

**BANDO DI GARA MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE
DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DI
INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI NEI PAESI TERZI
DENOMINATO “EUROPEAN FRUIT AND VEGETABLES – YOUR FRESH CHOICE!” –
ACRONIMO “EU FRESH CHOICE” - INVITO A PRESENTARE PROPOSTE N. 2020/C 12/07
DEL 14.01.2020**

CAPITOLATO TECNICO

1 – Informazioni preliminari

Terra Orti Società Cooperativa – con sede legale ed operativa in Via Bagnolo San Vito snc – 84025 Eboli (SA) – Italia – C.F. / P. IVA 03605110653 – REA Salerno 308882 – Tel. +39 0828 601213 – Fax +39 0828 600103– e-mail info@terraorti.it - PEC terraorti@pec.it, in qualità di Organismo proponente capofila e Coordinatore del raggruppamento Terra Orti Società Cooperativa, Associazione Ortofrutticoltori Agro Scarl (A.O.A. Scarl) e La Deliziosa Soc. Coop. Agr, di seguito denominato anche “Committente”, indice un Bando di Gara per la selezione, mediante Procedura Competitiva Aperta, di un “Organismo di Esecuzione”.

1.1 – Quadro di riferimento

In attuazione dei Regolamenti UE n. 1144/2014, n. 1829/2015 e n. 1831/2015, il Committente ha il compito di **selezionare un Organismo di Esecuzione per la realizzazione del programma triennale di informazione e di promozione denominato “European Fruit and Vegetables – Your Fresh Choice!” (Acronimo “EU FRESH CHOICE”) – ID 101015789 - di seguito anche denominato il “Programma” - presentato in data 03/06/2020 a valere sul Bando 2020/C 12/07 “Call for proposals for simple programmes 2020” – Tema 5 - ed approvato con decisione della Commissione Europea N. C (2020) 8663 del 14/12/2020.**

Il Committente non è un organismo di diritto pubblico ai sensi dell’art. 2, paragrafo 1, punto 4 della Direttiva 2014/24/UE e, pertanto, non è tenuto ad applicare le norme nazionali che recepiscono le Direttive europee sugli appalti pubblici (in Italia il Decreto legislativo 50/2016). Il Committente è, comunque, tenuto ad effettuare la selezione degli Organismi di esecuzione attraverso una procedura di gara aperta nel rispetto dei principi di interesse transfrontaliero, trasparenza, pubblicità, imparzialità, parità di trattamento dei candidati.

Il Committente, in qualità di Organismo proponente capofila e Coordinatore del raggruppamento Terra Orti Società Cooperativa, Associazione Ortofrutticoltori Agro Scarl (A.O.A. Scarl) e La Deliziosa Soc. Coop. Agr, indice, pertanto, un Bando di Selezione mediante Procedura Competitiva Aperta per la selezione di un “Organismo di esecuzione” incaricato della realizzazione del Programma “EU FRESH CHOICE”.

1.2 – Quadro normativo e documentazione di riferimento

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

- a) il regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi e che abroga il regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio (GU L 317 del 4.11.2014, pag. 56);
- b) il regolamento delegato (UE) n. 1829/2015 della Commissione che integra il regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi (GU L 266 del 13.10.2015, pag. 3);
- c) il regolamento di esecuzione (UE) 1831/2015 della Commissione recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi (GU L 266 del 13.10.2015, pag. 14);
- d) le indicazioni fornite con gli Orientamenti sulla procedura di gara di cui alla nota della Commissione europea DDG1.B5/MJ/db D (2016) 3210777 del 7 luglio 2016;
- e) l’invito a presentare proposte 2020 - Programmi semplici – Sovvenzioni per azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi in conformità al regolamento (UE) n. 1144/2014 (2020/C 12/07);
- f) il Decreto MIPAAF del 03/06/2020 – Prot. N. 0029174 – relativo alla procedura di selezione degli organismi di esecuzione per i programmi semplici.

1.3 – Informazioni generali sul Programma

Prodotti oggetto del Programma:

I prodotti che si intendono promuovere sono ortaggi o legumi, piante, radici e tuberi commestibili (07 ed in particolare da 0701 a 0709 escludendo i codici da 0710 a 0714) e frutta commestibile (08 ed in particolare dal codice 0801 a 0810 sottraendo i codici da 0811 a 0814).

Paesi target:

Norvegia e Svizzera

Obiettivo generale:

Aumentare la competitività, il consumo e la quota di mercato dei prodotti ortofrutticoli italiani ed europei nei due mercati target ottimizzandone l'immagine e migliorando il livello di conoscenza della loro qualità, sicurezza, sostenibilità, benefici salutistici e versatilità.

Obiettivi specifici:

1. Conseguire (entro la fine del 2023) un incremento complessivo dell'export di prodotti ortofrutticoli italiani nei due mercati target pari al 9,6% rispetto al 2019 (+10,1% per la Svizzera e +7,8% per la Norvegia). Questo obiettivo dovrà essere raggiunto principalmente attraverso le attività finalizzate ai consumatori ed ai professionisti della distribuzione e del canale HoReCa e, secondariamente, attraverso le attività rivolte agli opinionisti che, comunque, ricoprono un ruolo di primaria importanza nell'indirizzare la domanda dei prodotti promossi da parte dei consumatori finali di entrambi i mercati target.
2. Migliorare il livello di conoscenza e di riconoscimento da parte dei consumatori dei due mercati target dell'origine, qualità, sicurezza, sostenibilità dei prodotti promossi e, più in generale, dei benefici derivanti dal loro consumo.

Gruppi target:

1. Professionisti della distribuzione e del canale HoReCa
2. Opinionisti (giornalisti, scrittori, blogger del settore food, enogastronomia, alimentazione e lifestyle, chef, *foodies*, *influencers*, nutrizionisti, ecc.)
3. Consumatori finali di regioni e città con maggiore spesa per frutta e verdura nella fascia di età 25-64 anni.

Attività da realizzare:

Definizione della strategia di comunicazione, graphic design e visual identity

Creazione e aggiornamento portale e SEO

Gestione social media

Pubblicità (stampa, digitale, social media)

Strumenti e materiale di comunicazione (immagini fotografiche per ricette e materiale di comunicazione below the line)

Attività di relazioni pubbliche e ufficio stampa / Collaborazioni con *influencers*, *chefs*, *bloggers* e giornalisti (ufficio PR / stampa permanente, organizzazione eventi stampa, organizzazione Blogger / Journalist Outreach Programme)

Incontri di presentazione "one-to-one" con distributori, promozioni nei punti vendita della distribuzione organizzata, concorsi a premio per i consumatori e InStore advertising

Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali e organizzazione evento di lancio Fruit Logistica

Discovery tour

Durata del Programma e dell'appalto:

36 mesi (suddiviso in 3 fasi annuali con inizio indicativamente il 1° marzo 2021)

Importo complessivo del Programma:

€ 2.202.246,00

Importo complessivo oggetto del presente appalto:

€ 1.828.350,00 al netto di IVA così suddivisi:

Annualità 1: € 523.200,00

Annualità 2: € 602.700,00

Annualità 3: € 702.450,00

L'appalto è costituito da un unico lotto.

2 – Oggetto dell'appalto

2.1 – Descrizione generale del servizio

Il servizio consiste nell'esecuzione del Programma.

