti
	Onorario: 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 9 punti
Punteggio massimo attribuibile		15

Per quanto riguarda l'offerta economica per le attività (massimo di 6 punti su 100) il punteggio verrà attribuito sulla base della seguente formula:

$$\text{punteggio "offerta economica per le attività" considerata} = \frac{\text{Offerta X}}{\text{Offerta massima}} \times 6$$

dove:

- Offerta massima: è l'offerta economica per le attività (SUBTOTALE ATTIVITÀ) più alta tra quelle presentate;
- Offerta X: è l'offerta economica per le attività (SUBTOTALE ATTIVITÀ) dell'operatore economico considerato.

Per quanto riguarda l'offerta economica per l'onorario dell'operatore economico partecipante (massimo di 9 punti su 100) il punteggio verrà attribuito sulla base della seguente formula:

punteggio offerta economica per l'onorario dell'operatore economico considerato =

Onorario % minimo

$$\frac{\text{Onorario \% X}}{\text{Onorario \% minimo}} \times 9$$



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 BUSTA/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 con una estrazione a sorte fra i predetti concorrenti.

Il Consorzio 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 il Consorzio 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, il Consorzio si riserva la facoltà di conferire l'incarico al soggetto posto successivamente in graduatoria, espletati i controlli di rito.

Si procederà all'aggiudicazione anche nel caso in cui venga presentata un'unica offerta valida, purché congrua.

Il Consorzio 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 in quanto capofila.

8. MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLE OFFERTE

8.1. Termini e modalità di Presentazione



Gli operatori economici dovranno presentare la propria offerta entro e non oltre il **termine perentorio del 2 MARZO 2026 alle ore 12.00**

La documentazione dovrà essere redatta in lingua italiana e inglese dove richiesto nel capitolato. Gli operatori economici interessati a partecipare al bando di gara per la selezione dell'operatore economico dovranno, a pena di esclusione, far pervenire tutta la documentazione necessaria tramite:

- PEC: L'offerta deve essere suddivisa e inviata in tre messaggi PEC distinti come sottoindicato (si prega di nominare tutti i file allegati con non più di 15 caratteri).

L'offerta deve essere inviata al seguente indirizzo PEC: consorzio-viniabruzzo@pec.it

L'oggetto del messaggio PEC dovrà riportare le seguenti diciture:

- "PEC A: Documentazione amministrativa - Bando di Selezione Organismo di Esecuzione BIEWINES"
 - "PEC B: Offerta tecnica - Bando di Selezione Organismo di Esecuzione BIEWINES"
 - "PEC C: Offerta economica - Bando di Selezione Organismo di Esecuzione BIEWINES"
- Posta mezzo raccomandata A/R o consegna a mano: con responsabilità di consegna entro i termini previsti dal presente capitolato a carico del mittente.

BUSTE: devono essere inviate in un plico chiuso contenente 3 buste ugualmente chiuse e sigillate con nastro adesivo o altro mezzo idoneo, contenenti la documentazione in formato elettronico (chiavetta USB).

L'oggetto indicato sopra ciascuna BUSTA dovrà riportare le seguenti diciture:

- "BUSTA A: Documentazione amministrativa - Bando di Selezione Organismo di Esecuzione BIEWINES"
- "BUSTA B: Offerta tecnica - Bando di Selezione Organismo di Esecuzione BIEWINES"
- "BUSTA C: Offerta economica - Bando di Selezione Organismo di Esecuzione BIEWINES"

Indirizzo a cui spedire a mezzo raccomandata A/R o a mano:

Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo
Corso Matteotti -Palazzo Corvo
39100 ORTONA(CH)
ITALY
C.A. Presidente ALESSANDRO NICODEMI

In caso di spedizione via posta o consegna a mano la consegna è a carico e rischio del mittente e deve avvenire entro e non oltre ora e giorno di scadenza e sull'esterno del plico deve essere riportata, oltre all'indicazione del mittente (singolo o dei soggetti raggruppati), la seguente dicitura:



BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA MULTIPLO DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI - PAESI TARGET: ITALIA- GERMANIA – FRANCIA

In caso di spedizione via posta mezzo raccomandata A/R e/o consegna a mano, come indicato in precedenza, è necessario inserire su tre chiavette USB inserite in tre buste diverse i documenti richiesti per l'offerta amministrativa (Chiavetta A inserita nella busta A sigillata – offerta tecnica chiavetta B inserita nella busta B sigillata – offerta amministrativa chiavetta C inserita nella busta C sigillata). Le tre buste sigillate, devono essere inserite in un unico plico che le contenga per la spedizione.

Farà fede unicamente l'ora di ricezione presso il Consorzio ovvero l'ora di ricezione registrata dal sistema PEC (nel caso di invio digitale).

