

CAPITOLATO TECNICO E PROCEDURA DI SELEZIONE DELL'ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DENOMINATO: ECHO – European Certified Heritage & Origin

1 PREMESSE E INFORMAZIONI PRELIMINARI

CONSORZIO TUTELA VINI VALPOLICELLA (“**Organizzazione Proponente**”), con sede legale in Via Valpolicella 37029 San Pietro in Cariano (VR), P. IVA 02202330235, tel. +39 045 7703194, e-mail: amministrazione@consorziovalpolicella.it, PEC: info@pec.consorziovalpolicella.it, in qualità di organizzazione proponente e capofila di un partenariato che include il CONSORZIO DEL FORMAGGIO PARMIGIANO REGGIANO del programma denominato **ECHO – European Certified Heritage & Origin** (il “**Programma**”), nell’ambito dell’invito a presentare proposte di sovvenzioni dell’UE per azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli europei realizzate nei paesi terzi AGRIP-SIMPLE – 2025 - TC – AMERICAS, intende presentare un programma d’informazione e promozione di durata triennale (2026-2027-2028), e pertanto

INDICE,

ai sensi degli articoli di riferimento del Reg. (UE) n. 1144/2014, del Reg. delegato (UE) n. 1829/2015, del Reg. di esecuzione (UE) n. 1831/2015, un bando di gara per la selezione, mediante procedura competitiva aperta, di un organismo di esecuzione (“**Organismo di Esecuzione**”) incaricato della realizzazione delle azioni/attività/iniziativa rivolte al raggiungimento degli obiettivi previsti nell’ambito del Programma (il “**Bando**”), che verrà presentato a valere sul Regolamento UE n. 1144/2014 del Parlamento Europeo e del Consiglio - *Call for proposals 2025* e che, se approvato, si svolgerà nei seguenti Paesi target: USA e Canada - e riguarderà i seguenti prodotti a denominazione comunitaria:

- **Amarone della Valpolicella DOCG - vino - NC 22042168**
- **Valpolicella DOC - vino - NC 22042168**
- **Valpolicella Ripasso DOC - vino - NC 22042168**
- **Recioto della Valpolicella DOCG - vino - NC 22042168**
- **Formaggio Parmigiano Reggiano PDO – formaggio - 0406 90 61**

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 (tecnica ed economica) attenendosi puntualmente alle indicazioni contenute all’interno del presente Bando, nella sezione denominata “**Capitolato Tecnico**”.

Si precisa fin da ora che, essendo il presente invito a presentare proposte finalizzato all’esecuzione di un programma promozionale che deve ancora essere oggetto di domanda di contributo a valere sui fondi di cui sopra, qualora il

Proponente non rientrasse tra le organizzazioni proponenti selezionate nell'ambito della sopra menzionata *Call for proposals*, l'aggiudicazione dei servizi oggetto del presente Bando verrà considerata priva di valore ed inefficace. In tal caso, pertanto, nessuna obbligazione rimarrà in capo all'Organizzazione Proponente, che non potrà essere quindi oggetto di alcuna richiesta di rimborso o richiesta danni da parte dei partecipanti.

Qualora il Programma dovesse essere approvato, l'Organismo di Esecuzione aggiudicatario sarà responsabile per l'esecuzione delle attività previste nel Programma; i rapporti tra l'Organismo di Esecuzione e l'Organizzazione Proponente saranno disciplinati da apposito contratto di appalto di servizi (il "**Contratto di Appalto**").

In generale, l'Organismo di Esecuzione dovrà, oltre a realizzare le attività concordate, anche predisporre la reportistica finanziaria e operativa, mettendo altresì a disposizione dell'Organizzazione Proponente le prove di pagamento relative alle spese effettuate, nonché tutta la documentazione e le informazioni connesse alle attività realizzate (es: foto geolocalizzate, dati sui contatti e i risultati raggiunti, liste partecipanti, video-registrazioni, descrizione delle attività svolte, altro che sarà meglio specificato nel contratto di servizio).

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;
- **Nota della Commissione europea DDG1.B5/MJ/DB D(2016)321077** del 7 luglio 2016 – Orientamenti sulla procedura di gara;
- **Decreto del Direttore generale Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste – Dipartimento della sovranità alimentare e dell'ippica – DG degli Affari Generali e del bilancio – n. 0532478 del 10/10/2024** – “Criteri che le organizzazioni non pubbliche devono rispettare nella selezione degli Organismi di Esecuzione”;
- **Comunicazione della Commissione europea (2006/C) 179/02**, paragrafo 2.1.2;
- **Call for proposals for simple programmes 2025 – Promotion of agricultural products (AGRIP-SIMPLE-2025)** Type of Action AGRIP-SIMPLE-2025-TC-AMERICAS del 22 gennaio 2025.

Si evidenzia come l'Organizzazione Proponente non sia un organismo di diritto pubblico ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 1, punto 4, della Direttiva 2014/24/UE e, pertanto, come indicato nella normativa sopra citata, non è tenuto ad applicare le norme nazionali che recepiscono le Direttive europee sugli appalti pubblici (in Italia il Decreto

Legislativo 36/2023). La Direttiva 2014/24/UE e il Decreto Legislativo 36/2023 saranno, pertanto, applicabili solo se e nella misura in cui siano espressamente richiamati nel Bando e relativi allegati.

In conformità a quanto disposto dalla normativa sopra richiamata, la procedura di gara indetta dall'Organizzazione Proponente con il presente Bando garantirà in ogni caso il rispetto dei principi di interesse transfrontaliero, trasparenza, non discriminazione, proporzionalità, parità di trattamento, concorrenza leale, assenza di conflitti d'interesse. I criteri di selezione e aggiudicazione saranno coerenti con gli obiettivi del Programma e pertinenti alla natura delle attività richieste, privilegiando il miglior rapporto qualità-prezzo.

La presente procedura di gara non prevede un'articolazione in lotti, in quanto risulta più efficiente ed efficace per l'esecuzione del servizio l'individuazione di un unico appaltatore che possa svolgere tutte le attività previste dal Programma in oggetto. Infatti, i pacchetti di lavoro e le relative attività sono strettamente connesse tra di loro e da realizzarsi secondo una sequenza logica e funzionale che può essere ottimizzata solo avendo un unico appaltatore, il quale deve assicurare il coordinamento e l'integrazione del gruppo di lavoro e delle diverse professionalità necessarie e coinvolte nella realizzazione del servizio appaltato.

3 INFORMAZIONI PRINCIPALI SUL PROGRAMMA

3.1 Prodotti oggetto di promozione

- **Amarone della Valpolicella DOCG - vino - NC 22042168**
- **Valpolicella DOC - vino - NC 22042168**
- **Valpolicella Ripasso DOC - vino - NC 22042168**
- **Recioto della Valpolicella DOCG - vino - NC 22042168**
- **Formaggio Parmigiano Reggiano PDO – formaggio - 0406 90 61**

3.2 Mercati Target

USA e Canada

3.3 Gruppi target:

- Operatori del settore: Ho.Re.Ca., importatori e distributori
- Operatori della stampa (giornalisti, blogger) e KOL (Key Opinion Leaders)
- Consumatori gourmet, wine aware e foodies

3.4 Durata del programma

36 mesi decorrenti dalla data di avvio del Programma, salvo potenziali periodi di sospensione.

3.5 Budget delle attività in capo all'Organismo di Esecuzione

€ 3.746.400

Gli operatori economici che intendono partecipare alla presente gara di selezione (i “Candidati”) 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 10% ed un massimo del 12%** del costo totale delle attività e calcolato scorporandolo dal costo totale delle attività.

Ripartizione indicativa del Budget per Mercato Target

MERCATO	INVESTIMENTO
USA	2.615.330,23 €
CANADA	1.131.069,77 €
TOTALE	3.746.400,00 €

Si prega di notare che, non trattandosi di “gara al ribasso”, si richiede l’intera allocazione del *budget* sopra indicato.

3.6 Obiettivi del Programma

L'obiettivo generale, come previsto dal “2025 Work Programme” è migliorare la competitività del settore agroalimentare dell’UE e aumentare la consapevolezza dei consumatori sui suoi elevati standard di qualità, sicurezza e sostenibilità nei paesi terzi.

Il Programma è finalizzato a:

- Aumentare la consapevolezza dei consumatori dei mercati terzi sulla qualità dei prodotti agroalimentari, usando come esempio i vini Valpolicella DOC e DOCG e il Parmigiano Reggiano DOP.
- Aumentare la competitività dei prodotti europei di qualità usando come esempio i vini Valpolicella DOC/DOCG ed il formaggio Parmigiano Reggiano DOP e contribuire a creare maggiori occasioni di affari sia per produttori consorziati, sia per i produttori agricoli europei in generale nei mercati target.
- Promuovere ed aumentare la consapevolezza relativamente ai marchi di qualità DOP e DOC/DOCG europei.

Le attività promozionali dovranno essere rivolte ai mercati di USA e Canada, attraverso una proposta di programma

che preveda la partecipazione a Vinexpo USA, e l'organizzazione di eventi proprietari dedicati a operatori di settore, stampa e consumatori avanzati (wine aware, consumatori gourmet e foodies). La strategia dovrà includere azioni mirate alla valorizzazione dei prodotti attraverso la comunicazione digitale e l'adv su media specializzati, con particolare attenzione alle pubblicazioni di riferimento del settore. Inoltre, saranno richieste iniziative rivolte alla stampa specializzata, finalizzate a rafforzare la notorietà e il posizionamento premium dei vini Valpolicella DOC/DOCG e del Parmigiano Reggiano DOP nei due mercati target.