L'aggiudicatario dovrà, quindi, assicurare, a seguito della stipula del contratto, lo sviluppo progettuale del Programma di durata triennale e la realizzazione delle attività informative e promozionali previste dal cronoprogramma sulla base degli obiettivi generali e specifici previsti, anche attraverso il monitoraggio costante delle

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

2.2 – Modalità di esecuzione

L'aggiudicatario deve costituire e disporre per tutta la durata del contratto di un Gruppo di lavoro, nel rispetto dei requisiti di partecipazione, incaricato di gestire e attuare il Programma. Tutte le attività del Gruppo di lavoro devono essere concordate e condivise con il Committente. E' previsto che almeno due dei componenti del Gruppo di lavoro siano disponibili a partecipare alle riunioni di monitoraggio trimestrali e annuali che si svolgeranno presso la sede del Committente per dare supporto operativo alle attività del Programma che necessitano di essere svolte in stretto coordinamento con il Committente. Il coordinamento e lo scambio di informazioni con il Committente potranno avvenire anche con altre modalità: ulteriori riunioni, contatti telefonici, videochiamate, corrispondenza via e-mail, scambio di materiali e documenti attraverso sistemi di condivisione online.

2.3 – Gruppo di lavoro

L'aggiudicatario deve assicurare le prestazioni inerenti i servizi in affidamento con personale interno e/o collaboratori esterni aventi i requisiti professionali e tecnici adeguati alle attività affidate. Il Gruppo di lavoro deve essere caratterizzato da un approccio organizzativo flessibile per rispondere alle esigenze che potranno determinarsi nel corso dello svolgimento delle attività. In particolare, i componenti del Gruppo di lavoro dedicato dovranno possedere un ventaglio di competenze con particolare riferimento ai seguenti ambiti: sviluppo strategie di comunicazione e marketing, sviluppo portali / siti web, predisposizione materiale di comunicazione above e below the line, social media management, organizzazione eventi, conferenze stampa, workshop, incontri, viaggi di studio / approfondimento, design / allestimenti e sviluppo attività di animazione nell'ambito di manifestazioni fieristiche internazionali, relazioni pubbliche e organizzazione di programmi finalizzati agli opinionisti, gestione uffici stampa, pubblicità online e offline, organizzazione promozioni nei punti vendita della distribuzione organizzata, project management e monitoraggio dei risultati.

L'aggiudicatario si impegna:

- a) ad adibire al servizio personale e/o collaboratori idonei, di provata capacità, onestà, moralità e riservatezza;
- b) a garantire la stabilità e la continuità del servizio in ogni circostanza, assicurando personale e/o collaboratori quantitativamente e qualitativamente adeguati alle necessità e nel rispetto dei contenuti dell'offerta tecnica;
- c) al rispetto, nei confronti del proprio personale e/o collaboratori, dei contratti di lavoro relativi al trattamento salariale, normativo, previdenziale ed assicurativo.

3 – Durata del servizio

Il servizio ha la durata di trentasei (36) mesi decorrenti dalla data di stipula del contratto di appalto che verrà stipulato tra il Committente e l'Aggiudicatario entro 30 giorni dalla data della sottoscrizione della Convenzione di Sovvenzione tra il Committente e l'Ente pagatore dello Stato Membro (AGEA) ed avrà per oggetto lo svolgimento delle attività indicate nel presente capitolato alle condizioni ivi riportate. Il Committente si riserva la facoltà di richiedere un differimento del termine di esecuzione del servizio per massimo ulteriori 6 (sei) mesi, al fine di assicurare il completamento delle attività previste dal Programma, a parità di condizioni economiche.

4 – Requisiti per la partecipazione alla gara

Gli operatori economici, anche stabiliti in altri Stati membri, possono partecipare alla presente gara in forma singola o avvalendosi, per la dimostrazione del possesso dei requisiti di carattere economico, finanziario, tecnico e professionale, di altri soggetti.

E', comunque, vietato al concorrente che partecipa alla gara in avvalimento di partecipare anche in forma individuale. I concorrenti devono essere in possesso dei requisiti previsti nei punti seguenti.

4.1 – Requisiti di idoneità

Iscrizione nel registro tenuto dalla Camera di Commercio Industria, Artigianato e Agricoltura per attività coerenti

con quelle oggetto della presente procedura di gara (da attestare tramite copia di visura camerale). Il concorrente non stabilito in Italia ma in un altro Stato Membro presenta dichiarazione giurata o secondo le modalità vigenti nello Stato in cui è stabilito.

4.2 – Inesistenza di cause di esclusione dalla partecipazione alla Gara

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

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

L'inesistenza di questi motivi dovrà essere attestata tramite la dichiarazione allegata (**Allegato A**) sottoscritta dal Legale Rappresentante.

4.3 – Requisiti di capacità economica e finanziaria

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione deve dimostrare, singolarmente o in avvalimento, di aver realizzato, **nel triennio 2017/2019, un fatturato medio annuo** non inferiore a Euro 2.000.000,00 (Euro due milioni) al netto dell'IVA.

La comprova del su citato requisito dovrà essere fornita mediante apposita dichiarazione (**Allegato A**) sottoscritta dal legale rappresentante e dalla presentazione dei **bilanci degli ultimi tre esercizi finanziari**. **Nel caso di ricorso allo strumento dell'avvalimento l'Allegato A nonché la restante documentazione richiesta dovranno essere prodotti anche dall'impresa ausiliaria.**

4.4 - Requisiti di capacità tecnica e professionale

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione deve dimostrare, singolarmente o in avvalimento, di aver realizzato, **nel triennio 2017/2019, servizi analoghi a quelli oggetto della gara**. Per servizi analoghi si intendono (a titolo esemplificativo e non esaustivo): attività di gestione di progetti / programmi di promozione internazionale; attività di organizzazione eventi, conferenze stampa, workshop, incontri, viaggi di studio e di approfondimento, promozioni nei punti vendita della distribuzione organizzata; attività di design, allestimenti, gestione e animazione di manifestazioni fieristiche internazionali; attività di gestione uffici stampa e pubbliche relazioni finalizzate agli opinionisti; attività di sviluppo strategie di comunicazione e marketing; social media management; attività di creazione e sviluppo portali / siti web; ideazione e realizzazione materiale di comunicazione above e below the line; gestione pubblicità (stampa, digitale e social); attività promozionali nel settore agroalimentare.

La comprova del su citato requisito dovrà essere fornita mediante apposita dichiarazione (**Allegato A**) sottoscritta dal legale rappresentante e recante in allegato la presentazione generale dell'organismo di esecuzione, la descrizione del gruppo di lavoro ed i profili sintetici dei suoi componenti. **Nel caso di ricorso allo strumento dell'avvalimento l'Allegato A e i restanti documenti richiesti dovranno essere prodotti anche dall'impresa ausiliaria.**

In caso di ricorso all'istituto dell'avvalimento, dovranno essere altresì presentate le seguenti dichiarazioni:

- dichiarazione sottoscritta dal legale rappresentante dell'impresa concorrente attestante l'avvalimento dei requisiti necessari per la partecipazione alla gara, con specifica indicazione dei requisiti forniti e delle risorse messe a disposizione dall'impresa ausiliaria;
- dichiarazione sottoscritta dal legale rappresentante dell'impresa ausiliaria attestante l'inesistenza delle cause di esclusione dalla partecipazione alla gara nonché il possesso dei requisiti e delle risorse oggetto di avvalimento (**Allegato A**);
- dichiarazione incondizionata ed irrevocabile sottoscritta dal legale rappresentante dell'impresa ausiliaria con cui la stessa si obbliga verso il concorrente e verso la stazione appaltante a mettere a disposizione, per tutta la durata del contratto, le risorse necessarie di cui è carente il concorrente;
- dichiarazione sottoscritta dal legale rappresentante dell'impresa ausiliaria di non partecipare alla gara in proprio o associata o consorziata ad altre imprese e di non prestare avvalimento per altri concorrenti;
- copia del contratto in virtù del quale l'impresa ausiliaria si obbliga nei confronti del concorrente a fornire i requisiti e le risorse necessarie per tutta la durata dell'appalto; nel caso di avvalimento nei confronti di un'impresa che appartiene al medesimo gruppo, in luogo del contratto, può essere presentata una

- dichiarazione sostitutiva attestante il legame giuridico ed economico esistente nel gruppo;
- copia visura attestante l'iscrizione dell'impresa ausiliaria al registro camerale per attività coerenti con quelle oggetto del contratto di avvalimento (nel caso di operatori economici non residenti e privi di stabile organizzazione in Italia, documentazione conforme alla normativa vigente nel rispettivo Paese o dichiarazione giurata).

