

CAPITOLATO TECNICO

PROCEDURA DI SELEZIONE DELL'ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DENOMINATO: QUALITY HERITAGE OF EUROPE ("QHE")

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI

Il **BENEFICIARIO, PIC CONSORZIO TUTELA VINI VALPOLICELLA** (qui nominato come "organismo proponente"), con legale e operativa in Via Valpolicella, n. 57 - 37029 San Pietro in Cariano (VR) - ITALIA, P.IVA 02202330235, tel. +39 045 7703194 e-mail: amministrazione@consorziovalpolicella.it, PEC: info@pec.consorziovalpolicella.it in qualità di capofila.

Indice

ai sensi degli articoli di riferimento del Reg. (UE) n. 1144/2014, del Reg. delegato (UE) n. 2015/1829, del Reg. di esecuzione (UE) n. 2015/1831, un **Bando di Gara per la selezione, mediante procedura competitiva aperta**, di un organismo di esecuzione (qui nominato "organismo di esecuzione") incaricato della realizzazione delle azioni rivolte al raggiungimento degli obiettivi previsti dal Programma triennale denominato Quality Heritage of Europe ("QHE"), avente come mercati target Italia, Francia, Germania e prodotto VINO e FORMAGGIO. Il suddetto programma è stato presentato alla Commissione Europea nell'ambito della "Call for proposals AGRIP-SIMPLE-2024 – Promotion of agricultural products (AGRIP-SIMPLE-2024-IM-EU QS)" che è stato presentato nella CALL 2024. Gli operatori economici in possesso dei requisiti indicati nei Regolamenti UE sopra menzionati, così come specificato nei paragrafi seguenti, sono invitati a presentare un'offerta (proposta tecnica ed economica) attenendosi puntualmente alle indicazioni contenute all'interno del presente **CAPITOLATO TECNICO**.

2 NORMATIVA E DOCUMENTAZIONE DI RIFERIMENTO

Il **quadro dei riferimenti normativi** essenziali ai fini dell'esecuzione del Programma comprende:

- **regolamento (UE) n. 1144/2014** del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 22 ottobre 2014, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi e che abroga il regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio,
- **regolamento delegato (UE) 2015/1829** della Commissione, del 23 aprile 2015, che integra il regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi,
- **regolamento di esecuzione (UE) 2015/1831** della Commissione, del 7 ottobre 2015, recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi.
- **Orientamenti sulla procedura di gara** di cui alla nota della Commissione Europea ddg1.B5/MJ/db D(2016)3210777

- **Decreto del Direttore Generale del Dipartimento della sovranità alimentare dell'ippica - Direzione generale degli affari generali del bilancio** del Ministero dell'Agricoltura della Sovranità Alimentare e delle Foreste (MASAF- Prot. Interno N.0532478 del 10/10/2024).

3 INFORMAZIONI PRINCIPALI

3.1 Prodotti oggetto di promozione

Amarone della Valpolicella DOCG - wine - NC 22042168

Valpolicella DOC - wine - NC 22042168

Valpolicella Ripasso DOC - wine - NC 22042168

Recioto della Valpolicella DOCG - wine - NC 22042168

Formaggio Parmigiano Reggiano PDO – cheese - 0406 90 61

3.2 Mercati Target

Italia, Francia, Germania

3.3 Obiettivi del Programma

Questo progetto ha l'obiettivo di aumentare la consapevolezza dei consumatori europei riguardo alle qualità e ai benefici dei prodotti agroalimentari di qualità, in particolare di quelli certificati DOP e IGP. Tale obiettivo è in linea con gli obiettivi specifici a) e c) dell'articolo 2 del Regolamento 1144/2014 e con il tema 1 della call 2024 (AGRIP – SIMPLE-2024-IM-EU QS), che mira a rafforzare il riconoscimento e la valorizzazione di questi schemi di qualità a livello europeo.

Obiettivo Generale 1: Aumentare la consapevolezza dei consumatori europei delle qualità organolettiche, delle caratteristiche di sicurezza alimentare e delle preoccupazioni ambientali dei prodotti agroalimentari di qualità.

Obiettivo Generale 2: Migliorare il livello di riconoscimento dei simboli dei marchi dei prodotti con una designazione, con particolare attenzione al marchio DOP, in modo che i consumatori possano facilmente trovare i prodotti europei designati sugli scaffali dei punti vendita.

3.4 Durata del programma

In caso di approvazione del progetto, il servizio ha la durata di 36 mesi decorrenti dalla data di avvio del programma, salvo potenziali periodi di sospensione.

3.5 Budget relativo alle azioni comprensivo di fee dell'Organismo di Esecuzione per il quale viene indetto il bando di gara

4.883.411,70 EUR

I soggetti interessati a partecipare al bando di gara dovranno presentare un'offerta tenendo in considerazione il budget complessivo sopra evidenziato, comprensivo del compenso dell'Organismo di Esecuzione che dovrà essere compreso tra un **minimo del 9% ed un massimo del 11%** del costo totale delle azioni e dovrà essere calcolato scorporandolo dal costo totale dell'azione.

3.6 Suddivisione in lotti

Il Programma non è suddiviso in lotti

4 OGGETTO DELL'APPALTO

4.1 Descrizione del servizio

Il servizio consiste nell'esecuzione del Programma. L'organismo di esecuzione dovrà quindi assicurare:

- lo sviluppo e lo svolgimento del programma di durata triennale, a partire dalla sottoscrizione del contratto;
- la realizzazione delle attività informative e promozionali previste dal Programma, sulla base degli obiettivi descritti nella strategia di azione e di comunicazione e mediante il monitoraggio dei risultati e dell'impatto;
- la gestione amministrativa-finanziaria del Programma, comprensiva delle relazioni tecniche periodiche e della relazione tecnica finale.

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, assicurando una chiara riconoscibilità al Programma e ai relativi soggetti promotori. Il servizio deve essere caratterizzato da un supporto tecnico e operativo qualificato.