I Candidati dovranno presentare un *corpus* di attività e iniziative (informative e promozionali) che si sviluppa intorno a una chiara e precisa strategia orientata ai mercati e ai gruppi target, finalizzata al raggiungimento degli obiettivi sopra esposti e coerente con il messaggio unionale presentato in fase di candidatura del Programma, con la durata prevista e con le risorse finanziarie messe a disposizione.

Per raggiungere gli obiettivi del Programma e soddisfare le prescrizioni della normativa di riferimento sopra citata, le principali tematiche da considerare sono le seguenti:

- **Qualità e Autenticità europea certificata:** il progetto deve evidenziare il valore delle certificazioni europee, che garantiscono autenticità, tracciabilità e rispetto di rigorosi disciplinari di produzione. In mercati come USA e Canada, dove i prodotti europei certificati sono sinonimo di qualità superiore, è essenziale educare i consumatori su questi standard, facendo leva sui professionisti del settore e sulla stampa specializzata.
- **Posizionamento premium e lifestyle europeo:** il progetto combina eventi B2B, masterclass, degustazioni guidate e campagne di comunicazione per formare importatori, distributori e operatori Ho.Re.Ca. sui valori distintivi dei prodotti oggetto di promozione. Parallelamente, il racconto deve raggiungere i consumatori finali con una narrazione chiara e coinvolgente, favorendo scelte informate e consapevoli.
- **Abbinamento e versatilità in cucina:** il pairing tra i vini Valpolicella DOC/DOCG e il formaggio Parmigiano Reggiano DOP rappresenta un forte elemento narrativo e commerciale. È essenziale comunicare la versatilità in cucina e nel food pairing, in linea con le preferenze del mercato nordamericano, dove l'interesse per la cucina gourmet e per le esperienze sensoriali è in continua crescita.
- **Sostenibilità e responsabilità ambientale:** il progetto deve valorizzare anche gli aspetti legati alla sostenibilità della filiera produttiva, sottolineando le pratiche agricole rispettose dell'ambiente e della biodiversità. In particolare, in Canada, dove la sostenibilità è un criterio chiave di scelta per i consumatori, questo tema può diventare un forte elemento di differenziazione.

I seguenti pacchetti di lavoro (Work Package - WP) e attività dovranno essere presenti all'interno delle proposte, secondo le modalità descritte in dettaglio all'interno del Capitolato Tecnico:

- **Wp 2 – Pubbliche relazioni**
 - Ufficio stampa continuativo

- Conferenze stampa
- **Wp 3 – Website, social media**
 - Website
 - Social media
- **Wp 4 – Pubblicità**
 - Pubblicità su carta stampata
 - Pubblicità online
- **Wp 5 – Strumenti di comunicazione**
 - Strategia e identità visiva
 - Materiale promozionale
 - Video promozionali
- **Wp 6 – Eventi**
 - Eventi fieristici
 - Seminari, workshop, Walk Around tasting

CAPITOLATO TECNICO

4 Oggetto del Contratto di Appalto

4.1 Descrizione generale del servizio appaltato

Il servizio oggetto del Contratto di Appalto consiste nell'esecuzione di una parte del Programma, secondo quanto indicato nel presente Capitolato Tecnico. L'Organismo di Esecuzione dovrà quindi assicurare:

- lo sviluppo dei pacchetti di lavoro che compongono il Programma, a partire dalla sottoscrizione del Contratto di Appalto;
- l'attivazione operativa delle azioni e delle attività promozionali previste per il periodo stabilito dal Programma,

sulla base degli obiettivi previsti dalla strategia di comunicazione, anche attraverso il monitoraggio costante delle attività realizzate e dei relativi effetti;

- la predisposizione della documentazione atta a dare evidenza delle attività realizzate.

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

4.2 Modalità di esecuzione

L'Organismo di Esecuzione nello svolgimento del Contratto di Appalto dovrà:

- pianificare e attuare i pacchetti di lavoro affidati durante tutto il triennio di esecuzione del Programma, dal momento della sottoscrizione del Contratto di Appalto fino alla conclusione delle attività, secondo le scadenze definite nel Programma, nel presente Bando, nel Contratto di Appalto o comunque comunicate dall'Organizzazione Proponente;
- attenersi alla strategia di comunicazione individuata nel Programma, lavorare per il raggiungimento degli obiettivi previsti dal Programma prestando attenzione al monitoraggio costante delle attività realizzate e dei relativi effetti ed impatti;
- sovrintendere all'attività di monitoraggio amministrativo/finanziario del Programma, compresi la tenuta dei registri e dei documenti giustificativi, la trasmissione dei *deliverables*, la predisposizione delle azioni e delle domande di pagamento nonché garantire una rendicontazione trasparente delle spese e una sana gestione amministrativa finanziaria dei pacchetti di lavoro affidati che comprende attività di reportistica periodica e la relazione tecnica finale, secondo le scadenze previste dalla normativa di riferimento;
- osservare ogni indicazione contenuta nel presente Bando e nel Contratto di Appalto, nonché rispettare la normativa di riferimento, inclusa quella eventualmente emanata durante il periodo contrattuale, assicurando un'esecuzione dei pacchetti coerente rispetto agli obiettivi generali e specifici previsti dal Programma e dal Reg (UE) 1144/2014, nonché una chiara riconducibilità al Programma e all'Organizzazione Proponente;
- assegnare al progetto individui qualificati in grado di realizzare le attività, dando vita ad un gruppo di lavoro incaricato di gestire ed attuare i pacchetti di lavoro, che rispetti i requisiti del presente Bando, come meglio dettagliato *infra*;

- assicurare un supporto tecnico e operativo qualificato all'Organizzazione Proponente per l'intera durata del Contratto di Appalto, collaborando pienamente con l'Organizzazione e garantendo un'informazione adeguata e tempestiva sulla realizzazione delle attività di programma e il conseguimento dei relativi *deliverable* e *output*;
- assumersi l'intera responsabilità tecnica e finanziaria delle azioni da svolgere in esecuzione del Contratto di Appalto, compresa quella relativa alla compatibilità con la normativa dell'Unione Europea e le regole di concorrenza applicabili;
- conservare tutti i documenti originali relativi all'esecuzione del Contratto di Appalto, inclusi i giustificativi secondo gli obblighi di legge e in ogni caso per un periodo di tempo non inferiore a tre anni dopo il pagamento del saldo, da estendersi in caso di controlli, revisioni contabili o indagini per tutta la loro durata;
- mettere a disposizione dell'Organizzazione Proponente, su sua richiesta e/o nel contesto di controlli, revisioni contabili o indagini, tutta la documentazione prodotta durante lo svolgimento del Contratto di Appalto, nonché tutti i dati elaborati, utilizzati o raccolti nel corso dell'esecuzione delle attività, compresi quelli necessari per una corretta valutazione dell'efficacia del Programma.

4.3 Personale impiegato e gruppo di lavoro

L'Organismo di Esecuzione deve costituire e disporre, per tutta la durata del Contratto di Appalto, un gruppo di lavoro, nel rispetto dei requisiti di partecipazione, che sarà incaricato di gestire e attuare il Programma. Tutte le attività del gruppo di lavoro devono essere concordate e condivise con l'Organizzazione Proponente.

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

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

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

proporre progetti coerenti a questo. Inoltre, l'Organismo di Esecuzione deve prevedere un adeguato monitoraggio dei risultati.

L'Organismo di Esecuzione, per la durata del Contratto di Appalto, si impegna quindi a:

- costituire e rendere disponibile un adeguato team di progetto (le persone che si occuperanno direttamente del lavoro da svolgere), nel rispetto dei requisiti di partecipazione; detto team verrà definito d'accordo con l'Organizzazione Proponente;
- concordare e condividere tutte le attività del team con l'Organizzazione Proponente;
- adibire al servizio personale idoneo, di provata capacità, onestà, moralità e di provata riservatezza il quale dovrà mantenere il più assoluto riserbo su quanto sia venuto a conoscere nell'espletamento del servizio;
- 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;
- rispettare, nei confronti del proprio personale, i contratti di lavoro relativi al trattamento salariale, normativo, previdenziale ed assicurativo;
- prevedere un referente di progetto che presenzi alle riunioni di monitoraggio presso la sede dell'Organizzazione Proponente (queste avranno una periodicità definita dall'Organizzazione Proponente), per dare supporto operativo alle attività del Programma;
- predisporre tutti i possibili mezzi di comunicazione che possano semplificare il coordinamento, monitoraggio e controllo del Programma.

5 Durata del Contratto di Appalto

Il Contratto di Appalto verrà sottoscritto successivamente alla firma, da parte dell'Organismo Proponente, della Convenzione di Sovvenzione con lo Stato Membro e l'Ente pagatore (AGEA) e avrà durata pari a 36 mesi.

L'Organizzazione Proponente si riserva la facoltà di risolvere il Contratto di Appalto, con un preavviso di almeno tre mesi tramite raccomandata con ricevuta di ritorno o PEC, nel caso di inosservanza di quanto stabilito nel presente Bando.

L'Organizzazione Proponente si riserva la facoltà di prolungare la durata del Contratto di Appalto per un massimo di ulteriori 6 mesi, al fine di assicurare il completamento delle attività previste dal Programma, a parità di condizioni economiche.