4.5 – Subappalto

Il concorrente indica all'atto dell'offerta le parti del servizio che intende subappaltare nei limiti del 30% dell'importo complessivo del contratto. Non costituisce motivo di esclusione ma comporta, per il concorrente, il divieto di subappalto l'indicazione di uno o più subappaltatori che, contestualmente, concorrano in proprio alla presente gara.

4.6 – Garanzia fideiussoria

In caso di aggiudicazione dell'appalto, l'Aggiudicatario dovrà presentare una garanzia fideiussoria rilasciata da istituto bancario o assicurativo in possesso delle necessarie autorizzazioni pari al 10% dell'importo affidato per ciascuna annualità. La garanzia relativa alla prima annualità dovrà essere fatta pervenire, in originale, almeno 5 (cinque) giorni prima la sottoscrizione del contratto. La garanzia relativa alle successive annualità dovrà essere fatta pervenire, in originale, rispettivamente, entro e non oltre il 31 gennaio 2022 ed il 31 gennaio 2023.

5 – Modalità di presentazione dell'offerta e sottoscrizione dei documenti di gara

Il plico contenente l'offerta, **a pena di esclusione**, deve essere sigillato e trasmesso a mezzo raccomandata del servizio postale o tramite corriere o mediante consegna a mano tutti i giorni escluso il sabato e la domenica dalle ore 9,00 alle ore 17,00 presso la sede del Coordinatore del raggruppamento: Terra Orti Società Cooperativa – Via Bagnolo San Vito snc – 84025 Eboli (SA) - Italia. Il plico deve pervenire al su citato indirizzo, a pena di esclusione, **entro e non oltre le ore 12.00 (ora italiana) del 1° febbraio 2021**. Nel caso di consegna a mano, il personale addetto rilascerà ricevuta nella quale sarà indicata data e ora di ricezione del plico. Il recapito del plico rimane a esclusivo rischio del mittente ove, per qualsiasi motivo, non giunga a destinazione entro il suddetto termine perentorio. Si precisa che per “sigillatura” deve intendersi una chiusura ermetica recante un qualsiasi segno o impronta, apposto su materiale plastico come striscia incollata o ceralacca, tale da rendere chiusi il plico e le buste nello stesso contenute, attestare l'autenticità della chiusura originaria proveniente dal mittente, nonché garantire l'integrità e la manomissione del plico e delle buste.

Il plico deve recare, all'esterno, le informazioni relative all'operatore economico concorrente (denominazione o ragione sociale, P. IVA, indirizzo PEC per le comunicazioni) e riportare la seguente dicitura: **NON APRIRE - Bando di selezione mediante procedura competitiva aperta per la selezione di un organismo incaricato dell'esecuzione del Programma denominato “European Fruit and Vegetables – Your Fresh Choice! – EU FRESH CHOICE”**. Il plico contiene al suo interno tre buste chiuse e sigillate, recanti l'intestazione del mittente, l'indicazione dell'oggetto dell'appalto e la dicitura, rispettivamente:

“A – Documentazione amministrativa”

“B – Offerta tecnica”

“C – Offerta economica”

La mancata sigillatura delle buste “A”, “B” e “C” inserite nel plico, nonché la non integrità delle medesime, sono **cause di esclusione** dalla gara.

Tutte le dichiarazioni sostitutive rese ai sensi degli artt. 46 e 47 del d.p.r. 445/2000, nonché l'Allegato A, la domanda di partecipazione, l'offerta tecnica e l'offerta economica devono essere sottoscritte dal rappresentante legale del concorrente e, nel caso di ricorso all'avvalimento, dell'impresa ausiliaria. In caso di concorrenti non stabiliti in Italia, la documentazione dovrà essere prodotta in modalità idonea equivalente secondo la legislazione dello Stato di appartenenza. Il dichiarante allega copia fotostatica di un documento di riconoscimento in corso di validità.

Tutta la documentazione dovrà essere redatta in **lingua italiana e/o inglese** e dovrà essere presentata in formato cartaceo e in formato elettronico - stampabile e copiabile - su chiavetta USB, a cura del partecipante alla gara **entro e non oltre le ore 12.00 del 1° febbraio 2021**.

Ulteriori informazioni e/o chiarimenti sulla presente procedura possono essere ottenuti mediante la proposizione di quesiti scritti da inoltrare all'indirizzo mail: progetti@terraorti.it almeno 3 giorni prima della scadenza del termine fissato per la presentazione delle offerte. Non sono ammessi chiarimenti telefonici.

5.1 – Contenuti della Busta “A” – Documentazione amministrativa e requisiti di capacità economica-finanziaria e tecnica-professionale

La Busta A contiene la domanda di partecipazione, l'Allegato A, il certificato di iscrizione alla Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura (nel caso di operatori economici non residenti e privi di stabile organizzazione in Italia, documentazione conforme alla normativa vigente nel rispettivo Paese o dichiarazione giurata) e i bilanci relativi al triennio 2017/2019 del concorrente e, nel caso di ricorso all'avvalimento, dell'impresa ausiliaria, nonché tutta la restante documentazione a corredo in relazione alla forma di partecipazione.

La **domanda di partecipazione** contiene tutte le seguenti informazioni e dichiarazioni:

- forma singola o in avvalimento con la quale il concorrente partecipa alla gara;
- in caso di avvalimento, il concorrente fornisce i dati identificativi (ragione sociale, P. IVA, sede) e il ruolo di ciascuna impresa ausiliaria;
- dichiara remunerativa l'offerta economica presentata giacché per la sua formulazione ha preso atto e tenuto conto: a) delle condizioni contrattuali e degli oneri compresi quelli relativi in materia di sicurezza, di assicurazione, di condizioni di lavoro e di previdenza e assistenza in vigore nel luogo dove devono essere svolti i servizi/forniture; b) di tutte le circostanze generali, particolari e locali, nessuna esclusa ed eccezionata, che possano avere influito o influire sia sulla prestazione del servizio, sia sulla determinazione della propria offerta;
- accetta, senza condizione o riserva alcuna, tutte le norme e disposizioni contenute nel presente Capitolato;
- indica i seguenti dati; domicilio fiscale; codice fiscale / partita IVA; indirizzo PEC **oppure**, solo in caso di concorrenti aventi sede in altri Stati membri, l'indirizzo di posta elettronica ai fini delle comunicazioni;
- autorizza qualora un partecipante alla gara eserciti la facoltà di "accesso agli atti", il Committente a rilasciare copia di tutta la documentazione presentata per la partecipazione alla gara;
- attesta di essere informato, ai sensi e per gli effetti dell'articolo 13 del decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, che i dati personali raccolti saranno trattati, anche con strumenti informatici, esclusivamente nell'ambito della presente gara, nonché dell'esistenza dei diritti di cui all'articolo 7 del medesimo decreto legislativo.

