

**BANDO DI GARA MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE  
DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA TRIENNALE  
DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI NEI PAESI TERZI  
DENOMINATO "EU OLIVE OIL: QUALITY AND SUSTAINABILITY ON YOUR TABLE" –  
ACRONIMO "EU OLIVE OIL US" - INVITO A PRESENTARE PROPOSTE AGRIP-SIMPLE-  
2023**

**CAPITOLATO TECNICO**

**1 – Informazioni preliminari**

L'Associazione L'Olivicola Cosentina Società Cooperativa – con sede legale ed operativa in Via Cesare Marini n. 19 – 87100 Cosenza (CS) – Italia – C.F. 98004400788 – P. IVA 01185260781 – REA Cosenza 120112 – Tel. +39 0984 29839 – Fax +39 0984 796777 - e-mail [op.assoco@gmail.com](mailto:op.assoco@gmail.com) – PEC [op.olivicolacosentina@pec.it](mailto:op.olivicolacosentina@pec.it) in qualità di Organismo proponente, di seguito denominata anche "Committente", indice un Bando di Gara per la selezione, mediante Procedura Competitiva Aperta, di un "Organismo di Esecuzione".

**1.1 – Quadro di riferimento**

In attuazione dei Regolamenti UE n. 1144/2014, n. 1829/2015 e n. 1831/2015, il Committente ha il compito di **selezionare un Organismo di Esecuzione per la realizzazione del programma triennale di informazione e di promozione denominato "EU Olive Oil: Quality and Sustainability on Your Table" (Acronimo "EU OLIVE OIL US") – ID 101137671** - di seguito anche denominato il "Programma" - **presentato a valere sul Bando AGRIP-SIMPLE-2023 "Call for proposals for simple programmes 2023" – TC-AMERICAS - ed approvato con decisione della Commissione Europea N. C (2023) 7540 del 10/11/2023.**

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

Il Committente indice, pertanto, un Bando di Selezione mediante Procedura Competitiva Aperta per la selezione di un "Organismo di esecuzione" incaricato della realizzazione del Programma triennale "EU Olive Oil: Quality and Sustainability on Your Table" - Acronimo "EU OLIVE OIL US".

**1.2 – Quadro normativo e documentazione di riferimento**

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

- a) il regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi e che abroga il regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio (GU L 317 del 4.11.2014, pag. 56);
- b) il regolamento delegato (UE) n. 1829/2015 della Commissione che integra il regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi (GU L 266 del 13.10.2015, pag. 3);
- c) il regolamento di esecuzione (UE) 1831/2015 della Commissione recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi (GU L 266 del 13.10.2015, pag. 14);
- d) le indicazioni fornite con gli Orientamenti sulla procedura di gara di cui alla nota della Commissione europea DDG1.B5/MJ/db D (2016) 3210777 del 7 luglio 2016;
- e) l'invito a presentare proposte AGRIP-SIMPLE-2022 - Programmi semplici – Sovvenzioni per azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi in conformità al regolamento (UE) n. 1144/2014;
- f) il Decreto MASAF del 30/11/2023 – N. 640411 – relativo alla procedura di selezione degli organismi di esecuzione per i programmi semplici.

**1.3 – Informazioni principali sul Programma**

### *Prodotti oggetto del Programma:*

I prodotti che si intendono promuovere sono l'olio d'oliva e l'olio extravergine di oliva (codici 150990 e 150910).

### *Mercato / Paese target:*

Stati Uniti d'America

### *Obiettivo generale:*

Aumentare la competitività, il consumo e la quota di mercato dei prodotti oleari europei nel mercato target ottimizzandone l'immagine e migliorando il livello di conoscenza della loro qualità, sicurezza, sostenibilità e benefici salutistici.

### *Obiettivi specifici:*

1. Conseguire (entro la fine del 2026) un incremento dell'export di prodotti oleari italiani nel mercato target pari al 12,3% rispetto al 2022. Questo obiettivo dovrà essere raggiunto sia attraverso le attività indirizzate agli importatori, ai professionisti della distribuzione e del canale HoReCa sia attraverso quelle finalizzate ai consumatori e ai loro principali influencers (giornalisti, food bloggers, nutrizionisti, chefs, ecc.).
2. Migliorare il grado di conoscenza e di riconoscimento dell'origine, qualità, sicurezza, sostenibilità dei prodotti promossi e, più in generale, dei benefici derivanti dal loro consumo tra i professionisti della distribuzione e del canale HoReCa, gli opinionisti e, soprattutto, i consumatori finali del mercato target. Questo obiettivo dovrà essere raggiunto sia attraverso le attività "on-field" indirizzate ai tre gruppi di destinatari sia, più indirettamente, attraverso i social media, la pubblicità, i partenariati con i micro-influencers, ecc.).