4.2 Modalità di esecuzione

L'organismo di esecuzione deve costituire e disporre per la durata del contratto, di un gruppo di lavoro, nel rispetto dei requisiti di partecipazione, che è incaricato di gestire e attuare il Programma. **Tutte le attività del Gruppo di lavoro devono essere concordate e condivise con l'organismo proponente.** È previsto che uno o più componenti del Gruppo di lavoro siano disponibili per riunioni di monitoraggio, per dare supporto operativo alle attività del piano che necessitano di essere svolte in stretto coordinamento con la struttura di riferimento; le decisioni ed i temi trattati in tali riunioni dovranno risultare da appositi verbali redatti dall'organismo proponente e messi a conoscenza via mail all'organismo esecutore.

Il coordinamento delle attività e lo scambio di informazioni con l'organismo proponente possono avvenire mediante modalità differenti e articolate: contatti telefonici, riunioni, videochiamate, corrispondenza via e-mail, condivisione e scambio di materiali e documenti attraverso i sistemi di condivisione online. In ogni caso qualsiasi variazione nei piani di esecuzione rispetto a quanto precedentemente concordato dovrà essere previamente autorizzata dall'organismo proponente mediante atto scritto. Le parti concordano che tutti gli scambi epistolari e/o qualsiasi reciproca comunicazione,

dovranno essere effettuati mediante l'utilizzo della forma scritta ed inoltrati a mezzo posta elettronica o Posta Elettronica Certificata o modalità precedentemente concordate tra l'Organismo appaltante e l'Ente Esecutore.

4.3 Gruppo di lavoro

L'organismo di esecuzione deve garantire prestazioni di servizio svolte da personale con legittimi e regolari rapporti di lavoro e avente i requisiti professionali e tecnici adeguati all'impiego ed alla realizzazione del progetto. Il team di lavoro deve essere caratterizzato da un approccio organizzativo flessibile per rispondere alle variazioni e/o imprevisti che potranno determinarsi nel corso dello svolgimento del Programma.

L'organismo esecutore si assume la piena ed esclusiva responsabilità dei vari rapporti di lavoro che in alcun modo potranno essere ricondotti in capo all'organismo proponente; l'organismo esecutore garantirà il pieno rispetto di tutti gli adempimenti contributivi e fiscali, nonché contrattuali in genere, impegnandosi altresì ad osservare tutte le norme poste a tutela dell'incolumità fisica dei lavoratori, sollevando l'organismo proponente da qualsiasi onere o responsabilità in merito.

L'organismo di esecuzione si impegna:

- a. ad adibire al servizio personale idoneo, di comprovata capacità e riservatezza, il quale dovrà mantenere il più assoluto riserbo su quanto sia venuto a conoscere nell'espletamento del servizio;
- b. a garantire la stabilità e la continuità del servizio in ogni circostanza, assicurando personale quantitativamente e qualitativamente adeguato alle necessità e nel rispetto dei contenuti dell'offerta tecnica;
- c. a rispettare, nei confronti del proprio personale, i contratti di lavoro relativi al trattamento salariale, normativo, previdenziale ed assicurativo;
- d. a predisporre tutti i possibili mezzi di comunicazione che possano semplificare il coordinamento, il monitoraggio e il controllo del Programma;
- e. a dare esecuzione al programma che verrà redatto e controfirmato dalle parti, in ogni sua parte e nei modi e tempi ivi stabiliti, e previsti anche dalla Convenzione di Sovvenzione.

4.4 Durata del servizio

In caso di approvazione del progetto, il servizio avrà durata di **trentasei mesi** - decorrenti dalla data di stipula del contratto- ed è suddiviso in tre fasi di dodici mesi ciascuna. Il contratto avrà per oggetto lo svolgimento delle attività indicate nel presente bando alle condizioni ivi riportate e verrà sottoscritto successivamente alla firma, da parte dell'Organismo appaltante, della Convenzione di sovvenzione con lo Stato Membro e l'Ente Pagatore (AGEA).

L'organismo di esecuzione si impegna ad eseguire le prestazioni per i tempi di durata ed entro le singole scadenze previste dalla Convenzione di Sovvenzione, dal presente Capitolato Tecnico, e, ove non altrimenti previsto, secondo le tempistiche indicate dall'organismo proponente.

5 CONCEPT E STRATEGIE D'AZIONE

Premessa:

Le strategie d'azione del programma verranno sviluppate per raggiungere gli obiettivi prefissati con la massima efficacia. Si baseranno su un'analisi combinata:

- Fabbisogni dei target di riferimento
- Analisi SWOT del mercato
- Caratteristiche intrinseche dei prodotti europei di qualità

L'obiettivo sarà comunicare al meglio i messaggi chiave a ciascun target, diretto e indiretto, utilizzando modalità e strumenti differenti.

Strategia di Progetto: "Quality Heritage of Europe"

Obiettivi:

- Aumentare la consapevolezza dei consumatori europei sulla qualità dei prodotti agroalimentari, usando come esempio Valpolicella e Parmigiano Reggiano.
- Promuovere i marchi di qualità DOP e IGP europei.

Strategia:

- **Nome:** "Quality Heritage of Europe" - sottolinea l'identità e l'unità qualitativa europea.
- **Approccio:** educativo e promozionale - far conoscere l'eredità e i rigorosi processi produttivi dietro questi prodotti, stimolando l'interesse verso altri prodotti europei di qualità.
- **Focus:** Valpolicella e Parmigiano Reggiano come punto di partenza per accendere l'interesse verso altri prodotti con marchi DOP e IGP.

Adattamento per paese:

- **Italia:** evidenziare tradizione e qualità di Valpolicella e Parmigiano Reggiano, rafforzando il valore nazionale dei prodotti.
- **Germania:** puntare su sostenibilità e garanzia di qualità per soddisfare gli standard etici e ambientali tedeschi.
- **Francia:** sfruttare le fiere dedicate al gourmet per enfatizzare la qualità superiore e l'artigianalità dei prodotti, posizionandoli nel mercato del lusso.

Mix promozionale per paese:

- **Italia:** eventi dedicati a vino e formaggio, attività digitali e PR focalizzate sui marchi di qualità UE.
- **Germania:** ProWein, workshop e attività mirate a trasmettere l'attenzione alla sostenibilità.
- **Francia:** Vinexpo, social media e eventi stampa per posizionarsi nel mercato del lusso e del gourmet.

Pubblico target:

- **Operatori HoReCa e importatori:** formazione dettagliata su Valpolicella e Parmigiano Reggiano, qualità e marchi UE.
- **Consumatori gourmet:** rafforzare l'interesse verso i prodotti, enfatizzando i rigorosi standard qualitativi europei.
- **Stampa e media:** coinvolgere blogger, giornalisti e influencer del settore food & beverage.