6 Tipologia di attività previste dal Programma

Le attività e le iniziative ammissibili, secondo la normativa di riferimento, richieste nell'ambito del presente Bando per la realizzazione del Programma sono assimilabili a quelle classiche di informazione e promozione sui prodotti agricoli ed eno-gastronomici di alta qualità, tenuto conto delle tematiche da trattare e degli obiettivi elencati sopra, e rientrano nelle seguenti categorie:

- **Wp 2 – Pubbliche relazioni**
 - Ufficio stampa continuativo
 - Conferenze stampa
- **Wp 3 – Website, social media**
 - Website
 - Social media
- **Wp 4 – Pubblicità**
 - Pubblicità su carta stampata
 - Pubblicità online
- **Wp 5 – Strumenti di comunicazione**
 - Strategia e identità visiva
 - Materiale promozionale
 - Video promozionali
- **Wp 6 – Eventi**
 - Eventi fieristici
 - Seminari, workshop e walk around tasting

L'obiettivo è quello di ampliare la presenza delle denominazioni promosse sui mercati USA e Canada, coinvolgendo i seguenti soggetti target:

- Operatori del settore: Ho.Re.Ca. e importatori
- Operatori della stampa e KOL (Key Opinion Leaders)
- Consumatori gourmet, wine aware e foodies

Si riportano di seguito le linee guida generali per le attività informative e promozionali che ciascun Candidato dovrà includere nella propria proposta nell'ambito della presente procedura di selezione. Fermo restando il rispetto quanto previsto nel Bando ed in particolare delle caratteristiche fondamentali dei Work Package (WP), nonché della normativa di riferimento applicabile, ciascun Candidato ha la libertà di formulare e approfondire le azioni proposte, proponendo anche attività innovative, garantendo pur sempre il raggiungimento degli obiettivi previsti dal Programma.

L'offerta dovrà includere una presentazione della strategia generale del programma promozionale, basata sulle informazioni principali sopra riportate, e dovrà evidenziare:

- la capacità di rispondere alle esigenze informative dei target;
- l'efficacia comunicativa del messaggio e dei contenuti;
- la capacità di coinvolgere i soggetti target.

La strategia dovrà descrivere le caratteristiche che rendono la proposta del Candidato idonea a trasmettere efficacemente il messaggio e i contenuti del Programma, individuando le aree geografiche del/dei mercato/i target e motivando tali scelte, in conformità con quanto indicato nel presente Capitolato Tecnico.

Per ciascun WP sviluppato, si richiede l'indicazione dei risultati attesi e una specifica delle modalità di realizzazione.

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

Si precisa sin d'ora che tutte le attività che prevedono la creazione di contenuti stampati o digitali dovranno tenere conto delle lingue ufficiali dei mercati target. In particolare, per il Canada, i materiali dovranno essere disponibili sia in inglese che in francese, in conformità con le normative linguistiche vigenti in alcune regioni e per garantire un'efficace comunicazione con tutti i pubblici di riferimento.

WP 2 – Pubbliche Relazioni

Attività continuativa di Pubbliche relazioni

L'attività di ufficio stampa deve essere sviluppata con un approccio strategico, mirato a garantire un flusso continuo di comunicazione sui mercati di riferimento (USA e Canada), in linea con il posizionamento dei vini Valpolicella DOC/DOCG e del Parmigiano Reggiano DOP. L'ufficio stampa avrà il compito di costruire e consolidare relazioni con i principali media di settore, generalisti e lifestyle, al fine di amplificare la visibilità della campagna e diffondere i messaggi chiave.

Si richiede all'operatore proponente di descrivere nel dettaglio le modalità di organizzazione e gestione dell'ufficio stampa, includendo la pianificazione delle attività, il monitoraggio dei risultati e le strategie per massimizzare

l'impatto mediatico.

L'attività dovrà includere:

- La redazione e la distribuzione periodica di comunicati stampa mirati a giornalisti, blogger e opinion leader del settore agroalimentare e del vino.
- Il mantenimento di un database aggiornato di contatti media e la gestione delle relazioni con giornalisti e influencer.
- La gestione delle richieste stampa e il supporto ai media nella produzione di contenuti editoriali (articoli, reportage, podcast, video).
- Il monitoraggio e la rassegna stampa per valutare la copertura e l'efficacia della comunicazione, con report periodici sulle uscite ottenute.

L'ufficio stampa dovrà garantire una presenza costante del progetto nei media, accompagnando tutte le attività previste, tra cui eventi proprietari, fiere e campagne ADV, con una narrazione coerente e coinvolgente. La comunicazione dovrà enfatizzare l'eccellenza certificata, la cultura gastronomica e l'esperienza di consumo legata ai prodotti promossi, adattandosi alle specificità dei mercati USA e Canada.

Conferenze stampa

Le conferenze stampa rappresentano un momento chiave della strategia di comunicazione, finalizzato a garantire la massima visibilità mediatica al progetto nei mercati di riferimento (USA e Canada). Attraverso questi eventi, si intende presentare in maniera istituzionale e coinvolgente il valore dei vini Valpolicella DOC/DOCG e del Parmigiano Reggiano DOP, rafforzando la loro percezione come prodotti d'eccellenza certificata.

Si richiede all'operatore proponente di descrivere nel dettaglio le modalità di organizzazione e gestione delle conferenze stampa, specificando gli strumenti utilizzati per garantire la massima copertura e partecipazione.

L'attività dovrà includere:

- Pianificazione strategica: definizione di un calendario di conferenze stampa nei momenti chiave del progetto, con particolare focus sul lancio della campagna, la partecipazione a Vinexpo USA e l'organizzazione degli eventi proprietari.
- Selezione delle location: individuazione di spazi esclusivi e rappresentativi nelle città target, coerenti con il posizionamento dei prodotti.
- Coinvolgimento dei media: invito a giornalisti, blogger e rappresentanti della stampa di settore, con una

<p>strategia di engagement personalizzata per assicurare la presenza di interlocutori qualificati.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Produzione di materiali stampa: realizzazione di press kit digitali e cartacei contenenti comunicati, immagini, infografiche e approfondimenti su Valpolicella DOC/DOCG e Parmigiano Reggiano DOP, con particolare attenzione ai valori di qualità certificata, tradizione e pairing gastronomico. - Organizzazione degli interventi: coinvolgimento di relatori chiave, tra cui rappresentanti dei consorzi, esperti del settore enogastronomico e testimonial selezionati, per garantire contenuti autorevoli e di impatto. - Follow-up e copertura mediatica: gestione delle relazioni con i media post-evento, con invio di materiali di sintesi, video e immagini, e monitoraggio delle uscite stampa per misurare l'efficacia della comunicazione. <p>Le conferenze stampa dovranno essere momenti strategici di visibilità, capaci di generare interesse e copertura mediatica, integrandosi con le altre attività di comunicazione e promozione previste dal progetto. La narrazione dovrà essere adattata alle specificità dei mercati target, enfatizzando gli aspetti più rilevanti per il pubblico statunitense e canadese.</p>	
INVESTIMENTO ALLOCATO WP 2 – PUBBLICHE RELAZIONI:	134.400,00 €

WP 3 – Website, social media
Website
<p>Il sito web del progetto rappresenta un hub informativo essenziale per fornire contenuti chiari e accessibili sul progetto, le sue attività ed i prodotti oggetto di promozione, ovvero Valpolicella DOC/DOCG e Parmigiano Reggiano DOP ai mercati target (USA e Canada). La sua funzione principale sarà quella di supportare le attività di comunicazione e promozione, offrendo un punto di riferimento per giornalisti, operatori di settore e consumatori interessati.</p> <p>Si richiede all'operatore proponente di descrivere nel dettaglio le modalità di realizzazione e gestione del sito web, garantendo un approccio efficace e sostenibile.</p> <p>L'attività dovrà includere:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Struttura essenziale e intuitiva: realizzazione di un sito snello e funzionale, con un'interfaccia chiara e facilmente navigabile. Le sezioni principali dovranno includere informazioni sui prodotti, i valori del progetto e le attività previste. - Ottimizzazione per il pubblico target: contenuti in lingua, con un tono di comunicazione in linea con le

aspettative di operatori del settore e consumatori nordamericani.

- Integrazione con altre attività di comunicazione: il sito dovrà ospitare aggiornamenti su eventi, conferenze stampa e attività promozionali, con la possibilità di scaricare materiali informativi e comunicati stampa.
- Gestione e aggiornamenti periodici: implementazione di una struttura che permetta un aggiornamento agile e sostenibile nel tempo, con un focus su notizie, articoli e rassegna stampa.

Il sito web dovrà essere uno strumento pratico e funzionale, complementare alle altre attività promozionali, senza richiedere investimenti significativi in sviluppo e manutenzione. L'obiettivo sarà garantire un punto di riferimento chiaro e autorevole, capace di rafforzare il messaggio della campagna con un'impostazione semplice ma efficace.

Social media

L'attività di social media avrà un ruolo di supporto nella strategia di comunicazione del progetto, con l'obiettivo di aumentare la visibilità di Valpolicella e Parmigiano Reggiano nei mercati target (USA e Canada) in modo mirato ed efficace. Considerando il budget limitato, la gestione dei canali social sarà focalizzata su uno o due profili dedicati, con una pubblicazione regolare ma essenziale di contenuti informativi e promozionali.