### *Gruppi target:*

1. Imprese di distribuzione di prodotti alimentari, importatori, dettaglianti di catene distributive, distributori online e canale HoReCa
2. Opinisti (giornalisti, scrittori, bloggers del settore food, enogastronomia, alimentazione e lifestyle, chefs, foodies, influencers, nutrizionisti, ecc.)
3. Consumatori nella fascia di età 25-64 anni.

### *Attività da realizzare:*

Attività permanenti di relazioni pubbliche e ufficio stampa, organizzazione eventi stampa

Integrazione portale con estensione aggiuntiva .us, creazione e aggiornamento contenuti, manutenzione e strategia SEO

Attivazione, set-up degli account ufficiali su Facebook, Instagram e YouTube, produzione contenuti e community management

Pubblicità social media

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

Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali

Educational tour

Promozioni POS / InStore

Strategia di comunicazione, graphic design e visual identity

### *Durata del Programma e dell'appalto:*

36 mesi (suddiviso in 3 fasi annuali con inizio indicativamente il 1° marzo 2024)

### *Importo complessivo del Programma:*

**€ 1.392.284,00 al netto di IVA**

### *Importo complessivo oggetto del presente appalto:*

**€ 1.045.500,00 al netto di IVA così suddivisi:**

**Annualità 1: € 545.000,00**

**Annualità 2: € 250.000,00**

**Annualità 3: € 250.500,00**

*L'appalto è costituito da un unico lotto.*

## **2 – Oggetto dell'appalto**

### **2.1 – Descrizione generale del servizio**

Il servizio consiste nell'esecuzione del Programma.

L'aggiudicatario dovrà, quindi, assicurare, a seguito della stipula del contratto, lo sviluppo progettuale del Programma di durata triennale e la realizzazione delle attività informative e promozionali previste dal cronoprogramma sulla base degli obiettivi generali e specifici previsti, anche attraverso il monitoraggio costante delle attività realizzate e dei relativi risultati conseguiti e la predisposizione di relazioni tecniche (periodiche e finale).

Il servizio deve caratterizzarsi per un qualificato supporto tecnico e operativo, un'elevata qualità dei prodotti

realizzati, nonché distinguersi per l'innovatività dei messaggi, degli strumenti con cui veicolarli e delle modalità di coinvolgimento dei target di riferimento. Lo sviluppo e l'esecuzione del Programma deve svolgersi in maniera coerente rispetto agli obiettivi generali e specifici previsti dalla Strategia di comunicazione, tenendo in considerazione le Priorità e gli obiettivi del Reg. UE 1144/2014 e assicurando una chiara riconoscibilità al Programma e ai soggetti promotori.

## **2.2 – Modalità di esecuzione**

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

## **2.3 – Gruppo di lavoro**

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

L'aggiudicatario si impegna:

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

## **3 – Durata del servizio**

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

## **4 – Requisiti per la partecipazione alla gara**

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

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

### **4.1 – Requisiti di idoneità**

**Iscrizione** nel registro tenuto dalla Camera di Commercio Industria, Artigianato e Agricoltura per attività coerenti con quelle oggetto della presente procedura di gara (da attestare tramite copia di visura camerale). Il concorrente non stabilito in Italia ma in un altro Stato Membro presenta dichiarazione giurata o secondo le modalità vigenti nello Stato in cui è stabilito.

## 4.2 – Inesistenza di cause di esclusione dalla partecipazione alla Gara

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

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

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

## 4.3 – Requisiti di capacità economica e finanziaria

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione deve dimostrare, singolarmente o in avvalimento, di aver realizzato, **nel triennio 2020/2022, un fatturato medio annuo** non inferiore a Euro 2.000.000,00 (Euro due milioni) al netto dell'IVA, risultante dalle dichiarazioni IVA o imposta equivalente in ambito UE.