8.2. Composizione dell'Offerta (Buste/PEC)

Indipendentemente dalla modalità di invio scelta, l'offerta dovrà essere composta da tre sezioni distinte, in ottemperanza ai principi di separazione tra offerta tecnica ed economica:

E' ESPRESSAMENTE RICHIESTO DI NOMINARE I FILE ALLEGATI CON NON PIU' DI 15 CARATTERI NEL SEGUENTE MODO – ESEMPIO

- All. A NOME OE
- All. 1 NOME OE
- Visura NOME OE
- Elenco soci NOME OE

A) PEC/BUSTA AMMINISTRATIVA

Contenente la documentazione attestante i requisiti di partecipazione e l'assenza delle condizioni preclusive, tra cui:

- a) Domanda di partecipazione alla procedura secondo il modello di cui all'Allegato A, compilata e firmata dal legale rappresentante del relativo operatore economico;
- b) Dichiarazione sull'insussistenza di situazioni di conflitto di interessi per l'operatore economico offerente, eventuali partners in ATS ed eventuali subappaltatori, come da fac-simile *Allegato 1* comprensivo di:
 - o visura camerale aggiornata (rilasciata da meno di sei mesi) o documento equipollente rilasciato dall'autorità competente del Paese di appartenenza.
 - o elenco dei soci e dei titolari effettivi (D.lgs. 231/2007).
 - o visura camerale aggiornata delle società associate, collegate o controllate dall'Organismo di esecuzione o documento equipollente rilasciato dall'autorità competente del Paese di appartenenza.
 - o visura delle cariche attive e visura delle quote attive aggiornate di tutti i soci persone fisiche appartenenti all'Organismo di esecuzione e delle eventuali società associate, collegate o controllate, o documento equipollente rilasciato dall'autorità competente del Paese di appartenenza.
 - o elenco dei subappaltatori dell'Organismo di esecuzione.



- autodichiarazione di assenza di conflitto di interessi, con la quale l'Organismo di esecuzione attesta di non aver partecipato alle fasi principali di elaborazione dei documenti che compongono il programma presentato al REA dall'Organizzazione proponente.
- c) Dichiarazioni richieste secondo il modello di cui al fac-simile Allegato 2 al capitolato, compilato e firmato dal legale rappresentante dell'operatore economico offerente, eventuali partners in ATS ed eventuali subappaltatori;
- d) il documento di identità del/dei sottoscrittore/i;
- e) Documentazione a comprova dei requisiti:
 - lettera di referenze bancaria attestante il possesso dei mezzi finanziari necessari per garantire l'esecuzione delle azioni previste dal Programma (idonee referenze bancarie).
 - ultimi 2 bilanci depositati con ricevuta di deposito.
 - copia del DURC o DSAN di attestazione della regolarità contributiva.
- f) CV dell'operatore economico offerente, eventuali partners in ATS ed eventuali subappaltatori (CV aziendale);
- g) Nel caso di presenza di subappaltatori dell'operatore economico, per ogni singolo subappaltatore dovrà essere allegata la seguente documentazione:
 - visura camerale aggiornata (rilasciata da meno di sei mesi) o documento equipollente rilasciato dall'autorità competente del Paese di appartenenza.
 - elenco dei soci e dei titolari effettivi (D.lgs. 231/2007).
 - visura delle cariche attive e visura delle quote attive aggiornate di tutti i soci persone fisiche appartenenti ai subappaltatori dell'Organismo di esecuzione e delle eventuali società associate, collegate o controllate, o documento equipollente rilasciato dall'autorità competente del Paese di appartenenza.

B) PEC B/BUSTA TECNICA

Contenente gli elementi soggetti a valutazione qualitativa (max 85 punti):

1. Relazione tecnica dettagliata delle attività (Strategia, Attività, Cronoprogramma)
2. Proposte grafiche e Key-visual
3. CV del personale impiegato

Nota: L'offerta tecnica non deve contenere alcun riferimento a prezzi o costi, pena l'esclusione.

NOTE METODOLOGICHE:

La relazione tecnica dettagliata delle attività (Strategia, Attività, Cronoprogramma) deve rispettare le seguenti indicazioni:

- deve essere contenuta nel limite massimo 30 cartelle (Es. 30 fogli word – 30 slide PPT)
- dimensione minima dei caratteri: Arial 10 punti – interlinea 1,15
- dimensione delle pagine: A4
- margini (superiore, inferiore, sinistro e destro): almeno 15 mm (esclusi i piè di pagina e le intestazioni)

La relazione tecnica deve inoltre contenere indicazioni in merito a:

1. Strategia complessiva



L'operatore dovrà articolare la propria proposta proponendo le strategie realizzative che ritiene maggiormente efficaci al perseguimento degli obiettivi progettuali utilizzando le sottostanti indicazioni:

- dimostrazione della capacità del gruppo di lavoro di produrre i risultati previsti dal progetto;
- articolazione della strategia complessiva: coerenza tra la strategia complessiva progettuale e le singole attività;
- modalità di raggiungimento degli obiettivi specifici e dei risultati indicati nel progetto.