Si richiede all'operatore proponente di descrivere nel dettaglio le modalità di gestione dei social media, garantendo una pianificazione sostenibile in linea con le risorse disponibili.

L'attività dovrà includere:

- Selezione delle piattaforme: individuazione di uno o due canali principali (ad es. Instagram e LinkedIn o Facebook), scelti in base alla loro rilevanza per il pubblico target e al tipo di contenuti previsti.
- Piano editoriale: pubblicazione di post periodici per promuovere gli eventi, condividere contenuti legati ai prodotti e valorizzare il progetto attraverso storytelling visivo e descrittivo.
- Interazione minima ma efficace: gestione di base delle interazioni con follower e professionisti del settore, con risposte mirate a eventuali domande o commenti rilevanti.
- Sinergia con le altre attività: i contenuti pubblicati dovranno amplificare le azioni di comunicazione già previste, come la copertura di eventi, le conferenze stampa e l'adv su riviste di primaria importanza per il settore vitivinicolo.

INVESTIMENTO ALLOCATO WP 3 – WEBSITE, SOCIAL MEDIA:

117.600,00 €

WP 4 – Pubblicità

Pubblicità su carta stampata

L'attività di pubblicità sulla carta stampata sarà un elemento chiave per rafforzare la visibilità dei vini Valpolicella DOC/DOCG e del Parmigiano Reggiano DOP presso un pubblico altamente profilato di professionisti e consumatori appassionati. La scelta delle testate dovrà privilegiare pubblicazioni di prestigio e di riferimento per il settore vitivinicolo, con una copertura significativa nei mercati di USA e Canada.

Si richiede all'operatore proponente di descrivere nel dettaglio la strategia pubblicitaria proposta, indicando la selezione delle testate, la tipologia di contenuti e le modalità di pianificazione della campagna.

L'attività dovrà includere:

- Selezione di testate rilevanti: individuazione di magazine e pubblicazioni specializzate nel settore del vino, ma con rubriche dedicate al pairing e a ricette con prodotti food, che abbiano un forte impatto sul pubblico target, con diffusione nei mercati statunitense e canadese.
- Formati pubblicitari mirati: utilizzo di inserzioni su stampa cartacea, con un equilibrio tra annunci istituzionali e contenuti che raccontino la qualità e il valore dei prodotti. Possibile integrazione con pubblicità digitali correlate.
- Pianificazione strategica: definizione di una calendarizzazione coerente con le altre attività del progetto, garantendo la massima visibilità in periodi chiave per il settore (es. in concomitanza con eventi e fiere).

L'obiettivo dell'attività sarà consolidare il posizionamento di Valpolicella e Parmigiano Reggiano come testimonial della qualità europea, intercettando decision-makers e consumatori di fascia alta attraverso testate autorevoli e riconosciute nel settore.

Pubblicità online

L'attività di pubblicità online sarà complementare alla campagna su carta stampata, garantendo una copertura più ampia e mirata attraverso i canali digitali delle principali testate di riferimento per il settore vitivinicolo. L'obiettivo è rafforzare la visibilità dei vini Valpolicella DOC/DOCG e del Parmigiano Reggiano DOP presso un pubblico selezionato di operatori, esperti e consumatori appassionati nei mercati di USA e Canada, sfruttando le opportunità offerte dalle piattaforme digitali di queste pubblicazioni.

Si richiede all'operatore proponente di descrivere nel dettaglio la strategia pubblicitaria online, specificando la selezione dei media, i formati proposti e le modalità di implementazione della campagna.

L'attività dovrà includere:

- Selezione di piattaforme digitali: individuazione delle versioni online delle testate di riferimento nel settore vitivinicolo, garantendo un'elevata pertinenza con il target del progetto.
- Formati digitali ad alto impatto: utilizzo di banner, contenuti sponsorizzati, articoli promozionali e altre forme di advertising native, ottimizzate per il pubblico delle testate selezionate.
- Pianificazione strategica: definizione di un piano editoriale e di distribuzione che massimizzi la visibilità nei momenti chiave della campagna, in sinergia con la pubblicità su carta stampata e le altre attività promozionali.
- Monitoraggio delle performance: utilizzo di strumenti di analisi per valutare il traffico generato, l'engagement e la conversione degli utenti, garantendo una misurazione efficace del ritorno dell'investimento.

L'attività digitale consentirà di amplificare il messaggio della campagna con un approccio mirato e flessibile, intercettando il pubblico target attraverso i canali online più influenti nel panorama vitivinicolo internazionale.

INVESTIMENTO ALLOCATO WP 4 – PUBBLICITÀ:

504.000,00 €

WP 5 – Strumenti di comunicazione

Campagna visuale e strategia di comunicazione

L'attività di strategia di comunicazione e campagna visual dovrà garantire coerenza, riconoscibilità e conformità alle regole stabilite per i programmi cofinanziati dall'Unione Europea nell'ambito del Regolamento (UE) 1144/2014. Il progetto dovrà rispettare rigorosamente le linee guida grafiche previste per la promozione dei prodotti agroalimentari europei, assicurando che il logo "Enjoy, it's from Europe" e gli altri elementi istituzionali siano correttamente integrati in tutti i materiali di comunicazione.

Si richiede all'operatore proponente di descrivere nel dettaglio le modalità di sviluppo della strategia di comunicazione e della campagna visual, garantendo il rispetto delle norme grafiche e la coerenza con gli obiettivi di promozione dell'UE.

L'attività dovrà includere:

- Rispetto delle linee guida visive UE: applicazione corretta del logo "Enjoy, it's from Europe", rispettando le proporzioni, i colori e le regole di posizionamento stabilite dalle direttive della Commissione Europea per i

programmi AGRIP.

- Sviluppo della visual identity: creazione di un'identità grafica armonizzata, che garantisca il corretto utilizzo degli elementi istituzionali dell'UE accanto ai contenuti promozionali del progetto.
- Coordinamento con le attività promozionali: assicurare che tutti i materiali di comunicazione—pubblicità su stampa e digitale, social media, sito web, eventi—rispettino un'identità visiva uniforme e conforme agli standard UE.
- Materiali visivi per la promozione: realizzazione di immagini, infografiche e contenuti grafici che valorizzino l'origine europea e la qualità certificata dei prodotti, evitando riferimenti a messaggi non conformi alle linee guida dell'UE.
- Linee guida per l'implementazione: sviluppo di un manuale visivo per garantire il corretto utilizzo di tutti gli elementi grafici, dalle dimensioni minime del logo UE alle combinazioni cromatiche consentite, fino alla gestione degli spazi pubblicitari condivisi con altre istituzioni.

L'attività dovrà assicurare che la comunicazione sia non solo efficace e impattante nei mercati di USA e Canada, ma anche perfettamente conforme ai requisiti normativi e visivi previsti per i progetti finanziati dall'Unione Europea.

Materiale promozionale

L'attività di sviluppo dei materiali promozionali avrà il compito di supportare la comunicazione del progetto, garantendo una presenza coordinata e riconoscibile nei mercati target. I materiali dovranno rispettare le linee guida dell'Unione Europea, assicurando il corretto utilizzo dei loghi istituzionali e la coerenza con l'identità visiva della campagna.

Si richiede all'operatore proponente di descrivere le modalità di realizzazione e diffusione dei materiali, che dovranno includere strumenti sia digitali che fisici, come ad esempio brochure, leaflet, banner, roll-up e gadget promozionali. La comunicazione dovrà valorizzare la qualità certificata, la sicurezza alimentare e la sostenibilità, principi fondamentali della politica europea di promozione agroalimentare.

I materiali saranno utilizzati in tutte le attività del progetto, tra cui eventi, fiere, incontri B2B e campagne media, e dovranno essere adattati ai diversi target di riferimento. L'operatore dovrà inoltre garantire una distribuzione efficace, in sinergia con le altre azioni previste nel programma.

Video Promozionali

L'attività di produzione di video promozionali avrà un ruolo di supporto nella strategia di comunicazione, contribuendo a rafforzare la narrazione del progetto e garantendo una presenza coordinata su eventi, social media e piattaforme digitali. I contenuti video dovranno trasmettere in modo efficace i valori della qualità certificata europea,

della tradizione produttiva e della versatilità gastronomica, in linea con gli obiettivi della campagna.

L'attività dovrà includere:

- Concept e storytelling visivo – Creazione di una narrazione coinvolgente che valorizzi l'autenticità e gli schemi di qualità di Valpolicella e Parmigiano Reggiano, enfatizzando il loro legame con il territorio e la loro eccellenza nel panorama agroalimentare europeo.
- Formati adattabili ai canali di comunicazione – Produzione di video brevi per social media e advertising, oltre a contenuti più strutturati per eventi, sito web e media di settore.
- Riprese di alta qualità – Realizzazione di contenuti video che esaltino i processi produttivi, il terroir e il valore culturale dei prodotti, includendo interviste a esperti, produttori e chef.
- Sottotitolazione e adattamento linguistico – Creazione di versioni in inglese e francese (per il Canada) per garantire un'efficace diffusione nei mercati target.

L'obiettivo dell'attività è rafforzare la percezione di Valpolicella DOC/DOCG e Parmigiano Reggiano DOP come simboli dell'eccellenza agroalimentare europea, attraverso contenuti visivi impattanti che ne esaltino l'autenticità, la qualità certificata e la versatilità.