Gli operatori economici non residenti e privi di stabile organizzazione in Italia dovranno, inoltre, dichiarare di impegnarsi ad uniformarsi, in caso di aggiudicazione, alla disciplina di cui agli articoli 17, comma 2, e 53, comma 3, del d.p.r. 633/1972 e a comunicare al Committente la nomina del proprio rappresentante fiscale, nelle forme di legge.

Il concorrente allega copia fotostatica di un documento di identità del sottoscrittore nonché tutta la documentazione / dichiarazioni richieste in caso di ricorso alla procedura di avvalimento (vedi precedente punto 4.4).

L'Allegato A contiene tutte le seguenti informazioni:

- informazioni sull'operatore economico;
- motivi di esclusione;
- criteri di selezione

Nel caso di ricorso allo strumento dell'avvalimento, l'Allegato A dovrà essere prodotto anche dall'impresa ausiliaria.

La Busta A contiene, inoltre, **a pena di esclusione, la Presentazione dell'organismo di esecuzione** così come di seguito indicato:

Presentazione generale:

- servizi / azioni realizzate nei seguenti campi di attività: gestione di progetti / programmi di promozione internazionale; organizzazione eventi, conferenze stampa, workshop, incontri, viaggi di studio e di approfondimento, promozioni nei punti vendita della distribuzione organizzata; design, allestimenti, gestione e animazione manifestazioni fieristiche internazionali; gestione uffici stampa e pubbliche relazioni finalizzate agli opinionisti; attività di sviluppo strategie di comunicazione e marketing; social media management; creazione e sviluppo portali / siti web; ideazione e realizzazione materiale di comunicazione above e below the line; gestione pubblicità (stampa, digitale e social); attività promozionali nel settore agroalimentare;
- contatti operativi già in essere nei due mercati target.

Descrizione del gruppo di lavoro dedicato alla realizzazione del programma, per i cui componenti deve essere fornito il relativo profilo sintetico evidenziando, in particolare, le attività e l'esperienza acquisita sia in attività e progetti analoghi sia nel settore agroalimentare.

In caso di ricorso all'istituto dell'avvalimento le su richiamate informazioni dovranno essere fornite sia dal concorrente che dall'impresa ausiliaria.

5.2 - Contenuti della Busta "B" – Offerta Tecnica

La busta "B – Offerta tecnica" contiene, **a pena di esclusione:**

- a) **Definizione della strategia complessiva di comunicazione**

Nell'articolazione della strategia proposta dovranno essere considerate le seguenti indicazioni:

- articolazione della strategia di comunicazione: descrizione della coerenza della strategia proposta con gli obiettivi previsti a programma e le singole attività;
- proposta di concept di comunicazione e di ideazione grafica: originalità, creatività, efficacia e coerenza del concept di comunicazione con la strategia di comunicazione e con gli obiettivi del programma;
- declinazione del concept e del key visual strategico nei formati standard che saranno utilizzati;
- soluzioni tecniche e qualità dei prodotti.

L'articolazione della strategia proposta dovrà evidenziare sinteticamente la rispondenza della stessa agli obiettivi del Committente, le motivazioni delle scelte strategiche operate in funzione dei due mercati target nonché l'efficacia dei messaggi proposti.

La relazione dovrà contenere tutti gli elementi atti a definire compiutamente l'ideazione, la strategia di comunicazione (Progetto creativo) e la produzione (Progetto esecutivo).

b) Articolazione delle attività e output di Programma

Per ciascuna attività prevista nei pacchetti di lavoro così come riportati al successivo Punto 6 dovranno essere dettagliati gli interventi che si intendono porre in essere annualmente nei due mercati target per raggiungere gli obiettivi progettuali ed i relativi indicatori minimi di realizzazione (output), risultato e impatto così come riportati nella tabella riepilogativa di cui al Punto 6. Le attività ed i relativi interventi dovranno essere coerenti con la strategia proposta e con i gruppi bersaglio individuati e dovranno essere declinati in funzione dei punti sotto riportati:

- descrizione dettagliata delle singole attività;
- gruppo di lavoro proposto per la realizzazione delle singole attività;
- prodotti /servizi (output) che saranno forniti: descrizione e quantificazione.

c) Cronoprogramma riepilogativo delle attività

5.3 – Contenuto della Busta C - Offerta Economica

La Busta "C – Offerta Economica" contiene, a pena di esclusione, l'offerta economica che dovrà specificare i seguenti elementi:

- **Prezzo complessivo offerto** espresso in totale e per ciascuna annualità sia in cifre che in lettere, al netto di IVA ed al lordo di altre imposte e contributi di legge.
- **Per ciascuna attività riportata al Punto 6**, dovranno, inoltre, essere dettagliati, per singola annualità, all'interno di apposita tabella (vedi esempio di seguito riportato), i relativi costi al netto di IVA ed al lordo di altre imposte e contributi di legge nonché il compenso dell'organismo di esecuzione.

ESEMPIO

Pacchetto di lavoro / Attività N° 5	STRUMENTI E MATERIALI DI COMUNICAZIONE		
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Dettaglio dei costi	Realizzazione N° 36 ricette comprensive di immagini fotografiche e testi - € Produzione N° brochure formato € Produzione N° calendari da tavolo ...€ Produzione N° ... media kit.... € Produzione N° shopper€ Ecc. Compenso organismo di esecuzione €		

Totale Pacchetto di lavoro / Attività N° 5	€	€	€
---	---	---	---

Il costo totale annuale delle singole attività nonché il compenso totale annuale dell'organismo esecutore dovranno, inoltre, essere riportati, separatamente, in un apposito prospetto riassuntivo (vedi esempio di seguito riportato).

ATTIVITA'	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
COSTO TOTALE ATTIVITA'			
COMPENSO ORGANISMO DI ESECUZIONE			

Alla fine di questa tabella si dovranno riassumere il costo totale delle azioni (somma di tutte le attività proposte) ed il costo totale del compenso dell'organismo di esecuzione.

Nella preparazione dell'offerta economica ciascun offerente deve comunque tenere presente che, in conformità all'articolo 7, comma 1, lettera b) del decreto del Presidente della Repubblica 21 settembre 2001, n. 403, è necessario rispettare le seguenti percentuali del valore economico complessivo del servizio: a) compenso dell'organismo di esecuzione non oltre il 25%; b) realizzazione / produzione non meno del 75%.

6 – Attività previste dal Programma e da realizzare

Pacchetto di lavoro N° 2	STRATEGIA DI COMUNICAZIONE, GRAPHIC DESIGN E VISUAL IDENTITY		
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, food bloggers e food writers, chef, influencers, foodies, nutrizionisti), professionisti della distribuzione e del canale HoReCa, consumatori		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	Questa attività dovrà comprendere quanti di seguito riportato: <u>Progetto della campagna di comunicazione: ideazione del <i>concept</i> creativo e del <i>claim</i> della campagna.</u> <u>Sviluppo e realizzazione del format grafico e della <i>visual identity</i> della campagna attraverso lo sviluppo creativo del <i>concept</i> di comunicazione.</u> <u>Declinazione ed adattamento dei contenuti e del format.</u>		
Budget indicativo triennale	24.000 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 3	PORTALE E SOCIAL MEDIA		
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, food bloggers e food writers, chef, influencers, foodies, nutrizionisti), professionisti della distribuzione e del canale HoReCa, consumatori		
Attività N° 3.1	Creazione e aggiornamento Portale & SEO		
Descrizione sintetica dell'attività e degli	- Creazione e aggiornamento di un portale in italiano, francese, tedesco, inglese e norvegese comprensivo di sezioni dedicate alla presentazione delle caratteristiche		