Comunicazione:

- **Online** (social media, materiale visuale) e **offline** (eventi) **per diffondere il messaggio chiave:** scegliere prodotti europei di qualità come Valpolicella e Parmigiano Reggiano.
- **Obiettivo finale:** aumentare la conoscenza dei marchi di qualità UE nei paesi target.

Marchi commerciali:

- La campagna **non sarà orientata ai marchi commerciali**, ma questi potranno essere mostrati durante dimostrazioni e degustazioni, rispettando il principio di non discriminazione.
- Saranno sempre mostrati **almeno 5 marchi** contemporaneamente e in modo ugualmente visibile.
- La promozione includerà sempre un **riferimento alle linee guida alimentari** per ogni paese e prodotto.

6 Le Attività specifiche ed i Gruppi Target

La strategia d'azione si baserà sull'abbinamento di diverse tipologie di azioni a gruppi target specifici. Le attività terranno conto delle peculiarità di ogni gruppo e troveranno il modo ottimale per raggiungerlo.

I gruppi target selezionati saranno in grado di incorporare, riprodurre e diffondere il messaggio legato alla produzione e al consumo dei prodotti europei di qualità. Rappresenteranno un modo concreto per diffondere il messaggio della proposta e incorporeranno un effetto moltiplicatore per il progetto.

Sarà importante creare una rete di contatti diretti con i target che saranno in grado di massimizzare l'efficacia delle azioni. La priorità chiave sarà quella di identificare quei partner influenti che saranno in grado di dare la giusta risonanza al messaggio chiave della proposta.

Le attività saranno rivolte sia ai Media, che al Trade che ai Consumatori, facendo leva sul primo gruppo (operatori commerciali) al fine di rendere la proposta più sostenibile in termini economici e di "effetto moltiplicatore". Attraverso degustazioni ed eventi informativi, gli operatori diventeranno più competenti e saranno in grado di gestire e guidare i consumatori nella scelta e nell'introduzione di prodotti con certificazioni di qualità nel loro stile di vita.

- **Attività di PR**

Attività di PR continue:

- Creazione e diffusione di comunicati stampa
- Monitoraggio media
- Relazioni con i media

Eventi stampa:

- Organizzazione di eventi esclusivi
- Selezione di location prestigiose
- Creazione di esperienze uniche

Obiettivi Specifici Attività di PR:

- **Aumentare la consapevolezza:** Far conoscere al pubblico più ampio le caratteristiche uniche del Vino Valpolicella e del Parmigiano Reggiano.
- **Rafforzare l'immagine:** Posizionare i prodotti come simboli dell'eccellenza agroalimentare italiana.
- **Generare interesse:** Attirare l'attenzione dei consumatori e degli operatori del settore, stimolando la domanda.
- **Creare relazioni:** Stabilire rapporti duraturi con i giornalisti, i blogger e gli influencer per garantire una copertura mediatica costante.

Target:

- **Media specializzati:** Giornalisti, blogger e influencer del settore enogastronomico.
- **Media specializzati:** Giornalisti, blogger e influencer del settore enogastronomico che si rivolgano a:

- **Operatori del settore:** Ristoratori, sommelier, importatori, distributori.
- **Consumatori appassionati di enogastronomia:** Persone interessate a scoprire nuovi prodotti di alta qualità.

- **Sito Web e Social Media**

Sito Web:

- **Creazione e manutenzione del sito web:** Sviluppo di un sito web informativo e coinvolgente.
- **Contenuti:** Pubblicazione di articoli, guide, video e infografiche sui prodotti, le loro caratteristiche e le certificazioni di qualità.
- **News e eventi:** Aggiornamenti costanti sulle novità e gli eventi legati al progetto.
- **Sezione FAQ e contatti:** Risposte alle domande più frequenti.

Social Media:

- **Gestione dei canali social:** Utilizzo di piattaforme come Instagram e Facebook per coinvolgere il pubblico.
- **Pubblicazione di contenuti:** Condivisione di post informativi, immagini accattivanti e video coinvolgenti.
- **Interazione con il pubblico:** Risposta ai commenti, organizzazione di sondaggi e concorsi.
- **Collaborazioni con influencer:** Partnership con influencer del settore per aumentare la visibilità del progetto.

Obiettivi Specifici:

- Aumentare la visibilità dei prodotti online.
- Educare i consumatori sui marchi di qualità dell'UE.
- Creare una community di appassionati.
- Generare traffico verso il sito web e i canali social.

Target:

- Consumatori finali, soprattutto giovani e appassionati di food e wine
- Operatori del settore

- media
- **Strumenti di Comunicazione**
 - **Definizione della strategia di comunicazione:** Sviluppo di una strategia di comunicazione integrata, che comprenda l'utilizzo di diversi canali (social media, stampa, eventi).
 - **Creazione dell'identità visiva:** Sviluppo di un logo, un payoff e una linea grafica coerente per tutta la campagna.
 - **Realizzazione di materiale promozionale:** Produzione di brochure, poster, flyer e altri materiali informativi.
 - **Produzione di gadget:** Creazione di gadget brandizzati (ad esempio, borse, portabottiglie, ecc.) per aumentare la visibilità del progetto.

Obiettivi Specifici

- **Aumentare la riconoscibilità del marchio di qualità europea:** Creare un'immagine coerente e memorabile.
- **Comunicare efficacemente:** Trasmettere i messaggi chiave del progetto in modo chiaro e coinvolgente.
- **Generare interesse:** Attirare l'attenzione del pubblico e stimolare la curiosità.
- **Rafforzare il legame emotivo:** Connettere i consumatori con i prodotti e la loro storia.

Target:

- Consumatori finali,
- operatori del settore,
- media, influencer.
- **Eventi:**
 - **1. Partecipazione a fiere internazionali:**
 - **Selezione delle fiere:** Partecipazione a fiere di settore prestigiose, come Vinexpo a Parigi e ProWein a Düsseldorf.
 - **Allestimento dello stand:** Creazione di uno stand accattivante e funzionale, che rispecchi l'identità del brand degli schemi di qualità europei e dei prestigiosi consorzi proponenti.