INVESTIMENTO ALLOCATO WP 5 – STRUMENTI DI COMUNICAZIONE:

100.800,00 €

WP 6 – Eventi

Partecipazione ad eventi fieristici

La partecipazione a Vinexpo USA rappresenta un'opportunità strategica per promuovere i valori dell'Unione Europea e rafforzare la presenza dei vini Valpolicella DOC/DOCG e del Parmigiano Reggiano DOP nel mercato nordamericano. Questa fiera internazionale è un punto di riferimento per professionisti del settore, tra cui importatori, distributori, sommelier e operatori dell'Horeca, offrendo un contesto ideale per valorizzare la qualità certificata DOP e DOC/DOCG.

Si richiede all'operatore proponente di descrivere le modalità di organizzazione e gestione della partecipazione, garantendo un'immagine coordinata e in linea con le linee guida UE per la promozione agroalimentare.

L'attività dovrà includere:

<ul style="list-style-type: none"> - Allestimento di uno spazio espositivo che valorizzi i prodotti e i principi della promozione europea, assicurando visibilità ai loghi comunitari e ai materiali informativi. - Organizzazione di degustazioni e incontri B2B, coinvolgendo esperti e buyer per far conoscere le caratteristiche distintive di Valpolicella DOC/DOCG e Parmigiano Reggiano DOP. <p>L'obiettivo è rafforzare la percezione dei prodotti agroalimentari europei come sinonimo di eccellenza, qualità e autenticità, consolidando relazioni strategiche con operatori chiave del mercato USA.</p>	
<p>Seminari, workshop, walk around tasting</p>	
<p>Ogni anno verranno organizzati due eventi stand-alone, uno negli Stati Uniti e uno in Canada, per valorizzare i vini Valpolicella DOC/DOCG e il Parmigiano Reggiano DOP all'interno di un contesto esclusivo e interamente dedicato alla promozione dell'eccellenza agroalimentare europea. Gli eventi combineranno una parte espositiva, in cui gli operatori potranno scoprire e degustare i prodotti, con una sezione educational, focalizzata sull'incremento della conoscenza degli schemi di qualità europei da parte degli operatori di settore, stampa e consumatori selezionati.</p> <p>L'operatore proponente dovrà curare la progettazione e gestione logistica dell'evento, garantendo un allestimento visivamente coerente con le linee guida UE. Lo spazio espositivo dovrà essere funzionale all'incontro tra produttori, buyer e stampa, con aree dedicate alle degustazioni guidate e agli incontri B2B. L'area educational ospiterà masterclass, seminari e talk tematici, coinvolgendo esperti, sommelier e operatori del settore per approfondire i valori dell'agroalimentare europeo.</p> <p>L'operatore dovrà inoltre occuparsi della selezione delle location, della gestione degli inviti per buyer, distributori e stampa specializzata, della campagna di comunicazione pre e post evento e della produzione di materiali promozionali conformi alle normative UE. Il follow-up post-evento sarà essenziale per consolidare le relazioni avviate e monitorare l'impatto dell'iniziativa.</p> <p>L'obiettivo degli eventi è rafforzare la competitività dei prodotti agroalimentari europei nei mercati di USA e Canada, creando occasioni di networking strategico, accrescendo la consapevolezza sui regimi di qualità europei e generando una copertura mediatica rilevante per amplificare il messaggio della campagna.</p>	
<p>INVESTIMENTO ALLOCATO WP 6 – EVENTI:</p>	<p>2.889.600,00 €</p>

7 Requisiti per la partecipazione alla gara

7.1 Requisiti di ammissibilità

I Candidati possono partecipare alla presente gara sia in forma singola che in forma associata, purché in possesso dei requisiti prescritti di seguito. È fatto divieto al Candidato che partecipa in forma associata di partecipare anche in forma individuale, entrambe le offerte saranno in questo caso considerate non ammissibili.

Ai fini dell'ammissibilità alla presente procedura di gara, il Candidato deve rispettare le prescrizioni di invio dell'offerta, avere personalità giuridica e deve essere stabilito in uno Stato Membro dell'Unione Europea. Nel caso di partecipazione associata (ad es. associazioni temporanee d'impresa o reti di impresa), i requisiti di ammissibilità appena indicati (personalità giuridica ed essere stabilito in uno Stato Membro UE) dovranno essere posseduti da tutti i partecipanti al momento di presentazione dell'offerta.

A pena di esclusione il Candidato dovrà presentare visura della Camera di Commercio Industria e Artigianato e Agricoltura che attesti l'esercizio di attività coerenti con quelle oggetto del presente Bando. Nel caso il Candidato non abbia sede in Italia, dovrà presentare il certificato di iscrizione in un registro commerciale tenuto nello Stato Membro in cui l'operatore ha sede.

Nel caso di partecipazione alla gara come associazione temporanea di imprese non ancora costituita, 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, in caso di aggiudicazione del Bando, a conferire mandato collettivo speciale con rappresentanza ad uno di essi, da indicare in sede di offerta e qualificare come mandatario, il quale stipulerà il Contratto di Appalto in nome e per conto proprio e dei mandanti.

Non possono partecipare i Candidati che si trovano, rispetto ad un altro Candidato, in una situazione di controllo di cui all'art. 2359 cod. civ. o in qualsiasi relazione, anche di fatto, qualora il controllo o la relazione implichi l'imputabilità, al medesimo centro decisionale, delle offerte presentate.

È fatto altresì divieto ai Candidati di partecipare al Bando in più di un'associazione temporanea di imprese. Qualora questa situazione si verifichi, si procederà all'esclusione dei partecipanti sia in forma individuale che in forma di raggruppamento.

7.2 Inesistenza di cause di esclusione dalla partecipazione alla gara

La partecipazione alla presente procedura di gara è riservata, a pena di esclusione, ai Candidati 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 al Bando da parte di un raggruppamento temporaneo, tutti gli operatori economici che ne fanno parte devono presentare e sottoscrivere la propria dichiarazione.

7.3 Requisiti di capacità economica e finanziaria

Il Candidato deve aver realizzato, nel triennio antecedente alla pubblicazione del Bando, un fatturato globale complessivamente non inferiore a € 3.000.000,00 al netto di IVA.

Per questi motivi i Candidati dovranno allegare alla propria offerta, a pena di esclusione:

- a) gli ultimi tre bilanci d'esercizio approvati. In caso di associazioni temporanee d'impresa o reti di impresa ciascun soggetto parte dovrà presentare tali documenti.
- b) dichiarazione dell'istituto di credito di riferimento dell'operatore economico attestante la solidità e la sufficienza dei mezzi finanziari necessari per garantire l'ottimale esecuzione delle azioni previste dal Programma per tutta la sua durata e fino alla chiusura della rendicontazione finale di saldo. In caso di associazioni temporanee d'impresa o reti di impresa ciascun soggetto parte dovrà presentare tale dichiarazione.

Unitamente all'invio della documentazione indicata, dovrà essere trasmesso l'Allegato A, attestante la sussistenza dei requisiti di capacità finanziaria tramite dichiarazione resa e sottoscritta digitalmente o in forma autografa dal legale rappresentante. In caso di associazioni temporanee d'impresa o reti di impresa non ancora costituite, i legali rappresentanti di ciascuna impresa partecipante all'associazione o alla rete dovranno sottoscrivere l'Allegato A.

7.4 Requisiti di capacità tecnica e professionale

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

- aver realizzato, nel corso del triennio antecedente alla pubblicazione del Bando, servizi analoghi a quelli oggetto della presente gara per un importo non inferiore complessivamente ad Euro 2.000.000,00 al netto dell'IVA;
- allegare l'elenco dei principali servizi svolti (CV aziendale);
- allegare i CV del personale che verrà impiegato in esecuzione del Contratto di Appalto, dai quali si evinca una comprovata esperienza in servizi analoghi a quelli oggetto della gara.

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

- attività di gestione di progetti/programmi complessi di promozione internazionale;
- attività di gestione di raggruppamenti di aziende e di coordinamento di gruppi di lavoro;
- attività di organizzazione eventi ed incoming;
- attività di gestione di ufficio stampa;
- attività di comunicazione, PR, etc. anche on-line;
- realizzazione di materiale informativo;
- realizzazione di video promozionali;
- attività promozionali nel settore agroalimentare

Unitamente all'invio della documentazione indicata, dovrà essere trasmesso l'Allegato A, attestante la sussistenza dei requisiti di capacità operativa tramite dichiarazione resa e sottoscritta dal legale rappresentante.

In caso di associazioni temporanee d'impresa o reti di impresa non ancora costituite ciascun legale rappresentante dovrà sottoscrivere l'Allegato A. Tali requisiti devono essere posseduti dall'operatore economico o dal raggruppamento temporaneo d'impreses 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.

8 Criteri di aggiudicazione

La Commissione giudicatrice, responsabile della valutazione delle offerte tecniche ed economiche dei Candidati, è **nominata dopo la scadenza del termine per la presentazione delle offerte** ed è composta da un numero dispari al massimo di 5 membri, esperti nello specifico settore cui si riferisce l'oggetto del Contratto di Appalto.

L'aggiudicazione dell'appalto avverrà infatti nel rispetto del principio del miglior rapporto qualità-prezzo. Per ciascuna categoria di valutazione i punti saranno attribuiti nel modo che segue:

- a) qualità dell'offerta tecnica: massimo 85 punti;
- b) offerta economica: massimo 15 punti;

Ad ogni Candidato verrà assegnato punteggio secondo i criteri indicati sopra e ai sub-criteri definiti nelle tabelle che seguono. Il punteggio massimo è pari a cento punti (100).