output richiesti	dei prodotti promossi, al loro utilizzo (ricette e video ricette) ed all'interazione con gli utenti dei due mercati target. - Realizzazione di due piattaforme di Content Management System, una per ciascun mercato target. - Redazione di una strategia SEO. - Rapporto annuale sulle attività realizzate e sui risultati conseguiti (visualizzazioni totali e utenti raggiunti).		
Budget indicativo triennale	113.000 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 3	PORTALE E SOCIAL MEDIA		
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, <i>food bloggers</i> e <i>food writers</i>, chef, <i>influencers</i>, <i>foodies</i>, nutrizionisti), professionisti della distribuzione e del canale HoReCa, consumatori		
Attività N° 3.2	Gestione Social Media		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	L'attività prevede: - l'attivazione e la registrazione degli account ufficiali sui social media individuati – Facebook, Instagram e YouTube, il set-up delle relative pagine, la gestione degli account e lo sviluppo dei follower; - la pianificazione, la produzione e la pubblicazione di contenuti secondo un piano editoriale definito su base mensile per ciascuna annualità; - un'attività di Real Time Marketing ed il costante monitoraggio delle pagine. Per Facebook e Instagram è prevista, in media, la pubblicazione di 6 post organici / mese / social, per un totale di 72 pubblicazioni / anno / social / Paese. Durante ciascuna annualità del programma e per ciascun mercato target dovranno essere, inoltre, organizzate due "Pairing Sessions" tramite lo strumento delle dirette video Facebook nonché ingaggiati uno o più "ambasciatori" per sostenere le attività del programma attraverso la pubblicazione di contenuti sui propri canali social. Su base annuale, infine, dovrà essere prodotto un rapporto sulle attività realizzate e sui risultati conseguiti (visualizzazioni totali e utenti raggiunti).		
Budget indicativo triennale	257.500 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 4	PUBBLICITA'		
---------------------------------	--------------------	--	--

Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, <i>food bloggers</i> e <i>food writers</i>, chef, <i>influencers</i>, <i>foodies</i>, nutrizionisti), professionisti della distribuzione e del canale HoReCa, consumatori		
Attività N° 4.1	Pubblicità Social Media		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	L'attività è finalizzata a sostenere la pubblicazione dei contenuti organici sui social media individuati. Relativamente a Facebook e Instagram, dovranno essere pianificati, tradotti e pubblicati complessivamente 24 ads / anno per ciascun mercato target. A conclusione di ciascuna annualità del programma dovrà essere redatto un report contenente i risultati raggiunti in termini di numero di <i>ads</i> pubblicati, numero di <i>impressions</i> e numero di utenti raggiunti.		
Budget indicativo triennale	182.000 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 4	PUBBLICITA'		
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, <i>food bloggers</i> e <i>food writers</i>, chef, <i>influencers</i>, <i>foodies</i>, nutrizionisti), professionisti della distribuzione e del canale HoReCa, consumatori		
Attività N° 4.2	Pubblicità (online e offline)		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	L'attività prevede: - Per la distribuzione organizzata / canale HoReCa e per gli opinionisti, la pubblicazione di una pagina intera a colori nel catalogo ufficiale di ciascuna edizione delle manifestazioni fieristiche selezionate per le annualità 2 e 3 del Programma. - Per i consumatori, 2 pubblicazioni a colori / anno / Paese in una o più riviste digitali e/o blog specializzati nel food. - Report annuale sul numero di professionisti e di consumatori intercettati attraverso le pubblicazioni.		
Budget indicativo triennale	144.000 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro / Attività N° 5	STRUMENTI E MATERIALE DI COMUNICAZIONE
--	---

Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, <i>food bloggers</i> e <i>food writers</i>, chef, <i>influencers</i>, <i>foodies</i>, nutrizionisti), professionisti della distribuzione e del canale HoReCa, consumatori		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	<p>L'attività dovrà comprendere la produzione dei seguenti strumenti e materiali:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 36 ricette esclusive comprensive di immagini fotografiche, ingredienti e procedimento di preparazione nelle cinque versioni linguistiche; - brochure 12 pagine in formato cartaceo (10.000 copie) ed in formato digitale; - calendario da tavolo – 10.000 copie - contenente le 36 ricette realizzate – 12 per ciascuna versione del calendario – 2022, 2023 e 2024) in formato cartaceo; - 1.000 media kit (cartellina con fogli di carta intestata o block notes); - 10.000 gadgets; - 10.000 shopper con visual della campagna; - 2 menù (100 copie/evento) e 2 roll-up (1 / evento) da utilizzare in occasione degli eventi stampa e 1 menù degustazione (100 copie) per l'evento di lancio Fruit Logistica; - 8 programmi giornalieri di <i>cooking sessions</i> con ricette (200 copie / soggetto) per manifestazioni fieristiche e 3 menù cooking demo (600 copie / soggetto) per Fruit Logistica; - 15 scatole per confezioni regalo per vincitori concorsi; - 36.000 folder con cartolina ricetta per promozioni POS; - 12 kit concorsi per promozioni POS (desk, urna, roll-up e cartolina di partecipazione concorsi). <p>Tutto il materiale dovrà essere realizzato in inglese e norvegese per la Norvegia e in italiano, tedesco, francese per la Svizzera.</p>		
Budget indicativo triennale	111.300 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 6	RELAZIONI PUBBLICHE E UFFICIO STAMPA – COLLABORAZIONI CON <i>INFLUENCERS</i> / <i>CHEFS</i> / <i>BLOGGERS</i> E GIORNALISTI		
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, <i>food bloggers</i> e <i>food writers</i>, chef, <i>foodies</i>, <i>influencers</i>, nutrizionisti) e consumatori		
Attività N° 6.1	Attività permanenti di relazioni pubbliche e ufficio stampa		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	<p>L'attività comprende:</p> <ul style="list-style-type: none"> - la realizzazione e l'aggiornamento annuale di una mailing list / Paese; - la realizzazione di un book contenuti in formato digitale in inglese, norvegese, italiano, tedesco e francese; - la realizzazione di un press kit / anno / Paese in inglese / norvegese e in italiano / tedesco / francese in formato digitale; - la realizzazione e l'invio online di almeno 4 comunicati stampa / anno / Paese; - la predisposizione di una rassegna annuale sugli articoli e post pubblicati contenente anche dati sugli utenti raggiunti. 		
Budget indicativo triennale	197.000 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			