2. Azioni di progetto

L'operatore economico dovrà articolare la propria proposta proponendo tipologie di attività e le modalità realizzative che ritiene maggiormente efficaci per la realizzazione degli obiettivi progettuali utilizzando le sottostanti indicazioni:

- descrizione del piano di attività: deve contenere una descrizione dettagliata di ciascuna attività, con motivazione della scelta in relazione all'efficacia nel raggiungimento degli obiettivi del programma, delle tematiche da diffondere e trattare, del paese target e gruppi target, dimostrando ponderata selezione per il massimo impatto raggiungibile; deve riportare una proposta grafica e del concept e contenuto dei messaggi promozionali descrivendo e motivando la loro coerenza con gli obiettivi del programma; dovrà indicare per ciascuna attività KPI attesi; dovrà riportare indicazione del numero e la tipologia di contatti attesi (diretti e indiretti);
- presentazione del gruppo di lavoro responsabile della realizzazione delle attività di comunicazione e di promozione e dimostrazione della capacità del gruppo di lavoro di realizzare efficacemente le azioni.

3. Approccio metodologico e articolazione delle attività

Per ogni tipologia di attività riportata nel capitolato tecnico, dovranno essere descritti gli specifici interventi che s'intendono porre in essere per raggiungere gli obiettivi del programma.

Le attività e i relativi interventi dovranno essere coerenti con la strategia proposta per i mercati target e con i relativi gruppi di destinatari e dovranno essere declinati in funzione dei punti sotto riportati:

1. modalità di esecuzione delle azioni: descrizione delle modalità operative utilizzate per la prestazione dei servizi e relativa coerenza con le finalità e con gli obiettivi della campagna di comunicazione proposta e con il Programma;
2. indicazione dei KPI attesi;
3. cronoprogramma: adeguatezza di tempi e risorse, previsti nel cronoprogramma e sua coerenza con il programma che dovrà articolarsi nell'arco temporale di tre anni;
4. coerenza con la strategia generale e le modalità esecutive degli interventi sopra proposti;
5. descrizione dei meccanismi di monitoraggio e della corretta esecuzione delle attività;
6. presentazione degli eventuali ulteriori attività/servizi proposti e delle modalità di assistenza fornite al consorzio



7. descrizione del gruppo di lavoro e delle specifiche responsabilità in relazione alle diverse attività.

I precedenti punti devono essere organizzati e presentati secondo i criteri e sotto-criteri descritti all'art. 7 e per attività.

La proposta grafiche e Key-visual deve essere declinata per i mercati target ITALIA, FRANCIA e GERMANIA e deve pervenire in un file separato dalla relazione tecnica.

C) PEC C/BUSTA ECONOMICA

Contenente esclusivamente l'Offerta Economica su fac-simile **Allegato 3**.

Il file deve essere trasmesso **sia in .xls che trasformato in pdf firmato digitalmente**.

Il file Allegato 3 dovrà contenere:

- Indicazione del prezzo complessivo
- Indicazione separata dei Costi della Manodopera: ai sensi dell'art. 41 comma 14 del D.Lgs. 36/2023, l'operatore economico dovrà indicare, a pena di esclusione, l'importo dei costi della manodopera che non sono soggetti a ribasso
- Indicazione separata dell'onorario dell'operatore economico

AVVERTENZA: Ai sensi dell'art. 41 comma 14 del D.Lgs. 36/2023, la Busta Economica dovrà contenere l'indicazione separata dei costi della manodopera.

I costi dovranno essere dettagliati per ogni azione e tipologia di attività necessaria per l'organizzazione e realizzazione del servizio (**SUB-TOTALE ATTIVITÀ**) con indicazione del **VALORE DELL'ONORARIO DELL'OPERATORE ECONOMICO**, secondo lo schema dell'Allegato 3, che dovrà essere compilato per ogni singola annualità di progetto (anno 1, anno 2 e anno 3) e per ogni singolo Paese target (ITALIA, GERMANIA e FRANCIA).

L'Allegato 3 contiene n. 5 fogli di lavoro che formeranno l'offerta economica:

- a) Budget generale riassuntivo per paese ed anni;
- b) Budget generale dettagliato per paesi ed anni;
- c) Budget Italia per anno;
- d) Budget Germania per anno;
- e) Budget Francia per anno.

L'Allegato 3 dovrà essere inserito nella PEC C – Offerta economica.

Dovrà essere evidenziato **l'onorario dell'operatore economico**.

Dovrà essere evidenziato **il costo della Manodopera** in termini percentuali

Il compenso dell'Organismo di esecuzione (onorario dell'operatore economico) dovrà essere al massimo pari al 13% del costo totale riferito alle azioni (SUB-TOTALE GENERALE ATTIVITÀ').

*NB: IL TOTALE DELL'OFFERTA ECONOMICA deve essere al massimo pari al totale dell'importo della presente procedura di selezione (€ 1.457.248,00 IVA esclusa).



8.3. Modalità di apertura delle offerte

La Commissione giudicatrice si riunirà in presenza o da remoto mediante una piattaforma di videoconferenza e le relative modalità verranno comunicate ai soggetti offerenti.

Data **3 MARZO 2026 ore 11.00 - Seduta pubblica** realizzata in presenza o da remoto tramite piattaforma elettronica di videoconferenza per l'apertura della PEC A/BUSTA A e verifica della documentazione amministrativa.

La valutazione delle offerte tecniche avverrà in una o più sedute riservate in presenza o da remoto mediante una 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 pubblica, a conclusione dei lavori di valutazione delle offerte tecniche effettuati dalla predetta Commissione.