I lavori della Commissione dovranno essere adeguatamente verbalizzati con indicazione, tra l'altro, delle motivazioni a sostegno delle valutazioni effettuate.

8.1 Valutazione e qualità dell'offerta tecnica

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

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

Criteri	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	
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

Per la determinazione dei punteggi ottenuti dell'offerta tecnica, in relazione ai criteri e sotto-criteri sopra indicati, verrà utilizzato il metodo dell'attribuzione discrezionale, da parte della Commissione di gara, applicando un coefficiente (da moltiplicare poi per il punteggio massimo attribuibile al criterio), variabile tra 0 e 1. Pertanto, la Commissione attribuirà motivatamente un punteggio a ciascuna offerta secondo la seguente griglia:

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

Il **metodo di valutazione** prevede i seguenti passaggi:

- a) attribuzione da parte della Commissione giudicatrice, per ogni offerta, di un coefficiente compreso tra 0 e 1 ad ogni criterio, definendo un punteggio per ogni criterio derivante dalla moltiplicazione tra il punteggio massimo attribuibile al singolo criterio ed il coefficiente scelto dalla Commissione;
- b) calcolo del risultato totale di ogni offerta ottenuto dalla sommatoria dei prodotti derivanti dalla moltiplicazione tra i punteggi massimi attribuibili ed i coefficienti assegnati;

$$Punteggio\ Totale_{\{offerta\}} = \sum_{\{i=1\}}^{\{n\}} (C_i \times P_i)$$

C_i = coefficiente assegnato per il criterio

P_i = punteggio massimo assegnato al criterio

n = numero totale di criteri

- c) approssimazione di eventuali valori non interi fino alla seconda cifra decimale
- d) confronto tra i punteggi totali ottenuti dalle offerte e creazione di una graduatoria finale con l'individuazione dell'eventuale concorrente aggiudicatario, corrispondente all'operatore economico la cui offerta ha ottenuto il punteggio maggiore.

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.

8.2 Valutazione dell'offerta economica

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

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

Per quanto riguarda l'offerta economica per le attività (massimo di 5 punti su 15) il punteggio verrà attribuito sulla base della seguente formula: $punteggio \text{ "offerta economica per le attività" considerata} = (Offerta X / Offerta massima) * 5$, dove:

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

Per quanto riguarda l'offerta economica per l'onorario del Candidato (massimo di 10 punti su 15) il punteggio verrà attribuito sulla base della seguente formula: $punteggio \text{ offerta economica per l'onorario dell'operatore economico considerato} = (Onorario \% \text{ minimo} / Onorario \% X) * 10$, dove:

- onorario % minimo: è la percentuale dell'onorario relativo all'offerta economica per l'onorario del Candidato

più bassa tra quelle presentate;

- onorario % X: è la percentuale dell'onorario relativo all'offerta economica per l'onorario del Candidato considerato.

Ai fini dell'attribuzione e del calcolo dei punteggi, eventuali valori non interi verranno approssimati fino alla seconda cifra decimale. Non sono ammesse offerte in aumento.

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

L'aggiudicazione sarà effettuata a favore del Candidato che abbia presentato un'offerta che, in possesso di tutti i requisiti minimi obbligatori, risulti aver conseguito il punteggio complessivo (punteggio offerta tecnica + punteggio offerta economica) più elevato. In caso di parità di punteggio ottenuto, l'appalto sarà aggiudicato al Candidato che avrà riportato il maggior punteggio nell'offerta tecnica. In caso di parità di punteggio sia dell'offerta economica, sia dell'offerta tecnica, si procederà con una estrazione a sorte fra i predetti Candidati.

L'Organizzazione Proponente non è tenuta a corrispondere compenso alcuno ai Candidati, per qualsiasi titolo o ragione, per le offerte presentate. Espletati i controlli previsti circa il possesso dei prescritti requisiti si procederà con l'aggiudicazione.

L'aggiudicazione vincola immediatamente il Candidato aggiudicatario, mentre l'Organizzazione Proponente sarà impegnata definitivamente soltanto quando, a norma di legge, tutti gli atti conseguenti e necessari all'espletamento della gara avranno conseguito piena efficacia giuridica.

Nel caso in cui l'aggiudicatario non si presenti per la stipula del Contratto di Appalto o in cui venga accertata la falsità delle dichiarazioni prestate, l'Organizzazione Proponente si riserva la facoltà di conferire l'incarico al soggetto posto successivamente in graduatoria, espletati i controlli di rito.

Si procederà all'aggiudicazione anche nel caso in cui venga presentata un'unica offerta valida, purché congrua. L'Organizzazione Proponente si riserva di non procedere all'aggiudicazione laddove nessuna offerta risultasse conveniente o idonea in relazione all'oggetto del contratto.

I risultati saranno comunicati via PEC (posta elettronica certificata) ai Candidati e saranno pubblicati sul sito web dell'Organizzazione Proponente

9 Modalità di presentazione

9.1 Modalità di presentazione delle proposte

I Candidati dovranno, a pena di esclusione, inviare la propria proposta entro il giorno 31/03/2025 alle ore 10.00, in una delle seguenti opzioni:

- a) tramite PEC indirizzata a info@pec.consorzioalpolicella.it
- b) In caso di operatore estero: a mezzo corriere o raccomandata dell'offerta in formato cartaceo ed elettronico - su

CD o chiavetta USB - da all'indirizzo Via Valpolicella 37029 San Pietro in Cariano (VR) – ITALIA o alla mail amministrazione@consorziovalpolicella.it

Tutti i documenti devono essere debitamente firmati e timbrati.

In caso di presentazione dell'offerta in formato cartaceo, il plico deve riportare la seguente dicitura “NON APRIRE: CONTIENE OFFERTA TRAMITE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO DI ESECUZIONE – [DENOMINAZIONE CANDIDATO]”.

In caso di invio tramite PEC , l'oggetto dovrà recare la seguente dicitura: "OFFERTA TRAMITE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ENTE ESECUTORE – DENOMINAZIONE CANDIDATO]". I partecipanti alla gara possono inviare l'offerta tramite più di un messaggio di posta elettronica, se gli allegati superano la dimensione di 100 mb. Se è necessario inviare la domanda tramite più di un messaggio di posta elettronica (certificato), tutti i messaggi devono essere ricevuti entro e non oltre l'ora e la data di invio sopra indicate e l'oggetto della comunicazione, oltre a recare la dicitura di cui sopra, deve indicare il numero del messaggio sul numero totale di messaggi forniti (ad esempio "PARTE 1 DI 3", "PARTE 2 DI 3" e "PARTE 3 DI 3").

La consegna delle offerte, qualora per qualsiasi motivo non giungano a destinazione entro il suddetto termine perentorio, è a rischio esclusivo del mittente.

I Candidati devono, a pena di esclusione, inviare tutta la documentazione necessaria in un plico contenente 3 buste o tramite tre PEC, e più precisamente:

I. PEC A/BUSTA A- documentazione amministrativa, che dovrà contenere:

- allegato A compilato e firmato dal legale rappresentante del Candidato. In caso di partecipazione come raggruppamento temporaneo, ogni operatore economico facente parte del raggruppamento dovrà presentare il proprio Allegato A compilato per intero e firmato dal rispettivo legale rappresentante;
- documento d'identità del sottoscrittore o dei sottoscrittori, in corso di validità;
- visura CCIAA in corso di validità oppure iscrizione in un registro commerciale tenuto nello Stato membro in cui l'operatore economico ha sede. In caso di partecipazione come raggruppamento temporaneo, ogni operatore economico facente parte del raggruppamento dovrà fornire la propria visura camerale o documento equivalente;
- ultimi tre bilanci d'esercizio approvati. In caso di associazioni temporanee d'impresa o reti di impresa ciascun soggetto parte dovrà presentare tali bilanci;
- dichiarazione dell'istituto di credito di riferimento del Candidato attestante la solidità e la sufficienza dei mezzi finanziari necessari per garantire l'ottimale esecuzione delle azioni previste dal Programma per tutta la sua durata e fino alla chiusura della rendicontazione finale di saldo. In caso di associazioni temporanee d'impresa o reti di impresa ciascun soggetto parte dovrà presentare tale dichiarazione;
- in caso di partecipazione come raggruppamento temporaneo, dovrà essere fornito un documento firmato da tutti i legali rappresentanti degli operatori economici facenti parte del raggruppamento, nel quale deve essere esplicitato l'impegno che, in caso di aggiudicazione del Bando, gli stessi operatori conferiranno

mandato collettivo speciale con rappresentanza ad uno di essi, da indicare in questo documento e qualificare come mandatario, il quale stipulerà il Contratto di Appalto in nome e per conto proprio e dei mandanti.

II. PEC B/BUSTA B - offerta tecnica, che dovrà contenere:

- descrizione dettagliata delle attività/iniziative proposte;
- cronoprogramma indicativo del programma di attività proposte;
- presentazione (quanto più dettagliata possibile) del Candidato. Nel caso di partecipazione come raggruppamento temporaneo o rete, la presentazione dovrà riguardare ciascun soggetto parte;
- presentazione del gruppo di lavoro e descrizione dettagliata delle figure professionali impiegate e delle loro competenze.