	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 6	RELAZIONI PUBBLICHE E UFFICIO STAMPA – COLLABORAZIONI CON <i>INFLUENCERS</i> / <i>CHEFS</i> / <i>BLOGGERS</i> E GIORNALISTI		
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, <i>food bloggers</i> e <i>food writers</i>, chef, <i>foodies</i>, <i>influencers</i>, nutrizionisti) e consumatori		
Attività N° 6.2	Eventi stampa		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	L'attività dovrà comprendere l'organizzazione, durante la prima annualità del Programma, di un evento stampa a Berna e di un evento stampa a Oslo. Ciascun evento dovrà essere finalizzato ad ospitare almeno 80/100 opinionisti e <i>influencers</i> e dovrà essere seguito da un buffet di benvenuto caratterizzato da un menù a base dei prodotti promossi. Gli eventi dovranno prevedere la presenza di uno chef / testimonial che integrerà il menù proposto con una sua ricetta esclusiva. Il soggetto aggiudicatario dovrà assicurare la gestione completa di ogni evento e di tutti i relativi aspetti organizzativi: selezione delle location, sopralluoghi, verifica della presenza e del funzionamento delle attrezzature tecniche, allestimento, trasporto e distribuzione dei materiali promozionali, servizio fotografico e video, servizio di accoglienza, assistenza, attività di monitoraggio e promozione, rassegna articoli e post pubblicati e utenti raggiunti.		
Budget indicativo triennale	68.200 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 6	RELAZIONI PUBBLICHE E UFFICIO STAMPA – COLLABORAZIONI CON <i>INFLUENCERS</i> / <i>CHEFS</i> / <i>BLOGGERS</i> E GIORNALISTI		
Gruppi destinatari dest	Opinionisti (giornalisti, <i>food bloggers</i> e <i>food writers</i>, chef, <i>foodies</i>, <i>influencers</i>, nutrizionisti) e consumatori		
Attività N° 6.3	Blogger / Journalist Outreach Programme		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	Il Blogger / Journalist Outreach Programme consiste nel selezionare, nel corso di ciascuna annualità del programma, un gruppo mirato di 10 food blogger / giornalisti (5 in Svizzera e 5 in Norvegia) appassionati di prodotti e cucina di qualità per sensibilizzarli a promuovere i messaggi della campagna e a far conoscere i prodotti promossi. Con i 10 food blogger / giornalisti selezionati saranno, inoltre, organizzati, sempre nel corso di ciascuna annualità, altrettanti <u>concorsi annuali a premio / giveaway</u> destinati ai loro <i>followers</i> .		
Budget indicativo triennale	146.000 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			

	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 7	PROMOZIONI POS: Organizzazione di incontri di presentazione “one-to-one” con distributori – Promozioni POS e concorsi a premio per consumatori - InStore advertising		
Gruppi destinatari	Professionisti della distribuzione e consumatori		
Descrizione sintetica dell’attività e degli output richiesti	Propedeuticamente, nel corso della prima annualità del programma, dovranno essere organizzati alcuni incontri one-to-one con i rappresentanti delle catene maggiormente interessanti per il programma per la consegna del materiale di comunicazione realizzato unitamente ad una campionatura dei prodotti promossi ed alla somministrazione di un breve questionario finalizzato a verificare la conoscenza della produzione ortofrutticola europea, la disponibilità a commercializzarla nei propri punti vendita, l’attuale presenza di concorrenti e di private label nonché gli attuali volumi di vendita della tipologia dei prodotti promossi. Con le catene maggiormente interessante ed interessate dei due mercati target, sarà individuato, sia per la seconda che per la terza annualità del Programma, un punto vendita “pilota” in tre città / Paese (Berna, Ginevra e Zurigo in Svizzera e Oslo, Bergen e Trondheim in Norvegia) per l’organizzazione di una promozione POS della durata di almeno quattro giorni comprensiva di angolo dedicato alle degustazioni ed ai concorsi a premi per i propri consumatori. Le promozioni POS ed i relativi concorsi a premi saranno sostenuti dalla pubblicazione di una pagina nella versione digitale delle riviste InStore delle catene coinvolte.		
Budget indicativo triennale	208.000 €		
Descrizione dettagliata dell’attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 8	EVENTI: FIERE DI SETTORE – EVENTO FRUIT LOGISTICA - DISCOVERY TOUR		
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, <i>food bloggers</i> e <i>food writers</i>, chef, <i>influencers</i>, <i>foodies</i>, nutrizionisti), professionisti della distribuzione e canale HoReCa		
Attività N° 8.1	Manifestazioni fieristiche internazionali		
Descrizione sintetica dell’attività e degli output richiesti	Questa attività comprende la partecipazione, con uno stand di almeno 54 mq., alle manifestazioni fieristiche VeggieWorld Zurich (edizioni 2022 e 2023) e SMAK (edizione 2023). Nell’ambito di ciascuna manifestazione dovranno, inoltre, essere organizzati alcuni programmi giornalieri di <i>cooking sessions</i> dedicati ai prodotti promossi. La partecipazione a ciascuna manifestazione ed i previsti programmi di <i>cooking sessions</i> saranno opportunamente promossi anche attraverso la pubblicazione di una pagina intera a colori nel catalogo ufficiale di ciascuna edizione della manifestazione individuata – cfr. Attività N° 4.2. Durante ciascuna manifestazione fieristica dovrà, inoltre, essere realizzato un reportage foto / video.		

Budget indicativo triennale	228.250 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 8	EVENTI: FIERE DI SETTORE – EVENTO FRUIT LOGISTICA - DISCOVERY TOUR		
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, food bloggers e food writers, chef, influencers, foodies, nutrizionisti), professionisti della distribuzione e del canale HoReCa		
Attività N° 8.2	Evento di lancio Fruit Logistica		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	<p>Nel corso della seconda annualità dell'Azione dovrà essere organizzato, all'interno della manifestazione fieristica Fruit Logistica, uno spazio, <u>non espositivo ma esclusivamente di benvenuto</u> "Enjoy. It's from Europe", di almeno 35 mq destinato ad ospitare un evento inclusivo di <i>welcome tasting</i> indirizzato a 100 opinionisti internazionali e rappresentanti della GDO / canale HoReCa (in quest'ultimo caso esclusivamente quelli dei due mercati target presenti in fiera) nonché tre cooking demo giornaliere (1 / giorno).</p> <p>Sia l'evento che le cooking demo dovranno essere coordinate da un rinomato chef e, più in particolare, l'evento di benvenuto dovrà essere caratterizzato da un menù a base dei prodotti promossi che dovrà essere appositamente predisposto e stampato in 100 copie (cfr. pacchetto di lavoro N° 5). Anche le cooking demo saranno accompagnate dai relativi programmi con ricetta – cfr. pacchetto di lavoro N° 5). Le tre giornate di promozione vedranno, inoltre, la presenza di un fotografo / video maker professionista per la realizzazione di ulteriore materiale fotografico e video.</p>		
Budget indicativo triennale	65.600 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 8	EVENTI: FIERE DI SETTORE – EVENTO FRUIT LOGISTICA - DISCOVERY TOUR		
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, food bloggers e food writers, chef, influencers, foodies, nutrizionisti), professionisti della distribuzione e del canale HoReCa		
Attività N° 8.3	Discovery tour		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	<p>L'attività prevede l'organizzazione di un viaggio di approfondimento (a giugno 2023) della durata di 5 giorni nelle località di coltivazione dei prodotti oggetto del programma. Il tour ospiterà 16 opinionisti (8 provenienti dalla Svizzera e 8 dalla Norvegia). Il programma dovrà comprendere visite alle aziende di coltivazione e packaging, incontri / interviste B2M/O, workshop e sessioni / gare di cucina dedicate ai prodotti promossi.</p>		

Budget indicativo triennale	83.500 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