Per eventuali domande e/chiarimenti per l'esecuzione dell'offerta è possibile rivolgersi **ESCLUSIVAMENTE** per e-mail inserendo con oggetto "RICHIESTA INFORMAZIONI GARA DI SELEZIONE ENTE ESECTORE REG.1144" a:

➤ **segreteria@viniabruzzo.it**

Ai quali seguirà risposta esclusivamente per iscritto.

Le richieste di chiarimento devono pervenire entro il 23 FEBBRAIO 2026 ore 12.00.

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

Le comunicazioni da parte del Consorzio avverranno a mezzo posta elettronica (PEC) all'indirizzo di posta elettronica indicato dal concorrente.

9. COSTI DELLA MANODOPERA

9.1. Trasparenza e Tutela del Lavoro

In conformità all'articolo **41, comma 14, del D.Lgs. 36/2023** e in applicazione dei principi di legalità e tutela dei lavoratori, i costi relativi alla manodopera sono oggetto di una disciplina specifica.

9.2. Stima del Consorzio

I costi della manodopera devono risultare coerenti rispetto alle attività di ogni singolo WP e rispettare gli obblighi di seguito indicati

9.3. Obblighi degli Operatori Economici

L'operatore economico partecipante ha i seguenti obblighi:

1. **Indicazione separata:** Deve indicare nella propria Busta Economica l'importo dei **propri costi della manodopera**
2. **CCNL di Riferimento:** Il costo del personale dipendente deve essere determinato in conformità ai **contratti collettivi nazionali di lavoro (CCNL)** del settore e dell'area geografica di esecuzione, in vigore alla data di presentazione dell'offerta, garantendo i trattamenti salariali minimi inderogabili.



10. RICHIESTA DI INTEGRAZIONE DOCUMENTALE

10.1. Procedura di Integrazione

Il Consorzio si riserva la facoltà di richiedere agli operatori economici il completamento, l'integrazione o la regolarizzazione di documentazione amministrativa o dichiarazioni incomplete, imprecise o irregolari che non pregiudichino l'integrità o la sostanza dell'offerta tecnica ed economica.

10.2. Termini e Modalità

A tal fine, il Consorzio assegnerà all'operatore economico un termine non inferiore a **cinque** e non superiore a **dieci giorni** (a discrezione del Consorzio), decorrente dalla data di ricezione della richiesta inviata tramite Pec, per la presentazione della documentazione integrativa.

10.3. Esclusioni

La mancata regolarizzazione della documentazione richiesta nel termine assegnato comporta l'esclusione dell'operatore economico dalla procedura di selezione.

Non è ammessa la richiesta di integrazione per sanare le omissioni, le imprecisioni o le irregolarità che riguardano:

- Gli elementi essenziali dell'offerta tecnica;
- Gli elementi essenziali dell'offerta economica;
- La documentazione che comprova la mancanza del requisito di ammissione;
- Il Documento di Gara Unico Europeo su formato fac-simile Allegato 2, in relazione all'assenza dei motivi di esclusione.

Le carenze di qualsiasi elemento formale della domanda, e in particolare, la mancanza, l'incompletezza e ogni altra irregolarità essenziale degli elementi, con esclusione di quelle afferenti al contenuto sostanziale dell'offerta economica e dell'offerta tecnica, possono essere sanate attraverso la procedura di integrazione di cui al presente articolo.

L'irregolarità essenziale è sanabile laddove non si accompagni ad una carenza sostanziale del requisito alla cui dimostrazione la documentazione omessa o irregolarmente prodotta era finalizzata.

La successiva correzione o integrazione documentale è ammessa laddove consenta di attestare l'esistenza di circostanze preesistenti, vale a dire requisiti previsti per la partecipazione e documenti/elementi a corredo dell'offerta.

Nello specifico valgono le seguenti regole:

- il mancato possesso dei prescritti requisiti di partecipazione non è sanabile mediante integrazione ed è causa di esclusione dalla procedura di gara;
- l'omessa o incompleta nonché irregolare presentazione delle dichiarazioni sul possesso dei requisiti di partecipazione e ogni altra mancanza, incompletezza o irregolarità della domanda, sono sanabili, ad eccezione delle false dichiarazioni;
- la mancata presentazione di elementi a corredo dell'offerta ovvero di condizioni di partecipazione alla gara, aventi rilevanza in fase di gara, sono sanabili, solo se preesistenti e comprovabili con elementi di data certa anteriore al termine di presentazione dell'offerta;
- il difetto di sottoscrizione della domanda di partecipazione, delle dichiarazioni richieste e dell'offerta è sanabile.



In ogni caso, costituiscono irregolarità essenziali non sanabili le carenze della documentazione che non consentono l'individuazione del contenuto o del soggetto responsabile della stessa.

In caso di inutile decorso del termine, si procederà all'esclusione del concorrente dalla procedura. Ove il concorrente produca dichiarazioni o documenti non perfettamente coerenti con la richiesta, è possibile chiedere ulteriori precisazioni o chiarimenti, limitate alla documentazione presentata in fase di integrazione, fissando un termine a pena di esclusione.