- **Organizzazione di degustazioni:** Offerta di degustazioni guidate dei prodotti, abbinata a piatti tipici.
- **Relazioni con i buyer:** Interazione con i buyer internazionali per promuovere i prodotti e creare nuove opportunità commerciali.

Organizzazione di workshop e seminari:

- **Temi:** Focus su storia, tradizione, produzione e abbinamenti gastronomici dei prodotti.
- **Relatori:** Invito di esperti del settore, produttori e sommelier di fama internazionale.
- **Partecipanti:** Professionisti del settore, giornalisti, appassionati di vino e formaggio.

Eventi speciali:

- **Amarone Opera Prima:** Evento annuale dedicato al vino Amarone, con degustazioni, presentazioni e momenti di convivialità.
- **Eventi a tema:** Organizzazione di eventi a tema, come cene di gala, degustazioni verticali e abbinamenti con prodotti locali.

Obiettivi Specifici:

- Aumentare la visibilità internazionale dei prodotti.
- Creare nuove opportunità commerciali.
- Educare il pubblico sulle caratteristiche e la qualità dei prodotti.
- Rafforzare il legame emotivo tra i consumatori e i prodotti.

Target:

- Consumatori, appassionati di enogastronomia
- giornalisti, influencer,
- operatori del settore.

L'identificazione dei messaggi chiave è stata potenziata incrociando gli obiettivi generali di promozione della consapevolezza e della competitività dell'eccellenza e della qualità agroalimentare dell'UE con le opportunità e le sfide identificate nei mercati target per i VINI della VALPOLICELLA e per il FORMAGGIO PARMIGIANO-REGGIANO.

- **L'Eccellenza Italiana, un Tesoro Europeo:**
 - **Sottolineare l'origine Italiana:** Evidenziare come i vini della Valpolicella e il Parmigiano Reggiano siano ambasciatori dell'eccellenza italiana nel mondo come punta di diamante della qualità ed eccellenza europea e mediterranea.
 - **Focus sulla tradizione:** Sottolineare la storia millenaria e le tradizioni artigianali che rendono questi prodotti unici e inimitabili.
 - **Collegamento all'UE:** Ribadire come le certificazioni DOP e DOCG siano una garanzia di qualità europea, sinonimo di autenticità e rigorosi controlli.

- **Un Viaggio nel Gusto, un Inno alla Natura:**
 - **Esaltare il terroir:** Sottolineare l'influenza del territorio, del clima e delle pratiche agricole tradizionali sulla qualità dei prodotti.
 - **Valorizzare la sostenibilità:** Evidenziare l'impegno dei produttori per la sostenibilità ambientale e la tutela del territorio.
 - **Connettere con l'esperienza:** Invitare i consumatori a un viaggio sensoriale alla scoperta dei sapori autentici dell'Italia.

- **Benessere a Tavola, Piacere Puro:**
 - **Connettere con lo stile di vita sano:** Posizionare questi prodotti come parte di un'alimentazione equilibrata e consapevole.
 - **Promuovere l'abbinamento:** Suggestire abbinamenti gastronomici creativi per valorizzare al meglio le caratteristiche dei prodotti.

- **La Cucina Italiana, un'Opera d'Arte:**
 - **Valorizzare la versatilità:** Mostrare come questi prodotti si abbinano perfettamente a una vasta gamma di piatti, dalla cucina tradizionale a quella più creativa.
 - **Celebrare la cultura italiana:** Collegare i prodotti alla cultura italiana e alle sue tradizioni culinarie.
 - **Invitare alla sperimentazione:** Incoraggiare i consumatori a creare le proprie ricette e a condividere le loro esperienze.

- **Un'Esperienza da Condividere:**
 - **Sottolineare l'aspetto sociale:** Invitare i consumatori a condividere questi prodotti con amici e familiari in modo corretto e consapevole.
 - **Creare un legame emotivo:** Associare i prodotti a momenti di convivialità e celebrazione.
 - **Posizionare i prodotti come un regalo:** Suggestire i vini della Valpolicella e il Parmigiano Reggiano come idea regalo per occasioni speciali.
- **Considerazioni sui marchi commerciali:**
 - **Rotazione dei marchi:** Prevedere una rotazione dei marchi esposti durante le degustazioni e le manifestazioni per garantire equità e visibilità a tutti i produttori.
 - **Focus sul prodotto:** Mettere in evidenza le caratteristiche dei prodotti e le certificazioni di qualità, piuttosto che i singoli marchi.
 - **Creazione di un marchio ombrello:** Considerare la creazione di un marchio ombrello che raggruppi tutti i produttori partecipanti, valorizzando l'origine e la qualità dei prodotti.
- **Adattamento ai mercati Target:**
 - **Linguaggio semplice e diretto:** Utilizzare un linguaggio chiaro e diretto, evitando termini troppo tecnici.
 - **Riferimenti alla cultura locale:** Creare connessioni tra i prodotti e le preferenze culinarie dei consumatori Italiani, Tedeschi e Francesi.
 - **Enfatizzare le corrette pratiche di consumo:** Sottolineare le proprietà nutrizionali e i benefici per il benessere correlati ad uno stile di consumo corretto e consapevole.

8 TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ E INIZIATIVE PREVISTE DAL PROGRAMMA

Pacchetto di lavoro 2

Pacchetto di lavoro 2: Relazioni Pubbliche		
Durata:	M1 – M36	
Compito n.	Nome del compito	Descrizione
2.1	PR continuative	<p>Output</p> <p>18 comunicati stampa (6 all'anno)</p> <p>3 report sulle press release (uno per anno)</p> <p>Format</p> <ul style="list-style-type: none">● Generare interesse sulla stampa attraverso la diramazione di comunicati personalizzati sui mercati target● Ottenere visibilità sui media attraverso il contatto con giornalisti e blogger● Diffondere le notizie: Utilizzare canali online e offline per la diffusione delle notizie● Monitoraggio e reportistica continuativa per consentire di tarare la strategia in corso d'opera
2.2	Eventi Stampa	<p>Output</p> <p>6 Eventi Stampa (2 ogni anno)</p> <p>3 report sui press event (uno per anno)</p> <p>Format</p> <ul style="list-style-type: none">● Recruitment di giornalisti, influencer e esperti del settore● Degustazione dei prodotti prodotti● Abbigliaggio della location con grafiche di progetto e strumenti necessari● Presenza di personale del proponente per la corretta comunicazione agli invitati● Monitoraggio e reportistica continuativa per consentire di tarare la strategia in corso d'opera