**TABELLA RIEPILOGATIVA
INDICATORI DI REALIZZAZIONE (OUTPUT), RISULTATO E IMPATTO PER I DUE MERCATI TARGET**

ATTIVITA'	TIPO INDICATORE	INDICATORE	QUANTITA'
3.1 Creazione e aggiornamento Portale & SEO	Realizzazione	Portale	1 + 2 estensioni
	Risultato	Numero di visualizzazioni (views) / Utenti intercettati (<i>reach</i>)	120.000
	Impatto	Numero di utenti effettivamente raggiunti / Conoscenza	24.000
3.2 Gestione Social Media	Realizzazione	Numero social media attivati e gestiti	3 social media / Paese = 6
	Realizzazione	Numero di contenuti prodotti e pubblicati	864
	Realizzazione	Numero pairing sessions FB organizzate	6 / Paese = 12
	Risultato	Numero di visualizzazioni dei contenuti pubblicati (<i>views / impressions / interactions</i>) / Utenti intercettati (<i>reach</i>)	1.200.000
	Impatto	Numero di utenti effettivamente raggiunti/Conoscenza	240.000
4.1 Pubblicità Social Media	Realizzazione	Numero di ads pubblicati	24 / Paese / anno = 144
	Risultato	Numero di <i>impressions</i> / utenti intercettati(<i>reach</i>)	1.500.000
	Risultato	Numero di YouTube views	40.000
	Impatto	Numero di utenti effettivamente raggiunti/Conoscenza	300.000
4.2 Pubblicità online / offline	Realizzazione	Pagine pubblicate nei cataloghi delle edizioni fieristiche individuate	2 Svizzera 1 Norvegia
	Realizzazione	Pubblicazioni in riviste digitali e/o blog specializzati nel food	12 (6 Svizzera e 6 Norvegia)
	Risultato	Professionisti della distribuzione e HoReCa intercettati dalle pagine nei cataloghi della manifestazione fieristica (<i>reach</i>)	35.000
	Risultato	Consumatori intercettati da pubblicazioni su riviste digitali / blog (<i>reach</i>)	1.200.000
	Impatto	Numero di professionisti e HoReCa effettivamente raggiunti/Conoscenza	8.750
	Impatto	Numero di consumatori effettivamente raggiunti/Conoscenza	240.000

6.1 Attività permanenti di relazioni pubbliche e ufficio stampa	Realizzazione	Attività di Pr e ufficio stampa	2 mailing list, 6 press kit, 1 book contenuti in due versioni, 24 comunicati stampa
	Risultato	Articoli / post pubblicati (inclusivi di attività 6.2)	1.100
	Risultato	Numero di opinionisti intercettati tramite comunicati stampa e press kit (<i>reach</i>) –	800
	Risultato	Consumatori intercettati tramite articoli e post pubblicati (<i>reach</i>)	800.000
	Impatto	Numero di opinionisti effettivamente raggiunti/Conoscenza	320
	Impatto	Numero di consumatori effettivamente raggiunti/Conoscenza	160.000
6.2 Eventi stampa	Realizzazione	Eventi stampa	1 in Svizzera e 1 in Norvegia
	Risultato	Numero di opinionisti partecipanti agli eventi	160
	Impatto	Numero di opinionisti effettivamente raggiunti / Conoscenza	160
6.3 Blogger / Journalist Outreach Program	Realizzazione	Blogger / giornalisti contattati da short list	100
	Realizzazione	Numero di blogger / giornalisti coinvolti e numero di concorsi a premi organizzati	30
	Risultato	Contenuti generati e pubblicati	1.100
	Risultato	Menzioni sui social	100
	Risultato	Numero di consumatori intercettati dai concorsi a premio e dai contenuti pubblicati (<i>reach</i>)	880.000
	Impatto	Numero di blogger / giornalisti effettivamente raggiunti/Conoscenza	40
	Impatto	Numero di consumatori effettivamente raggiunti/Conoscenza	176.000
7 Promozioni POS, concorsi a premio per consumatori e InStore advertising	Realizzazione	Numero promozioni POS / Concorsi a premio per consumatori organizzati	4
	Realizzazione	Numero di pagine pubblicate negli InStore magazine delle catene coinvolte	4
	Risultato	Consumatori intercettati dalla promozione e pubblicazioni negli InStore magazine (<i>reach</i>)	120.000
	Risultato	Consumatori intercettati dal questionario	1.000
	Risultato	Consumatori intercettati dai folder con cartolina ricetta e cartolina concorso	18.000
	Impatto	Numero di consumatori effettivamente raggiunti/Conoscenza	24.000
8.1 Manifestazioni fieristiche internazionali	Realizzazione	Partecipazioni manifestazioni fieristiche	3
	Risultato	Professionisti della distribuzione e del canale HoReCa intercettati tramite stand e programmi cooking sessions (<i>reach</i>)	35.000
	Risultato	Opinionisti intercettati tramite stand e programmi cooking sessions (<i>reach</i>)	400
	Impatto	Professionisti della distribuzione e del Canale HoReCa effettivamente raggiunti / Conoscenza	8.750
	Impatto	Opinionisti effettivamente raggiunti / Conoscenza	160

8.2 Evento di lancio Fruit Logistica	Realizzazione	Organizzazione presentazione / degustazione di benvenuto per 100 ospiti (Opinionisti)	1
	Realizzazione	Numero Cooking demo organizzate	6
	Risultato	Professionisti della distribuzione e del canale HoReCa intercettati da cooking demo (<i>reach</i>)	10.800
	Risultato	Opinionisti intercettati tramite presentazione / degustazione di benvenuto	100
	Impatto	Professionisti della distribuzione e del Canale HoReCa effettivamente raggiunti / Conoscenza	2.700
	Impatto	Opinionisti effettivamente raggiunti / Conoscenza	40
8.3 Discovery tour	Realizzazione	Discovery tour	1
	Risultato	Opinionisti invitati	100
	Risultato	Opinionisti partecipanti al tour	16
	Risultato	Articoli / post / re-post pubblicati	288
	Risultato	Consumatori intercettati dagli articoli / post pubblicati	600.000
	Impatto	Numero di opinionisti effettivamente raggiunti / Conoscenza	40
	Impatto	Numero di consumatori effettivamente raggiunti/Conoscenza	120.000

7 – Criteri di aggiudicazione

L'appalto è aggiudicato in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa tenendo conto **congiuntamente degli aspetti qualitativi del servizio e del prezzo**. I 100 punti complessivi saranno, pertanto, valutati nelle seguenti proporzioni:

QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA: MASSIMO 80 PUNTI

PREZZO DELL'OFFERTA ECONOMICA: MASSIMO 20 PUNTI

TOTALE PUNTEGGIO ATTRIBUIBILE: MASSIMO 100 PUNTI

La Commissione giudicatrice procederà alla valutazione degli **elementi di natura qualitativa dell'Offerta Tecnica** sulla base degli elementi di valutazione indicati nella tabella sotto riportata:

ELEMENTO DI VALUTAZIONE	CRITERIO MOTIVAZIONALE	PUNTEGGIO MASSIMO
STRATEGIA COMPLESSIVA MAX 8 PUNTI	Adeguatezza della strategia di comunicazione in termini di coerenza con gli obiettivi previsti a programma. Coerenza tra la strategia complessiva e le singole attività.	8 di cui: 8 = valutazione ottima 6 = valutazione buona 4 = valutazione sufficiente 2 = valutazione scarsa
PROPOSTA E DECLINAZIONE CONCEPT DI COMUNICAZIONE – SOLUZIONI TECNICHE – QUALITA' DEI PRODOTTI MAX 28 PUNTI	Originalità, creatività della proposta grafica e del concept di comunicazione della campagna e appeal del suo impatto visivo	8 di cui: 8 = valutazione ottima 6 = valutazione buona 4 = valutazione sufficiente 2 = valutazione scarsa
	Coerenza della proposta grafica e del concept di comunicazione	8 di cui: 8 = valutazione ottima 6 = valutazione buona