11. GRUPPO DI LAVORO

Il gruppo di lavoro indicato in sede di offerta non potrà essere modificato, né nel numero complessivo dei componenti né nella persona dei singoli componenti, senza il preventivo assenso della committente. A tale scopo il soggetto aggiudicatario dovrà formulare specifica e motivata richiesta indicando i nominativi e i curricula dei componenti proposti in sostituzione di quelli indicati in sede di offerta. La sostituzione sarà ammessa solo se i sostituti proposti presentano un curriculum analogo o più qualificato rispetto a quello delle persone sostituite.

La sostituzione o variazione del gruppo di lavoro senza assenso della committente è causa di risoluzione del contratto.

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.

12. OBBLIGHI DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE SELEZIONATO

A seguito della stipula della convenzione con REA del Programma presentato a valere sul Bando Programmi Multipli AGRIP- MULTI – 2025 - IM -ORGANIC EU del Reg. (UE) n. 1144/2014, del Reg. delegato (UE) n. 2015/1829, del Reg. di esecuzione (UE) n. 2015/1831 e a seguito della sottoscrizione del relativo contratto, saranno a carico dell'Organismo di esecuzione i seguenti elementi:

- lo svolgimento dei servizi oggetto dell'appalto, in accordo e collaborazione con il Consorzio e nell'accettazione integrale e incondizionata del contenuto del presente capitolato;
- l'adeguata e tempestiva informazione sulla realizzazione delle attività di programma e conseguimento dei relativi deliverable ed output;
- 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 quelli che venissero eventualmente emanati 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 e con le regole di concorrenza applicabili in materia;
- l'Organismo esecutore dovrà sovrintendere all'attività di monitoraggio amministrativo/finanziario del programma, compresi la tenuta dei registri, e documenti giustificativi, la trasmissione dei deliverables e la predisposizione delle azioni e delle domande di pagamento. la raccolta e la conservazione dei documenti e dei materiali giustificativi;

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 del Consorzio 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.

13. RISERVATEZZA E GDPR

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.



14. PREVENZIONE DEL CONFLITTO DI INTERESSE E OBBLIGO DI TERZIETÀ

14.1. Quadro Normativo e Principio di Terzietà

Il Consorzio adotta ogni misura idonea a prevenire, identificare e risolvere situazioni di conflitto di interesse, ai sensi dell'art. 16 del D.Lgs. 36/2023, applicato in via analogica, e del principio di **Terzietà** richiesto dai regolamenti UE.

Si stabilisce il divieto assoluto per gli Operatori Economici (OE) di aver svolto, direttamente o indirettamente, alcuna attività preparatoria della gara, inclusa la stesura di parti del Programma, in modo da non poterne influenzare il risultato, gli esiti né la gestione.

14.2. Definizione di conflitto di interesse

Si intende per conflitto di interesse qualsiasi situazione in cui un soggetto che agisce per conto del Consorzio (personale, membri del CdA, esperti, membri della Commissione giudicatrice, RUP) o un operatore economico partecipante, abbia, direttamente o indirettamente, un **interesse finanziario, economico o altro interesse personale** che possa essere percepito come in grado di influenzare la sua imparzialità e indipendenza nel contesto della procedura di selezione.

Rientrano nella definizione, a titolo esemplificativo:

- a) Relazioni di parentela o affinità.
- b) Rapporti di convivenza o frequentazione abituale.
- c) Rapporti economici o commerciali pregressi o attuali significativi.
- d) Rapporti di lavoro o collaborazione, anche saltuari, che possano determinare un vantaggio indebito.
- e) **Interesse Economico/Finanziario:** Sussistenza di un interesse finanziario, economico o altro interesse personale che possa essere percepito come in grado di influenzare l'imparzialità nella procedura di selezione o nella fase di esecuzione.
- f) **Legami di Comunità:** Presenza di interessi economici, affinità politiche o nazionali, legami familiari o affettivi od ogni altra comunanza di interessi ai sensi dell'art. 2 del Regolamento (UE) n. 1831 del 2015.

14.3. Misure di Prevenzione e Obblighi di Dichiarazione

A. Per l'Organismo di Esecuzione (OE) - Operatore Economico:

L'OE ha l'obbligo di dichiarare, in sede di presentazione dell'offerta, tramite l'Allegato 2 DGUE e l'Allegato 1:

1. Di non aver svolto **alcuna attività preparatoria** della gara rimanendone terzo.
2. Di non trovarsi in alcuna situazione di conflitto di interesse, come definita al punto 14.2.
3. L'obbligo di estendere tale dichiarazione ai propri dipendenti, soci, amministratori e collaboratori principali coinvolti nel Programma.
4. **Estensione ai Subcontraenti:** L'OE si impegna a imporre a **tutti i subcontraenti**, a qualsiasi livello della catena di affidamento, i medesimi obblighi di dichiarazione di assenza di conflitto di interesse e di terzietà. L'OE dovrà acquisire e trasmettere al **Consorzio** la dichiarazione di assenza di conflitto di interesse di ciascun subcontraente e del loro personale chiave **prima** di richiedere l'autorizzazione al subappalto.