III. PEC C/BUSTA C - offerta economica, che dovrà contenere:

- piano finanziario dettagliato per ogni attività/iniziativa proposta e relativo onorario – da fornire anche in formato EXCEL (si mette a disposizione tra i documenti di gara lo schema di budget, in Excel, da utilizzare, contenente degli esempi meramente indicativi - vedi File Excel – Modello Budget).
- Budget riassuntivo del triennio per Paese – da fornire anche in formato EXCEL.

9.2 Modalità di predisposizione dell'offerta tecnica

Nella Busta B – Offerta tecnica, dovranno essere inseriti i seguenti documenti:

I. Descrizione dettagliata delle attività/iniziative proposte

Il Candidato potrà definire il piano di promozione e informazione, proponendo le attività/iniziative che ritiene più efficaci e tenendo conto dei requisiti elencati nel presente Bando.

La scelta delle attività/iniziative proposte dovrà essere motivata, in relazione all'efficacia nel raggiungimento degli obiettivi del Programma, alle tematiche da diffondere e trattare e al/ai Paese/i e gruppi target identificati, dimostrando una ponderata riflessione in vista del massimo impatto raggiungibile.

Si consiglia di proporre iniziative in grado di raggiungere ai massimi livelli gli obiettivi previsti.

Dovrà essere fornita una descrizione del Programma di attività proposto, indicando per il Paese d'intervento e per ognuna delle 3 annualità, il piano delle attività/iniziative che si intende svolgere.

La descrizione deve essere fornita per ogni singola attività/iniziativa proposta e deve riportare almeno:

- titolo dell'attività/iniziativa;
- gruppo/i target destinatario/i dell'attività proposta;
- descrizione dell'attività (con indicatori di prodotto);
- principali risultati e numero e tipologia di contatti attesi (diretti e indiretti – indicatori di risultato), suddivisi per tipologia di gruppi target coinvolti (si consiglia di non sottovalutare l'importanza di

questo ultimo punto).

Si ricorda che le informazioni riportate per ogni singola attività/iniziativa verranno confrontate con i relativi costi riportati nella Offerta economica – Busta C, per valutarne l'economicità e congruità.

II. Cronoprogramma indicativo del Programma proposto

Il Candidato dovrà fornire un cronoprogramma indicativo delle attività/iniziative proposte, suddiviso per annualità/mensilità.

III. Presentazione del Candidato

Il Candidato dovrà fornire una presentazione generale in termini di: contatti, esperienze maturate nel settore della promozione/informazione su prodotti agricoli di alta qualità (o altri settori), esperienza nella realizzazione di eventi, attività di PR e Ufficio Stampa, organizzazione di degustazioni e campagne stampa, elaborazione materiale promozionale/informativo, gestione siti web, partecipazione a fiere e organizzazione di sponsorizzazioni di eventi.

In questo ambito potranno essere fornite informazioni sull'eventuale appartenenza a reti di organismi simili operanti nello stesso ambito, a livello europeo ed internazionale e nella fattispecie nel paese di intervento del Programma.

IV. Presentazione del gruppo di lavoro

Il Candidato dovrà fornire una presentazione del gruppo di lavoro, con descrizione dettagliata delle figure professionali impiegate e delle loro competenze ed esperienze.

La descrizione delle attività/iniziative, il cronoprogramma, la presentazione del Candidato e del gruppo di lavoro formeranno insieme l'offerta tecnica, sulla base della quale verrà valutata la qualità della proposta presentata.

9.3 Modalità di presentazione dell'offerta economica

Nella Busta C – Offerta economica, dovranno essere inseriti i seguenti documenti:

I. Piano finanziario dettagliato per ogni attività/iniziativa proposta

Il Candidato dovrà fornire un piano finanziario dettagliato per ogni attività/iniziativa proposta, suddiviso per anno, strutturato in base alla tabella in Excel messa a disposizione tra la documentazione di gara (FILE EXCEL - MODELLO BUDGET). Il piano finanziario dettagliato (FILE EXCEL- MODELLO BUDGET) dovrà essere fornito anche in formato EXCEL su supporto informatico.

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 (FILE EXCEL – MODELLO BUDGET) 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.

Nell'ambito delle azioni possono essere previsti costi per l'attività di supervisione/partecipazione da parte

dell'Organismo di Esecuzione, quali ad esempio volo, vitto e alloggio.

II. Chiarimenti relativi ai costi dell'onorario dell'Organismo di Esecuzione

Per quanto riguarda i costi relativi all'onorario dell'Organismo di Esecuzione, questi dovranno essere presentati/calcolati in forma di giornate/uomo in relazione ad ogni singola iniziativa alla quale si riferiscono. Questi costi riguardano tutte le attività necessarie per la realizzazione stessa delle attività (es.: selezione e contatto con i fornitori, ricerca dei prezzi, scelta delle location, prenotazioni, definizione delle strategie operative, ecc.).

Non rientrano invece nell'onorario eventuali attività svolte direttamente dall'Organismo di Esecuzione – utilizzando il proprio personale (cosiddetti “servizi in-house”), ad esempio: traduzioni, realizzazione del sito web, creazione dei social media e successiva attività di *posting*, creazione di comunicati stampa, attività di briefing del personale o di sub-fornitori, ecc. Questa tipologia di costi, infatti, corrisponde ad attività vere e proprie che vanno inserite nel piano dei costi/budget del Programma.

Si prega di fare attenzione alla definizione dei costi di onorario poiché è oggetto di valutazione.

III. Presentazione del piano finanziario dettagliato

Si richiede la predisposizione di una tabella che riassume, per anno, i costi totali delle attività proposte e il relativo costo dell'onorario dell'agenzia, indicando il numero di giornate previste e il costo giornaliero. Per la compilazione della tabella dettagliata dei costi si prenda ad esempio il FILE EXCEL – MODELLO BUDGET, messo a disposizione tra i documenti del presente Bando.

L'utilizzo di tale modello - da parte di tutti i Candidati - seppur non obbligatorio, faciliterà l'analisi delle proposte da parte della Commissione giudicatrice.

L'importo complessivo di € 3.746.400 a disposizione per la realizzazione delle azioni nel triennio di esecuzione del Programma, compreso il costo dell'onorario dell'Organismo di Esecuzione, deve risultare come totale del Programma.

IV. Presentazione del budget riassuntivo per Paese e per anno

Il Candidato dovrà fornire anche una tabella riassuntiva per il triennio, nella quale dovranno essere indicati per ogni attività/iniziativa proposta il costo totale della stessa e il relativo costo dell'onorario. Il budget riassuntivo dovrà essere strutturato sulla base della seguente tabella, seguendo l'ordine corrispondente alle informazioni inserite nel FILE EXCEL – MODELLO BUDGET e dovrà essere allegato alla proposta anche in formato Excel:

Piano Finanziario Dettagliato

PAESE TARGET	[COUNTRY]					
ANNUALITA'	[AAAA]					
Descrizione attività	DESCRIZIONE VOCE DI COSTO	NUMERO O QUANTITÀ	VALORE UNITARIO (€)	VALORE TOTALE (€)	DELIVERABLES ATTESI	CONTATTI RAGGIUNTI ATTESI
WP2 – Pubbliche relazioni						
WP2.1 Comunicati stampa				-		
WP2.2 Eventi Stampa				-		
SUB-TOTALE ATTIVITA' WP2 PER ANNO				-		-
ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP2						
WP3 – Web Site; social media						
WP3.1 Sito Web				-		
WP3.2 Social Media				-		
SUB TOTALE ATTIVITA' WP3 PER ANNO				-		-
ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP 3						
WP4 – Pubblicità						
WP4.1 ADV Stampa				-		
WP4.2 ADV OnLine				-		

Budget Riassuntivo

PAESE TARGET	[COUNTRY]				
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3	TOTALE	% ONORARIO
A) SUBTOTALE GENERALE PER SINGOLA ATTIVITA'					
SUBTOTALE PER WP2, WP3, WP4, WP5, WP6				-	
B) SUBTOTALE GENERALE PER ONORARIO					
SUBTOTALE PER WP2, WP3, WP4, WP5, WP6				-	
A+B) TOTALE OFFERTA ECONOMICA PAESE TARGET PER OGNI SINGOLA ANNUALITA'	-	-	-	-	
* NB IL TOTALE DELL'OFFERTA ECONOMICA deve essere al massimo pari al totale dell'importo della presente procedura di selezione					
L'insieme delle tabelle sopra riportate a titolo di esempio formerà l'offerta economica e andrà inserito in busta C - Offerta economica					
Inoltre, l'operatore economico dovrà fornire supporto elettronico, l'offerta elettronica sia in formato .pdf sia in formato .xls					

Le tabelle **Piano finanziario dettagliato** (File Excel – Modello Budget) e **budget riassuntivo** formeranno l'offerta economica, sulla base della quale verrà valutato il prezzo della proposta presentata.

9.4 Modalità di apertura delle buste dell'offerta tecnica

L'apertura delle buste (Buste A) contenenti la documentazione amministrativa dei Candidati – al fine della loro ammissione alla gara stessa –, verrà realizzata presso la sede dell'Organismo Proponente, in data 01/04/2025, alle ore 10.00, in sessione pubblica. A tale sessione potrà assistere il rappresentante legale (o persona da esso delegato per iscritto) di ciascun Candidato, presentando un documento di riconoscimento.