Budget complessivo pacchetto 2	EUR 160.506
---------------------------------------	--------------------

Pacchetto di lavoro 3

Pacchetto di lavoro 3: SITO WEB; SOCIAL MEDIA; APP		
Durata:	M1 – M36	
Compito n.	Nome del compito	Descrizione
3.1	PORTALE INFORMATIVO	<p>Output</p> <p>1 Sito Web e relativo mantenimento ed aggiornamento per 3 anni di progetto</p> <p>3 report sul sito web (uno per anno)</p> <p>Format</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Informazioni su caratteristiche dei prodotti, tecniche produttive e schemi di qualità europei. ● Focus obiettivi e delle strategie di progetto. ● Sezione News e Press Release ● Calendario Eventi della campagna e galleria fotografica ● Sezione Contatti ● Monitoraggio e reportistica continuativa per consentire di tarare la strategia in corso d'opera
3.2	SOCIAL MEDIA	<p>Output</p> <p>2 Account Dedicati sui Social Network e relativo mantenimento ed aggiornamento per 3 anni di progetto</p> <p>72 post (24 all'anno)</p> <p>3 report sui social media (uno per anno)</p> <p>Format</p>

		<ul style="list-style-type: none"> ● Redazione, Traduzione, Pubblicazione dei post ● Moderazione ed Animazione della community ● Monitoraggio e Reportistica continuativa per consentire di tarare la strategia in corso d'opera
Budget complessivo pacchetto 3	EUR 77.422,50	

Pacchetto di lavoro 5

Pacchetto di lavoro 5: COMMUNICATION TOOLS		
Durata:	M1 – M36	
Compito n.	Nome del compito	Descrizione
5.1	CONCEPT VISIVO E STRUMENTI DI COMUNICAZION E	Output 1 Logo di progetto 1 Campagna di comunicazione 1 Brand Book 12.000 promotional materials 3 report sul communication strategy e communication tools (uno per anno) Format <ul style="list-style-type: none"> ● Realizzazione dei materiali informativi e promozionali necessari a sostenere l'attività di progetto ● Organizzare la logistica di Distribuzione a sostegno del programma di eventi previsti dal progetto ● Monitoraggio e Reportistica continuativa per consentire di tarare la strategia in corso d'opera
Budget complessivo pacchetto 5	EUR 99.900	

Pacchetto di lavoro 6

Pacchetto di lavoro 6: EVENTI		
Durata:	M1 – M36	
Compito n.	Nome del compito	Descrizione
6.1	PARTCIPAZIONE A FIERE DI SETTORE	<p>Output</p> <p>Partecipazione a 6 Eventi Fieristici (2 all'anno) (Prowein Dusseldorf; Vinexpo Paris)</p> <p>3 report sulle partecipazione a fiere (uno per anno)</p> <p>Format</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Allestimento dello stand di progetto accattivante e funzionale ● Organizzazione delle degustazioni allo stand combinando i prodotti dei proponenti ● Organizzare le aree ed il reclutamento per la proficua interazione con i buyer in fiera consentendo ai produttori di promuovere i prodotti e creare nuove opportunità commerciali ● Monitoraggio e reportistica continuativa per consentire di tarare la strategia in corso d'opera
6.2	SEMINARI, WORKSHOPS & WALK AROUND TASTING	<p>Output</p> <p>Organizzazione di 24 Amarone & Parmigiano Heritage workshop, seminars (8 all'anno) sui mercati target</p> <p>Organizzazione di 9 Amarone & Parmigiano Heritage Walk around tasting (3 all'anno)</p> <p>3 report su workshops, seminari e tasting (uno per anno)</p> <p>Format</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Selezione della location idonea ad ospitare gli eventi ● Realizzazione di Allestimenti accattivanti e funzionali alle attività seminariali, di workshop e tasting ● Organizzazione della logistica di materiale informativo e prodotti dei proponenti funzionali alle attività ● Gestione del reclutamento degli ospiti e dei relatori ed eventuali necessità di interpretariato ● Monitoraggio e reportistica continuativa per consentire di tarare la strategia in corso d'opera

6.3	ALTRI EVENTI	<p>Output</p> <p>Organizzazione di 6 eventi “Autoprodotti” in Italia (2 all’anno) sul format di Amarone Opera Prima in Verona ed Amarone in Capitale in Roma.</p> <p>3 report sugli eventi “Autoprodotti” (uno per anno)</p> <p>Format</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Selezione della location idonea ad ospitare gli eventi ● Realizzazione di Allestimenti accattivanti e funzionali alle attività seminariali, di workshop, tasting ed attività espositiva allo stand da parte dei produttori ● Organizzazione della logistica di materiale informativo e prodotti dei proponenti funzionali alle attività ● Gestione del reclutamento degli ospiti e dei relatori ed eventuali necessità di interpretariato ● Monitoraggio e reportistica continuativa per consentire di tarare la strategia in corso d’opera
Budget complessivo pacchetto 6		EUR 4.545.583,20

NB: i budget sono indicate al netto della fee del soggetto esecutore:

9 REQUISITI PER LA PARTECIPAZIONE ALLA GARA

9.1 Requisiti di idoneità

Iscrizione nel Registro tenuto dalla Camera di Commercio Industria e Artigianato e Agricoltura per attività coerenti con quelle oggetto della presente procedura di gara (da attestare tramite copia di visura camerale). Nel caso di operatore economico non stabilito in Italia, documentazione conforme alla normativa vigente del rispettivo Paese o dichiarazione giurata.

9.2 Inesistenza di cause di esclusione dalla partecipazione alla gara

La partecipazione alla presente procedura di gara è riservata, **a pena di esclusione**, 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**) firmata dal Legale Rappresentante.

Nel caso di partecipazione alla Gara come RTI non ancora costituiti, l'offerta (tecnica ed economica) deve essere sottoscritta da tutti gli operatori economici che costituiranno il raggruppamento temporaneo e contenere una dichiarazione che espliciti l'impegno che, in caso di aggiudicazione della Gara (e di eventuale approvazione del Programma), gli stessi operatori conferiranno mandato collettivo speciale con rappresentanza ad uno di essi, da indicare in sede di offerta e qualificata come mandatario, il quale stipulerà il contratto in nome e per conto proprio e dei mandanti.