B. Per il Consorzio (Personale Interno, Commissione, RUP/DEC):

Il personale, i membri del CdA, e tutti i soggetti coinvolti nella valutazione e nel processo decisionale hanno l'obbligo di:



1. Dichiarare l'assenza di conflitto di interesse con tutti gli OE partecipanti.
2. Astenersi immediatamente dalla procedura e richiedere la sostituzione in caso di conflitto accertato o potenziale.

14.4. Conseguenze

L'accertamento di una situazione di conflitto di interesse o di una violazione del principio di terzietà, non dichiarata e non risolta, comporta:

1. **Per gli operatori economici:** L'**esclusione** immediata dalla procedura o la **risoluzione** del contratto in fase di esecuzione, ai sensi degli artt. 98 e 122 del D.Lgs. 36/2023 (applicati in via analogica per grave illecito professionale), per condotta suscettibile di influenzare la decisione del Consorzio e per violazione dei principi di correttezza e buona fede
L'OE aggiudicatario risponde della violazione commessa dal subcontraente come se fosse stata commessa in proprio.
2. **Per il personale interno:** L'adozione dei provvedimenti disciplinari e amministrativi previsti dal Regolamento Interno

15. INADEMPIENZE E RISOLUZIONE

Il Consorzio ha la facoltà di controllare e verificare la buona esecuzione del servizio con ausilio di incaricati scelti a sua discrezione.

Inoltre, il Consorzio ha facoltà di contestare i servizi resi non rispondenti in tutto o in parte alle prescrizioni del capitolato o della offerta proposta in gara.

In caso di contestazione, potrà richiedere al fornitore la sostituzione di personale inadeguato alla realizzazione dei servizi.

Oltre a quanto previsto dall'art.1453 C.C. per i casi di inadempimento delle obbligazioni contrattuali, il contratto è risolto, ai sensi e per gli effetti dell'art. 1456 del Codice Civile, con riserva di risarcimento danni nei seguenti casi:

- nel caso di cessione di tutto o parte del contratto;
- nel caso di violazione degli obblighi di tutela dei dati e riservatezza, di gravità tale da non consentire l'ulteriore prosecuzione delle obbligazioni contrattuali;
- nel caso di gravi infrazioni, debitamente accertate, alle norme in materia di sicurezza e a ogni altro obbligo derivante dai rapporti di lavoro ai sensi delle vigenti disposizioni normative (in particolare in riferimento alla regolarità del DURC, etc.), nonché per mancato assolvimento degli obblighi contrattuali o di legge, in materia di stipendi, liquidazioni o trattamenti previdenziali ed assicurativi a favore del personale e dei collaboratori occupati nel servizio;
- nel caso di ingiustificata sospensione del servizio;
- nel caso di grave inadempimento ai servizi appaltati previsti dal programma e dagli altri obblighi scaturenti dal presente capitolato e/o dal contratto e/o dal cronoprogramma nonché per inosservanza delle linee progettuali presentate e delle eventuali indicazioni integrative in ordine alla qualità del servizio, previamente contestati per iscritto dal Consorzio e non risolti entro il termine concesso;
- nel caso in cui l'Organismo esecutore fosse sottoposto a procedure concorsuali o analoghe e limitative della capacità economica e d'impresa da parte degli Organi competenti;
- comunque, nei casi di violazione delle vigenti disposizioni normative.

Non potranno essere intese quale rinuncia ad avvalersi della clausola di cui al presente articolo eventuali mancate contestazioni e/o precedenti inadempimenti per i quali il Consorzio non abbia



ritenuto di avvalersi della clausola medesima e/o atti di mera tolleranza a fronte di pregressi inadempimenti dell'appaltatore di qualsivoglia natura.

Nel caso di risoluzione, il Consorzio si riserva ogni diritto al risarcimento dei danni subiti ed in particolare si riserva di esigere dall'Organismo esecutore il rimborso di eventuali spese eccedenti rispetto a quelle che avrebbe sostenuto in presenza di un regolare adempimento del Contratto. In ogni caso l'Organismo esecutore, in caso di risoluzione, avrà diritto esclusivamente al rimborso delle spese e dell'attività effettivamente svolta fino a quel momento.

Il Consorzio avrà anche facoltà di differire il pagamento del saldo eventualmente dovuto in base al conto finale di liquidazione, sino alla quantificazione del danno che l'Organismo esecutore è tenuto a risarcire.

16. RAPPORTI CON IL CONSORZIO E COMUNICAZIONI

16.1. Gestione del Contratto

Il Consorzio, tramite il Responsabile Unico del Progetto (RUP) e il Direttore dell'Esecuzione del Contratto (DEC) – se nominato in un soggetto diverso dal RUP – sarà il punto di riferimento esclusivo per l'Organismo di Esecuzione aggiudicatario (il Fornitore).

Tutti i rapporti, le richieste di chiarimento, le autorizzazioni, la rendicontazione e le comunicazioni relative all'esecuzione del servizio dovranno avvenire attraverso il RUP o il DEC.