Terminata l'apertura delle Buste A e definita l'ammissibilità dei Candidati, la Commissione giudicatrice procederà, in sessione privata, alla valutazione delle offerte tecniche (Busta B) e delle offerte economiche (Busta C).

Eventuali carenze di tipo formale, se rimediabili (ad esclusiva discrezione della Commissione giudicatrice), possono essere sanate attraverso richieste di integrazioni e/o documentazione da parte della Commissione giudicatrice, ove ritenuto opportuno. In particolare, in caso di mancanza, incompletezza e di ogni altra irregolarità essenziale della documentazione presentata, con esclusione di quelle afferenti all'offerta economica e all'offerta tecnica,

l'Organizzazione Proponente assegna al Candidato un termine (a discrezione della Commissione giudicatrice), perché siano rese, integrate o regolarizzate le dichiarazioni necessarie, indicandone il contenuto e i soggetti che le devono rendere. In caso di inutile decorso del termine di regolarizzazione, il Candidato è escluso dalla gara. Costituiscono irregolarità essenziali non sanabili le carenze della documentazione che non consentono l'individuazione del contenuto o del soggetto responsabile della stessa. Ove il Candidato produca dichiarazioni o documenti non perfettamente coerenti con la richiesta, è possibile chiedere ulteriori precisazioni o chiarimenti, limitate alla documentazione presentata in fase di integrazione, fissando un termine a pena di esclusione.

Per eventuali domande e/chiarimenti per l'esecuzione dell'offerta è possibile rivolgersi esclusivamente per e-mail a info@pec.consorziovalpolicella.it o, solamente per gli operatori esteri amministrazione@consorziovalpolicella.it, ai quali seguirà risposta esclusivamente per iscritto. Non saranno prese in considerazione eventuali richieste verbali o inoltrate con modalità diverse da quella indicata. Le comunicazioni da parte dell'Organizzazione Proponente avverranno a mezzo posta elettronica all'indirizzo di posta elettronica indicato dal Candidato.

9.5 Comunicazione dell'esito della gara di selezione

Sarà data comunicazione a tutti i Candidati, sull'esito della gara di selezione, a mezzo PEC con le relative motivazioni. I risultati verranno anche pubblicati sul sito web dell'Organizzazione Proponente entro 10 giorni lavorativi dalla data di conclusione della procedura di selezione.

10 Cessione e subappalto

L'Organismo di Esecuzione è tenuto ad eseguire in proprio le prestazioni comprese nel Contratto di Appalto e lo stesso non potrà essere ceduto a pena di nullità, fatti salvi i casi previsti dalla legge.

Il subappalto è consentito unicamente previa autorizzazione scritta dell'Organizzazione Proponente. L'Organismo di Esecuzione che intende avvalersi del subappalto deve presentare apposita richiesta, specificando le prestazioni che intende subappaltare e l'identità del subappaltatore. Le attività eventualmente subappaltate potranno essere unicamente attività non essenziali e accessorie.

11 Inadempienze e risoluzione

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

Inoltre, L'Organizzazione Proponente ha facoltà di contestare i servizi resi non rispondenti in tutto o in parte alle prescrizioni del presente Bando o della offerta proposta dal Candidato. Il Contratto di Appalto conterrà clausole relative a inadempienze, contestazioni, sospensioni e risoluzioni.

12 Conflitti di interesse

Ai sensi e per gli effetti del Decreto direttoriale del Decreto direttoriale del 10 ottobre 2024 n. 05324781 MASAF –

Dipartimento della sovranità alimentare e dell'ippica – DG affari generali e bilancio recante “Criteri che le organizzazioni non pubbliche devono rispettare nella selezione degli organismi di esecuzione”; del Reg (UE) 1144/2014; del Reg delegato UE 1829/2015; del Reg. di esecuzione UE 1831/2015; della Nota Commissione Europea DDG1 B5/MJ/DBD (2016) 321077 del 7 luglio 2016 - Orientamenti sulla procedura di gara; della Comunicazione della Commissione Europea (2006/C 179/02) paragrafo 2.1.2; avviso della Commissione – Orientamenti in materia di prevenzione e gestione dei conflitti di interesse ai sensi del Regolamento finanziario – Pubblicato nella Gazzetta ufficiale – 2021/C 121/01 (in tutte le lingue ufficiali dell'UE): specificamente relativo all'attuazione dell'articolo 61 del Regolamento finanziario dell'Unione europea, l'Organizzazione Proponente, nello svolgimento della presente procedura di selezione, adotta tutte le misure idonee a prevenire, individuare e porre rimedio in modo efficace a conflitti di interesse che siano in grado di determinare una distorsione della concorrenza e garantire la parità di trattamento di tutti gli operatori economici.

13 Diritti di proprietà e di utilizzazione

I diritti di proprietà e/o di utilizzazione e sfruttamento economico degli elaborati, predisposti o realizzati dall'Organismo di Esecuzione da suoi dipendenti e collaboratori nell'ambito o in occasione dell'esecuzione del Contratto di Appalto, rimarranno di titolarità esclusiva dell'Organizzazione Proponente che potrà, quindi, disporre senza alcuna restrizione la pubblicazione, la diffusione, l'utilizzo, la duplicazione di dette opere dell'ingegno o materiale. Detti diritti, ai sensi della L. n. 633/41 “Protezione del diritto d'autore e di altri diritti concessi al suo esercizio” così come modificata ed integrata dalla L. 248/00, devono intendersi ceduti, acquisiti e licenziati in modo perpetuo, illimitato e irrevocabile. L'Organismo di Esecuzione si impegna a consegnare tutti i prodotti in formato aperto e modificabile e si obbliga espressamente a fornire all'Organizzazione Proponente tutta la documentazione e il materiale necessario all'effettivo sfruttamento dei diritti di titolarità esclusiva, nonché a sottoscrivere tutti i documenti necessari all'eventuale trascrizione di detti diritti a favore dell'Organizzazione Proponente in eventuali registri o elenchi pubblici.

14 Riservatezza e non divulgazione

L'Organismo di Esecuzione si impegna a mantenere la massima riservatezza riguardo al mandato affidato e a tutte le informazioni acquisite in relazione ad esso, sia durante la vigenza del Contratto di Appalto che successivamente alla sua scadenza. È fatto divieto all'Organismo di Esecuzione di utilizzare tali informazioni per fini personali o a beneficio di terzi, nonché di divulgarle, comunicarle o diffonderle in qualsiasi forma, salvo previo consenso scritto dell'Organizzazione Proponente o se richiesto dalla legge.

15 Trattamento dei dati

Ai sensi del Regolamento (UE) 2016/679 (“**GDPR**”) e del D.Lgs. 196/2003, come modificato dal D.Lgs. 101/2018, si informa che i dati personali raccolti con la presente procedura di gara saranno trattati nel rispetto della normativa vigente in materia di protezione dei dati personali.

In particolare:

- a) Finalità del trattamento:
I dati raccolti saranno utilizzati esclusivamente per la verifica della capacità dei concorrenti di partecipare alla gara in oggetto e per la gestione della procedura di gara, nonché, in caso di aggiudicazione, per l'instaurazione e la gestione del rapporto contrattuale.
- b) Modalità del trattamento:
I dati saranno trattati mediante strumenti cartacei ed elettronici, nel rispetto dei principi di liceità, correttezza, trasparenza, minimizzazione dei dati e tutela della riservatezza.
- c) Natura obbligatoria del conferimento:
Il conferimento dei dati richiesti è obbligatorio per la partecipazione alla gara. L'eventuale mancato conferimento comporterà l'esclusione dalla procedura.
- d) Comunicazione dei dati:
I dati potranno essere comunicati ai seguenti soggetti o categorie di soggetti:
- Il personale dell'Organizzazione Proponente;
 - gli altri Candidati.
- e) Diritti dell'interessato:
L'interessato ha il diritto di accedere ai propri dati personali e di esercitare i diritti previsti dagli articoli 15-22 del GDPR, inclusi il diritto alla rettifica, alla cancellazione ("diritto all'oblio"), alla limitazione del trattamento, alla portabilità dei dati e all'opposizione al trattamento. Tali diritti possono essere esercitati inviando una richiesta al titolare del trattamento ai recapiti indicati di seguito.
- f) Periodo di conservazione dei dati:
I dati saranno conservati per il tempo necessario a gestire la procedura di gara e, in caso di aggiudicazione, per tutta la durata del rapporto contrattuale e per il periodo previsto dalla normativa applicabile in materia di conservazione degli atti amministrativi.
- g) Titolare del trattamento:
Il titolare del trattamento è CONSORZIO TUTELA VINI VALPOLICELLA, nella persona del suo legale rappresentante *pro tempore*.
- h) Responsabile della Protezione dei Dati (DPO)
I dati di contatto del Responsabile della Protezione dei Dati (DPO) sono i seguenti:
- e-mail: amministrazione@consorziovalpolicella.it
 - PEC: info@pec.consorziovalpolicella.it;
- i) Reclamo all'autorità di controllo:

L'interessato ha il diritto di proporre reclamo all'Autorità Garante per la Protezione dei Dati Personali qualora ritenga che il trattamento dei propri dati violi quanto previsto dal GDPR.

16 Spese contrattuali

Le spese di bollo, stipulazione, registrazione ed ogni altra spesa accessoria inerente al Contratto di Appalto, sono a carico per il 50% dell'Organismo di Esecuzione aggiudicatario e per il restante 50% all'Organizzazione Proponente.

17 Foro

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