9.3 Requisiti di capacità economica e finanziaria

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione deve aver realizzato nel triennio 2021/2022/2023 un fatturato globale complessivamente non inferiore ad € 2.000.000,00 (Euro duemilioni/00) al netto di IVA.

Tali requisiti devono essere posseduti dall'operatore economico singolo o dal raggruppamento temporaneo d'impresе nel suo complesso.

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato A), firmata dal legale rappresentante, che – nel caso di partecipazione in RTI – deve essere compilata da ogni soggetto facente parte dell'RTI.

Si richiede, pertanto, di allegare i bilanci di esercizio delle annualità del triennio necessari ad attestare il raggiungimento del fatturato globale sopra indicato.

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato anche tramite la dichiarazione allegata (**Allegato A**) firmata dal Legale Rappresentante.

9.4 Requisiti di capacità tecnica e professionale

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione deve aver realizzato, nel corso del triennio 2021/2022/2023, progetti e attività analoghi a quelli promozionali destinati al mercato interno/paesi terzi, per un importo non inferiore complessivamente a Euro 1.000.000,00 (in lettere: un milione di Euro) al netto dell'IVA. Deve essere allegata dichiarazione con indicazione dei rispettivi importi di progetto, date, mercati, destinatari pubblici o privati.

Tali requisiti devono essere posseduti dall'operatore economico o dal raggruppamento temporaneo d'impresе nel suo complesso, fatto salvo che in tale ultimo caso la mandataria in ogni caso deve possedere i requisiti ed eseguire le prestazioni in misura maggioritaria.

Il possesso di questo requisito dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (**Allegato A**) firmata dal Legale Rappresentante e dall'Autodichiarazione sopra menzionata.

10 CRITERI DI AGGIUDICAZIONE

L'appalto è aggiudicato in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa secondo la ripartizione dei punteggi di seguito descritta ma tenendo conto anche dei criteri di qualità.

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

QUALITÀ DELL'OFFERTA TECNICA: max punti 85

OFFERTA ECONOMICA: max punti 15

TOTALE PUNTEGGIO ATTRIBUIBILE: max punti 100

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

Criteria	Sotto criteri	Punteggio massimo
1. STRATEGIA COMPLESSIVA	Adeguatezza della metodologia proposta e qualità dell'articolazione della strategia di comunicazione: in particolare, dimostrazione della capacità di produrre i risultati previsti dal progetto	Fino a 3 punti
	Coerenza tra la strategia complessiva progettuale e le singole attività e coerenza tra la strategia complessiva progettuale e gli obiettivi previsti a progetto	Fino a 3 punti
Punteggi massimi attribuibili		6
2. OUTPUT DI PROGETTO	Creatività ed innovazione nelle modalità realizzative e nei contenuti della proposta di realizzazione degli output di progetto richiesti (es. gestione ufficio stampa, realizzazione del materiale informativo e della comunicazione on-line, realizzazione di eventi ed incoming, etc.)	Fino a 15 punti
	Efficacia e capacità degli output previsti di comunicare il messaggio del progetto	Fino a 5 punti
	Qualità della proposta grafica e del concept e contenuto dei messaggi promozionali adeguati alla realizzazione dei risultati previsti dal progetto	Fino a 15 punti
	Qualità del gruppo di lavoro dedicato all'attività di comunicazione, di grafica, di gestione eventi, etc. del progetto (valutazione CV del gruppo di lavoro dedicato)	Fino a 10 punti
Punteggi massimi attribuibili		45
3. APPROCCIO METODOLOGICO	Adeguatezza nelle modalità di realizzazione ed esecuzione delle azioni	Fino a 8 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 3 punti
	Adeguatezza dei meccanismi di controllo per monitorare la corretta esecuzione economico-finanziaria del progetto e il rispetto del cronoprogramma: qualità ed efficacia delle modalità di esecuzione delle azioni previste	Fino a 3 punti

	Qualità del gruppo di lavoro dedicato all'attività di gestione del progetto (valutazione CV del gruppo di lavoro dedicato)	Fino a 6 punti
	Adeguatezza ed efficacia degli strumenti previsti per la valutazione dei risultati di progetto	Fino a 3 punti
	Qualità del gruppo di lavoro dedicato all'attività di valutazione dei risultati di progetto (valutazione CV del gruppo di lavoro dedicato)	Fino a 6 punti
Punteggi massimi attribuibili		29
	Altri servizi proposti	Fino a 3 punti
	Attività di assistenza fornita al Consorzio	Fino a 2 punti
Punteggi massimi attribuibili		5

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
ANALISI ECONOMICA ONORARIO Max 15 punti	Analisi di economicità sulle iniziative proposte, secondo i prezzi di mercato	3
	Congruità dell'onorario, espresso in giornate/uomo, richiesto per la realizzazione di ogni azione, in base al costo di ogni azione e ai benefici attesi	12

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

GIUDIZIO QUALITATIVO COEFFICIENTI	
non riscontrabile	0
valutazione insignificante	0,1

valutazione appena sufficiente	0,2
valutazione sufficiente	0,3
valutazione tra sufficiente/discreta	0,4
valutazione discreta	0,5
valutazione tra discreta/buona	0,6
valutazione buona	0,7
valutazione tra buona/ottima	0,8
valutazione ottima	0,9
valutazione eccellente	1

Ai fini dell'attribuzione e del calcolo dei punteggi, eventuali valori non interi verranno approssimati fino alla seconda cifra decimale.

In presenza di una sola offerta valida, l'organismo proponente ha facoltà di procedere o meno all'affidamento dell'appalto. In **caso di parità di punteggio** ottenuto, l'appalto verrà aggiudicato al concorrente che avrà riportato il maggior punteggio nell'offerta tecnica. In caso di parità di punteggio sia dell'offerta economica che dell'offerta tecnica, si procederà mediante sorteggio.

La commissione giudicatrice verrà nominata ad hoc dopo la scadenza del termine per la presentazione delle offerte ed espletterà le procedure di selezione.