16.2. Obblighi di Comunicazione del Fornitore

L'Organismo di Esecuzione ha l'obbligo di:

1. Immediata Segnalazione: Comunicare tempestivamente per iscritto al RUP/DEC ogni circostanza o evento (imprevisti, ritardi, cause di forza maggiore) che possa influire sulla corretta, puntuale o sicura esecuzione delle attività previste dal Programma.
2. Referente Unico: Mantenere un referente unico e qualificato, in lingua italiana, per tutti i rapporti con il Consorzio.
3. Verifiche: Consentire al RUP/DEC, o a soggetti da esso delegati, l'accesso ai propri uffici e alla documentazione tecnica e amministrativa relativa al Programma per attività di monitoraggio e verifica, nel rispetto delle tempistiche di rendicontazione richieste dai Regolamenti UE.

16.3. Modalità di Comunicazione

Tutte le comunicazioni ufficiali e formali tra il Consorzio e l'Organismo di Esecuzione dovranno essere effettuate per iscritto, tramite Posta Elettronica Certificata (PEC) o altro sistema di posta elettronica certificata equivalente, ovvero tramite raccomandata con ricevuta di ritorno.

17. CESSIONE DEL CONTRATTO E AFFIDAMENTO A TERZI (SUBAPPALTO)

17.1. Cessione del Contratto

È vietata la cessione a terzi del contratto di esecuzione del Programma, anche parziale.

Eventuali cessioni a seguito di riorganizzazioni societarie (fusione, scissione, cessione di ramo d'azienda) saranno soggette a specifica autorizzazione scritta del Consorzio, previo accertamento del mantenimento di tutti i requisiti di qualificazione da parte del soggetto subentrante.

17.2. Affidamento a Terzi (Subappalto)

L'Operatore Economico è tenuto ad eseguire direttamente le prestazioni.

L'affidamento a terzi (subappalto) di parte delle prestazioni è ammesso a condizione che siano rispettati i principi di trasparenza, tracciabilità e le seguenti clausole:

1. **Indicazione in offerta:** L'Operatore Economico deve dichiarare, già in sede di presentazione dell'offerta, le prestazioni o le categorie di lavorazioni che intende affidare a terzi.
2. **Autorizzazione obbligatoria:** L'affidamento a terzi è consentito solo previa autorizzazione scritta del Consorzio per ciascun subcontraente e per le specifiche attività. Il Consorzio si riserva la facoltà di verificare l'assenza di motivi di preclusione e la sussistenza dei requisiti richiesti in capo al subcontraente.
3. **Responsabilità:** L'Operatore Economico aggiudicatario (Affidatario) resta responsabile esclusivo e in solido nei confronti del Consorzio per la corretta esecuzione di tutte le attività, anche quelle subappaltate, e per tutti gli adempimenti previdenziali, assicurativi e retributivi.
4. **Limiti:** L'affidamento a terzi è consentito nel rispetto delle disposizioni dei Regolamenti UE e delle relative Linee Guida applicabili al Programma.
Non sussiste un limite massimo alla quota subappaltabile, salvo specifiche disposizioni normative o regolamentari.
5. **Subappalto a cascata:** L'ulteriore affidamento a terzi da parte dei subcontraenti (subappalto a cascata) è consentito, ma deve essere specificamente dichiarato e autorizzato dal Consorzio per ciascun livello della catena, in ottemperanza all'art. 119 del D.Lgs. 36/2023.

17.3. Obblighi di Tracciabilità

Le disposizioni in materia di tracciabilità dei flussi finanziari (Legge 136/2010 e s.m.i.) si applicano all'Operatore Economico e a tutti i subcontraenti, a qualsiasi livello e l'eventuale violazione comporta la risoluzione del contratto.

17.4. Capacità finanziaria, economica, tecnica e professionale

In caso di subappalto, l'Operatore Economico deve obbligatoriamente fornire documentazione attestante la capacità finanziaria, economica, tecnica e professionale del futuro subappaltatore, in particolare quando il subappalto costituisce una parte considerevole del contratto.

Nel caso in cui detta documentazione non venga fornita o la stessa sia ritenuta non idonea il subappalto è da considerarsi non autorizzato.

18. MODALITÀ DI PAGAMENTO

A seguito della sottoscrizione della relativa contrattualistica/convenzione, l'importo di aggiudicazione sarà corrisposto nel modo seguente:

- rata di anticipo spese ad avvio annualità. La quota di anticipo spese per ogni annualità di progetto verrà definita nella fase di contrattualizzazione con l'OE selezionato, secondo termini e condizioni da concordarsi tra le parti
- rate posticipate sulla base di stati di avanzamento del servizio presentati alle scadenze previste dal Programma e dalla normativa di riferimento, a seguito di presentazione di regolare fattura, alla quale dovranno essere allegate idonee relazioni sulle attività svolte



e i prodotti rilasciati e la relativa rendicontazione delle spese sostenute secondo le disposizioni normative di riferimento

- eventuale saldo dell'importo contrattuale, al termine di tutte le attività previste a seguito di presentazione di regolare fattura

Ad ogni fatturazione a SAL e/o a saldo dovrà essere allegata una relazione sulle attività svolte e i prodotti rilasciati e la relativa rendicontazione delle spese sostenute secondo le disposizioni normative di riferimento.