	con gli obiettivi fissati nel programma	4 = valutazione sufficiente 2 = valutazione scarsa
	Declinazione del concept e del key visual strategico nei formati standard che saranno utilizzati	8 di cui: 8 = valutazione ottima 6 = valutazione buona 4 = valutazione sufficiente 2 = valutazione scarsa
	Soluzioni tecniche adottate e qualità del materiale grafico proposto	4 di cui: 4 = valutazione ottima 3 = valutazione buona 2 = valutazione sufficiente 1 = valutazione scarsa
APPROCCIO METODOLOGICO E ARTICOLAZIONE DELLE ATTIVITA' MAX 44 PUNTI	Completezza nella descrizione delle singole attività e relativa coerenza con la strategia proposta, con i gruppi bersaglio e con gli indicatori di risultato	20 di cui: 20 = valutazione ottima 15 = valutazione buona 10 = valutazione sufficiente 5 = valutazione scarsa
	Qualità del Gruppo di lavoro proposto per le singole attività in termini di competenze e qualità dei profili professionali indicati nell'offerta tecnica. Esperienza in gestione ed organizzazione di servizi ed attività di informazione, comunicazione e promozione analoghi a quelli richiesti dal bando di gara. Contatti operativi già in essere nei due mercati target	12 di cui: 12 = valutazione ottima 8 = valutazione buona 6 = valutazione sufficiente 2 = valutazione scarsa
	Qualità e completezza degli output che saranno forniti (descrizione e quantificazione e loro coerenza con gli indicatori di risultato)	12 di cui: 12 = valutazione ottima 8 = valutazione buona 6 = valutazione sufficiente 2 = valutazione scarsa

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

ELEMENTO DI VALUTAZIONE	CRITERIO MOTIVAZIONALE	PUNTEGGIO MASSIMO
OFFERTA ECONOMICA MAX 20 PUNTI	Valutazione della congruità e del dettaglio del costo proposto per la realizzazione di ogni attività in base ai prodotti / servizi proposti	15 di cui: 15 = valutazione ottima 10 = valutazione buona 8 = valutazione sufficiente 1 = valutazione scarsa
	Valutazione della congruità del compenso dell'organismo di esecuzione	5 di cui: 5 = valutazione ottima 4 = valutazione buona 3 = valutazione sufficiente 1 = valutazione scarsa

8 – Svolgimento operazioni di gara e Commissione giudicatrice

La Commissione giudicatrice verrà nominata ad hoc dopo la scadenza del termine per la presentazione delle offerte e sarà costituita da un numero dispari pari a n. 5 membri di cui tre soggetti interni alle tre organizzazioni proponenti e due componenti indipendenti con comprovata esperienza in: a) appalti pubblici e b) marketing e strategie di comunicazione.

La Commissione si riunirà, presso la sede del Committente. Terra Orti Società Cooperativa, Coordinatore del raggruppamento, in data 4 febbraio 2021 al fine di espletare le procedure di selezione.

In presenza di una sola offerta valida, il Committente ha facoltà di procedere o meno all'affidamento dell'appalto.

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

All'esito delle operazioni di cui sopra, la Commissione redige la graduatoria e procederà con l'aggiudicazione. L'aggiudicazione vincola immediatamente il concorrente affidatario della gara, mentre il Committente sarà impegnato definitivamente soltanto quando, a norma di legge, tutti gli atti conseguenti e necessari all'espletamento della gara avranno conseguito piena efficacia giuridica.

Sarà data tempestiva comunicazione a tutti i partecipanti sull'esito della Gara di Selezione via PEC.

I risultati saranno, inoltre, pubblicati sul sito di Terra Orti Società Cooperativa - www.terraorti.it entro l'8 febbraio 2021.

9 – Oneri a carico dell'Aggiudicatario

Sono a carico dell'Aggiudicatario:

- svolgimento dei Servizi oggetto dell'appalto, in accordo e collaborazione con il Project Leader del Committente;
- accettazione integrale e incondizionata del contenuto del presente Capitolato;
- osservanza di ogni indicazione contenuta nel presente Capitolato anche se non specificatamente richiamata nel presente articolo, di norme e regolamenti in vigore a livello europeo, nazionale e regionale, nonché quelle che venissero eventualmente emanate nel corso del periodo contrattuale.

10 – Modifiche del contratto – variazioni quantitative e qualitative dei servizi

Il Committente, qualora sorgessero improvvise e particolari necessità, si riserva il diritto di apportare al contratto variazioni quantitative in più o meno entro i limiti del quinto dell'importo del contratto nel rispetto degli obblighi contrattuali. Il Committente si riserva, inoltre, di risolvere, per ragioni non imputabili all'aggiudicatario, il contratto in tutto od in parte riconoscendo all'aggiudicatario una indennità a termini di legge sulla parte di contratto non eseguita. Qualora venissero richiesti interventi straordinari non contemplati nel presente capitolato, le condizioni relative saranno di volta in volta concordate fra il Committente e l'Aggiudicatario.

11 – Rapporti tra l'aggiudicatario e il Committente

L'aggiudicatario deve individuare un referente tecnico e un referente amministrativo responsabili del servizio che avranno l'obbligo di collaborare strettamente con il Project Leader del Committente al fine di gestire il monitoraggio tecnico / amministrativo / finanziario del programma.

12 – Inadempienze

Il Committente ha facoltà di contestare i servizi resi non rispondenti in tutto o in parte alle prescrizioni del capitolato o dell'offerta proposta in gara. In caso di contestazione, il Committente potrà richiedere all'Aggiudicatario la sostituzione di personale / collaboratori inadeguati alla realizzazione dei servizi. In caso di ritardo o di rifiuto, nonché in ogni altra ipotesi di inosservanza degli obblighi contrattuali assunti dall'Aggiudicatario, il Committente contesterà in forma scritta all'Aggiudicatario le inadempienze.

13 – Decadenza e revoca dell'appalto

L'Aggiudicatario potrà essere dichiarato decaduto dall'appalto nei seguenti casi:

- per mancato assolvimento degli obblighi contrattuali o di legge in materia di stipendi e compensi a favore del proprio personale e dei propri collaboratori;
- per manifesta inadempienza degli impegni assunti con il contratto di appalto;
- per inosservanza delle linee progettuali presentate e delle eventuali indicazioni integrative in ordine alla qualità del servizio.

14 – Risoluzione unilaterale del contratto

Il Committente ha la facoltà di controllare e verificare la buona esecuzione del servizio con ausilio di incaricati scelti a sua discrezione. In caso di risoluzione del contratto, l'Aggiudicatario è comunque impegnato a proseguire l'incarico, alle medesime condizioni, per il tempo massimo di tre mesi.

15 – Spese contrattuali

Le spese di bollo, stipulazione, registrazione ed ogni altra spesa accessoria inerente il contratto di appalto sono a carico per il 50% dell'Aggiudicatario e per il restante 50% del Committente.

16 – Contenzioso

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

17 - Diritti di proprietà e di utilizzazione

I diritti di proprietà e/o di utilizzazione e sfruttamento economico degli elaborati, predisposti o realizzati dall'Aggiudicatario o dai suoi dipendenti e collaboratori nell'ambito o in esecuzione del presente servizio, rimarranno di titolarità esclusiva del Committente 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. 633/1941 "Protezione del diritto d'autore o di altri diritti concessi al suo esercizio" così come modificata ed integrata dalla L. n. 248/2000, devono intendersi ceduti, acquisiti e licenziati in modo perpetuo, illimitato e irrevocabile. L'Aggiudicatario si impegna a consegnare tutti i prodotti in formato aperto e modificabile e si obbliga espressamente a fornire al Committente appaltante tutta la documentazione e il materiale necessario all'effettivo sfruttamento dei diritti di titolarità esclusiva, nonché a sottoscrivere tutti i documenti necessari all'eventuale trascrizione di detti diritti a favore del Committente in eventuali registri o elenchi pubblici. L'Aggiudicatario si impegna, inoltre, a rispettare la vigente normativa in materia di raccolta e di trattamento dei dati personali e di tutela delle banche dati.