11 MODALITÀ DI PRESENTAZIONE

Gli organismi interessati a partecipare al Bando di Gara dovranno, a pena di esclusione, inviare la propria proposta entro il giorno **21/12/2024 alle ore 10:00**, in un unico plico contenente i 3 seguenti Allegati (se l'invio avverrà per via cartacea) o in uno o più file (se l'invio avverrà per via telematica):

Allegato A) Documentazione amministrativa:

- Allegato A compilato e firmato dal Legale Rappresentante
- Bilanci degli ultimi 3 anni
- Visura aggiornata
- Autodichiarazione e documentazione relativa ai requisiti descritti al punto 4.3:
 - CV aziendale
 - Cv dei componenti del gruppo di lavoro
- elenco dei progetti e attività promozionali realizzati, come richiesto a dimostrazione del requisito di capacità tecnica e professionale con indicazione dei rispettivi importi di progetto, date, mercati, destinatari pubblici o privati.
- C.I. sottoscrittore

Allegato B) Proposta tecnica:

L'operatore economico che parteciperà alla gara di selezione, nell'Allegato B) Proposta tecnica, dovrà presentare un servizio articolato rispetto alle diverse tipologie di attività.

Per il periodo di attuazione del programma, è prevista la realizzazione di una serie di output minimi richiesti per ciascun settore di attività. I concorrenti hanno facoltà di presentare in sede di offerta tecnica una proposta che preveda la realizzazione di un numero maggiore di output, a condizione che la conseguente offerta economica rientri obbligatoriamente entro i limiti determinati dalla base d'asta.

- Presentazione dell'operatore economico partecipante:
 - Presentazione generale in termini di esperienze maturate
 - nel settore della promozione/informazione su prodotti alimentari di qualità,
 - Nella realizzazione di eventi, fiere, attività di PR e ufficio stampa
 - Elaborazione materiale promozionale/informativo
- Strategia complessiva: l'operatore dovrà descrivere in modo articolato la strategia generale del Programma, evidenziando le modalità di raggiungimento degli obiettivi del programma e la coerenza complessiva e le singole attività proposte.
- Approccio metodologico e articolazione delle attività:
 - L'operatore economico dovrà articolare la propria proposta proponendo un piano di attività che deve contenere:
 - una descrizione dettagliata di ciascun intervento, con motivazione della scelta in relazione all'efficacia nel raggiungimento degli obiettivi del Programma, delle tematiche da diffondere e trattare e della tipologia di Paesi e gruppi target, dimostrando ponderata selezione per il massimo impatto raggiungibile;
 - dovrà indicare per ciascuna attività i kpi attesi;
 - dovrà riportare indicazione del numero e la tipologia di contatti attesi (diretti e indiretti).

Il piano dovrà inoltre contenere:

- la 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.
- Presentazione degli eventuali ulteriori servizi proposti e delle modalità di assistenza fornite al Soggetto Appaltante

Allegato C) Offerta Economica:

L'operatore economico che parteciperà alla Gara di Selezione dovrà fornire:

- Piano finanziario dettagliato per ogni attività/iniziativa proposta (compreso onorario);
- Budget riassuntivo del triennio per Paese.

Per ogni attività proposta dovranno essere dettagliati il più possibile i costi previsti, che dovranno essere indicati al netto dell'IVA. I costi devono essere organizzati e presentati in una tabella (denominata Piano finanziario dettagliato) che contenga il nome dell'iniziativa e le singole voci di costo che la compongono, al fine di giungere ad una somma totale (costo totale delle azioni), composta dai costi delle singole iniziative, a loro volta composti dalle singole voci di costo.

Per quanto riguarda i costi relativi all'onorario dell'Organismo Esecutore, questi dovranno essere presentati in forma di giornate/uomo in relazione ad ogni singola iniziativa, dettagliando le modalità e i dati necessari per quantificarli.

Si riporta una tabella a titolo di esempio:

Paese Target	ITALIA		
2.1 Attività di Pubbliche relazioni permanenti	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Segreteria organizzativa			
Ospitalità operatori			
<i>Inserire una riga per ogni voce di costo</i>			
Totale annuo attività			
Onorario agenzia (costo unitario al giorno, indicare se per un consulente senior o per un consulente junior o altra figura)	XXXX €	XXXX €	XXXX €
Numero giornate previste	XXXX €	XXXX €	XXXX €
Totale onorario agenzia	XXXX €	XXXX €	XXXX €
Totale annuo comprensivo di onorario	XXXX €	XXXX €	XXXX €
2.1 Attività di Pubbliche relazioni permanenti	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
<i>Inserire una riga per ogni voce di costo</i>			
Totale annuo attività			

Onorario agenzia (costo unitario al giorno per un consulente senior o per un consulente junior o altra figura)	XXXX €	XXXX €	XXXX €
Numero giornate previste	XXXX €	XXXX €	XXXX €
Totale onorario agenzia	XXXX €	XXXX €	XXXX €
Totale annuo comprensivo di onorario	XXXX €	XXXX €	XXXX €

La documentazione dovrà essere presentata in formato pdf non editabile entro e non oltre il giorno **21/12/2024 alle ore 10:00 a mezzo PEC** all'indirizzo info@pec.consorziovalpolicella.it; esclusivamente per operatori economici non stabiliti in Italia è possibile inviare la documentazione all'indirizzo amministrazione@consorziovalpolicella.it. In alternativa, è possibile far pervenire la documentazione di gara anche in forma cartacea, in una busta chiusa contenente i 3 allegati, timbrata e controfirmata sui lembi dal legale rappresentante con la medesima scadenza sopra riportata.

Il recapito del plico e/o della comunicazione telematica nei termini previsti rimane ad **esclusivo rischio del mittente** ove, per qualsiasi motivo, non giunga a destinazione entro le ore 10.00 del **21/12/2024**. Il recapito oltre tale termine perentorio non potrà essere oggetto di contestazione.

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

CONSORZIO TUTELA VINI VALPOLICELLA

Viale del Marmo, n. 10 - 37015 Sant' Ambrogio di Valpolicella - VERONA

Alla cortese attenzione di **MATTEO TEDESCHI**

Nell'oggetto della PEC e dell'e-mail, nonché sulla busta cartacea, scrivere quanto segue:

NON APRIRE: CONTIENE BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DENOMINATO "Quality Heritage of Europe (acronimo "QHE")" / nome operatore/agenzia/organismo partecipante alla gara.