La fattura, unitamente alla documentazione prevista, dovrà essere sottoposta al personale referente del Consorzio e al Responsabile Unico del Progetto (RUP) al fine di acquisire il visto riguardante la corretta esecuzione del contratto.

19. CONTROLLI

Il Consorzio 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.

20. SPESE CONTRATTUALI

Le eventuali 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% al Consorzio.

21. TRASPARENZA E DIRITTO DI CONSULTAZIONE DELLA DOCUMENTAZIONE

21.1. Principi di trasparenza

La presente procedura di selezione è improntata al principio di massima trasparenza, in coerenza con i principi di cui al Regolamento UE n. 1144/2014 e agli articoli 35 e 36 del D.Lgs. 36/2023 (applicati in via analogica).

21.2. Diritto di consultazione

Gli operatori economici che hanno partecipato alla procedura hanno il diritto di prendere visione e ottenere copia (se compatibile con le misure di tutela della riservatezza e dei segreti tecnici) della documentazione relativa alle fasi di selezione e valutazione.

Tale diritto è esercitabile al fine di:

- Verificare la corretta applicazione delle procedure stabilite nel presente Capitolato e nel Bando.
- Prendere visione dell'esito della valutazione delle offerte, dopo la conclusione della fase di verifica dei requisiti dell'aggiudicatario.

21.3. Limiti alla consultazione

Il diritto di consultazione è esercitabile nel rispetto dei seguenti limiti:

- Segreti Tecnici e Commerciali: Non è consentito l'accesso ai dettagli delle offerte tecniche e dei processi produttivi e know-how che i concorrenti abbiano espressamente dichiarato



come segreti tecnici o commerciali in sede di offerta, in quanto tutelati dal diritto industriale.

- Dati Personali: L'accesso è limitato per quanto riguarda i dati personali, in ottemperanza al Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR).

21.4. Modalità di Esercizio

L'istanza di consultazione deve essere presentata per iscritto al RUP e deve indicare in modo specifico la documentazione per la quale si richiede l'accesso.

Il Consorzio risponderà all'istanza entro un termine massimo di dieci giorni dalla ricezione, stabilendo le modalità e la data per la presa visione o per l'invio della documentazione.

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 in relazione
 - a) all'elenco dei soggetti che hanno presentato offerte, fino alla scadenza del termine per la presentazione delle medesime;
 - b) alle offerte, fino all'aggiudicazione;
 - c) al procedimento di verifica della anomalia dell'offerta, fino all'aggiudicazione.
- È vietato in relazione
 - 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.

22. 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 Chieti nelle forme e nei modi previsti dalla legge.

23. 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 del Consorzio che potrà, quindi, disporre senza alcuna restrizione la pubblicazione, la diffusione, l'utilizzo, la duplicazione di dette opere dell'ingegno o materiale.

Detti diritti, ai sensi della L. n. 633/41 "Protezione del diritto d'autore e di altri diritti concessi al suo esercizio" così come modificata ed integrata dalla L. 248/00, devono intendersi ceduti, acquisiti e licenziati in modo perpetuo, illimitato e irrevocabile.

L'Organismo di esecuzione si impegna a consegnare tutti i prodotti in formato aperto e modificabile e si obbliga espressamente a fornire al Consorzio tutta la documentazione e il materiale necessario all'effettivo sfruttamento dei diritti di titolarità esclusiva, nonché a



sottoscrivere tutti i documenti necessari all'eventuale trascrizione di detti diritti a favore del Consorzio 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.

24. TRATTAMENTO DEI DATI

Ai sensi del Regolamento (UE) 2016/679 (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 al Consorzio 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 Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR).

I dati raccolti possono essere comunicati al personale del Consorzio che cura il procedimento e ad ogni altro soggetto che vi abbia interesse.

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

- a) le finalità cui sono detenuti i dati raccolti ineriscono alla verifica della capacità dei concorrenti di partecipare alla gara in oggetto;
- b) i dati forniti saranno raccolti, registrati, organizzati e conservati per le finalità di gestione della gara e saranno trattati, sia mediante supporto cartaceo che magnetico, anche successivamente all'eventuale instaurazione del rapporto contrattuale, per le finalità del rapporto medesimo;
- c) il conferimento dei dati richiesti è un onere a pena di esclusione dalla gara;
- d) i soggetti o le categorie di soggetti ai quali i dati possono essere comunicati sono:
1) il personale del Consorzio; 2) i concorrenti che partecipano alla seduta pubblica di gara; 3) ogni altro soggetto che abbia interesse diretto e qualificato;
- e) i diritti spettanti all'interessato sono quelli di cui agli articoli dal 15 al 22 del GDPR, cui si rinvia;
- f) soggetto attivo della raccolta è il Consorzio e il responsabile è il Presidente

Titolare del trattamento dei dati è il Consorzio ai sensi dell'art. 28 del Regolamento europeo sulla protezione dei dati ("GDPR"), 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 via mail all'indirizzo mail segreteria@viniabruzzo.it

25. RESPONSABILE UNICO DI PROGETTO

Responsabile unico del progetto ai sensi dell'art. 15 del D.Lgs. 36/2023 è Nicodemi Alessandro.