L'oggetto della comunicazione, oltre a riportare la dicitura di cui sopra, dovrà indicare il numero del messaggio sul numero totale di messaggi previsti (ad esempio parte 1 di 3, parte 2 di 3, ecc...).

12 MODALITÀ DI APERTURA DELLE OFFERTE

Data: **23/12/2024**

Ora locale: 10:00 per la parte pubblica

Ora locale 11:00 per la parte riservata

Luogo: **VILLA BRENZONI-BASSANI – Sede operativa del Consorzio per la Tutela dei Vini Valpolicella – Viale del Marmo, n. 10 – 37015 – Sant’Ambrogio di Valpolicella (VR)**, la parte pubblica avverrà con modalità telematica al link che verrà inviato via PEC ai partecipanti alla gara che ne faranno richiesta entro il giorno 16/12/2024 (5 GIORNI PRIMA DELLA VALUTAZIONE) ore 9.00 all’indirizzo PEC.

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

La Commissione di valutazione, organo ad hoc creato appositamente per la valutazione e selezione delle proposte pervenute **dopo** il termine di presentazione delle offerte, si riunirà in data **23/12/2024** (DATA VALUTAZIONE) ora locale 11:00, al fine di espletare le procedure di selezione e aggiudicazione secondo i criteri di cui al punto 6 del presente capitolato. Sarà data tempestiva comunicazione a tutti i partecipanti sull’esito della Gara di Selezione, a mezzo PEC. I risultati verranno anche pubblicati sul sito www.consorziovalpolicella.it entro il giorno **23/12/2024** (DATA PUBBLICAZIONE).

Eventuali domande e/o richieste di chiarimenti per l’esecuzione dell’offerta dovranno essere presentate **ESCLUSIVAMENTE** per iscritto ed inviate a mezzo PEC al seguente indirizzo info@pec.consorziovalpolicella.it alla c.a. di **MATTEO TEDESCHI** alle quali seguirà risposta esclusivamente per iscritto. Le domande e le risposte saranno pubblicate sul sito www.consorziovalpolicella.it nell’apposita sezione FAQ dedicata alla presente Gara. Non saranno prese in considerazione eventuali richieste verbali o inoltrate con modalità diverse da quella indicata.

13 ONERI A CARICO DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE

Sono a carico dell'organismo di esecuzione:

1. Svolgimento dei Servizi oggetto dell'appalto, in accordo e collaborazione con l'organismo capofila e nell'accettazione integrale e incondizionata del contenuto del presente Capitolato.
2. Osservanza di ogni indicazione contenuta nel presente capitolato anche se non specificatamente richiamata nel presente articolo, di norme e regolamenti in vigore sia a livello nazionale che comunitario, nonché quelle che venissero eventualmente emanate nel corso del periodo contrattuale (comprese le norme regolamentari e le ordinanze municipali), con particolare riguardo a quelle relative all'igiene ed alla sicurezza e comunque attinenti all'oggetto dell'appalto od alla sua esecuzione.
3. L'organismo di esecuzione si assume l'intera responsabilità tecnica e finanziaria delle azioni di cui all'articolo 6, compresa quella relativa alla loro compatibilità con le vigenti normative dei paesi target e con le regole di concorrenza applicabili in materia. Il contraente assume se necessario personale per il controllo e la sorveglianza dell'esecuzione delle azioni previste dal programma.
4. L'organismo di esecuzione dovrà sovrintendere all'attività di monitoraggio amministrativo/finanziario del progetto, compresi la tenuta dei registri e documenti giustificativi, la trasmissione dei deliverables, e la predisposizione delle azioni e delle domande di pagamento.

14 MODIFICHE DEL CONTRATTO - VARIAZIONI DEI SERVIZI

L'organismo proponente, qualora sorgessero improvvise e particolari necessità, si riserva il diritto di apportare al contratto variazioni quantitative in più o in meno entro il limite del quinto dell'importo del contratto nel rispetto degli obblighi contrattuali. L'organismo proponente si riserva inoltre di risolvere, per ragioni non imputabili all'aggiudicatario, il contratto in tutto o in parte riconoscendogli una indennità a termini di legge sulla parte del contratto non eseguita. Qualora venissero richiesti interventi straordinari non contemplati nel presente capitolato, le condizioni relative saranno di volta in volta concordate fra le parti. Tutte le modifiche sopra menzionate dovranno essere comunicate per iscritto via PEC, con specifica indicazione delle nuove condizioni di esecuzione e dei tempi di avvio.

15 INADEMPIENZE

L'organismo proponente ha facoltà di contestare i servizi resi non rispondenti in tutto o in parte alle prescrizioni del capitolato o della offerta proposta in gara. In caso di contestazione, potrà richiedere al fornitore la sostituzione di personale inadeguato alla realizzazione dei servizi. In caso di ritardo o rifiuto, nonché in ogni altra ipotesi di inosservanza degli obblighi contrattuali assunti dall'operatore economico, l'organismo proponente contesterà in forma scritta all'organismo di esecuzione le inadempienze.

16 DECADENZA E REVOCA DELL'APPALTO

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

1. per mancato assolvimento degli obblighi contrattuali o di legge, in materia di stipendi, liquidazioni o trattamenti previdenziali ed assicurativi a favore del personale della ditta aggiudicataria;
2. per manifesta inadempienza degli impegni assunti con il contratto di appalto anche se previsti da piani esecutivi o apposite convenzioni sottoscritti tra le parti, o per variazioni successivamente apportate al piano esecutivo ai sensi del precedente art 12;
3. per inosservanza delle linee progettuali presentate e delle eventuali indicazioni integrative in ordine alla qualità del servizio;
4. per grave e reiterato mancato rispetto dei tempi di esecuzione del servizio o di una singola scadenza o fase del contratto.

17 RISOLUZIONE UNILATERALE DEL CONTRATTO

L'organismo proponente ha la facoltà di controllare e verificare la buona esecuzione del servizio con ausilio di incaricati scelti a sua discrezione.

18 SPESE CONTRATTUALI

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

19 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 sarà quello di Verona.

20 DIRITTI DI PROPRIETÀ E DI UTILIZZAZIONE

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

L'organismo di esecuzione si impegna a consegnare tutti i prodotti in formato aperto e modificabile e si obbliga espressamente a fornire al committente 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'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.