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

## 4.4 - Requisiti di capacità tecnica e professionale

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione deve dimostrare, singolarmente o in avvalimento, **di aver realizzato, nel triennio 2020/2022, servizi analoghi a quelli oggetto della gara**. Per servizi analoghi si intendono programmi / attività internazionali di promozione e informazione quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo: attività di gestione di progetti / programmi di promozione internazionale; attività di organizzazione eventi stampa, promozioni InStore, incontri, viaggi di studio e di approfondimento; attività di design, allestimenti, gestione e animazione di manifestazioni fieristiche internazionali; attività di gestione uffici stampa e pubbliche relazioni finalizzate agli opinionisti; attività di sviluppo strategie di comunicazione e marketing; social media management; attività di creazione e sviluppo portali / siti web; ideazione e realizzazione materiale di comunicazione above e below the line; gestione pubblicità social media; attività promozionali nel settore agroalimentare.

La comprova del su citato requisito dovrà essere fornita mediante apposita dichiarazione (**Allegato A**) sottoscritta dal legale rappresentante e recante in allegato la presentazione dell'operatore economico inclusiva di descrizione sintetica dei principali servizi analoghi realizzati nonché la descrizione del gruppo di lavoro comprensiva dei relativi profili sintetici dei suoi componenti. **Nel caso di ricorso allo strumento dell'avvalimento l'Allegato A e i restanti documenti richiesti dovranno essere prodotti anche dall'impresa ausiliaria.**

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

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

organizzazione in Italia, documentazione conforme alla normativa vigente nel rispettivo Paese o dichiarazione giurata).

#### 4.5 – Subappalto

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

#### 4.6 – Garanzia fideiussoria

In caso di aggiudicazione dell'appalto, l'Aggiudicatario dovrà presentare una garanzia fideiussoria rilasciata da istituto bancario o assicurativo in possesso delle necessarie autorizzazioni pari al 10% dell'importo affidato per ciascuna annualità. La garanzia relativa alla prima annualità dovrà essere fatta pervenire, in originale, almeno 5 (cinque) giorni prima la sottoscrizione del contratto. La garanzia relativa alle successive annualità dovrà essere fatta pervenire, in originale, rispettivamente, entro 30 giorni dallo svincolo di quella relativa alla precedente annualità.

### 5 – Modalità di presentazione delle offerte e sottoscrizione dei documenti di gara

Il plico contenente la proposta, **a pena di esclusione**, deve essere sigillato e trasmesso a mezzo raccomandata del servizio postale o tramite corriere o mediante consegna a mano tutti i giorni escluso il sabato e la domenica dalle ore 9,00 alle ore 17,00 presso la sede del Committente: Associazione L'Olivicola Cosentina Società Cooperativa – Via Cesare Marini n. 19 – 87100 Cosenza (CS) - Italia. **Non saranno ritenute valide offerte inviate via PEC o con altra modalità telematica.** Il plico deve pervenire al su citato indirizzo, a pena di esclusione, **entro e non oltre le ore 12.00 (ora italiana) del 25 gennaio 2024.** Nel caso di consegna a mano, il personale addetto rilascerà ricevuta nella quale sarà indicata data e ora di ricezione del plico. Il recapito del plico rimane a esclusivo rischio del mittente ove, per qualsiasi motivo, non giunga a destinazione entro il suddetto termine perentorio. Si precisa che per "sigillatura" deve intendersi una chiusura ermetica recante un qualsiasi segno o impronta, apposto su materiale plastico come striscia incollata o ceralacca, tale da rendere chiusi il plico e le buste nello stesso contenute, attestare l'autenticità della chiusura originaria proveniente dal mittente, nonché garantire l'integrità e la manomissione del plico e delle buste.

Il plico deve recare, all'esterno, le informazioni relative all'operatore economico concorrente (denominazione o ragione sociale, P. IVA, indirizzo PEC per le comunicazioni) e riportare la seguente dicitura: **NON APRIRE - Bando di selezione mediante procedura competitiva aperta per la selezione di un organismo incaricato dell'esecuzione del Programma denominato "EU Olive Oil: Quality and Sustainability on Your Table – EU OLIVE OIL US".** Il plico contiene al suo interno tre buste chiuse e sigillate, recanti l'intestazione del mittente, l'indicazione dell'oggetto dell'appalto e la dicitura, rispettivamente:

"A – Documentazione amministrativa"

"B – Offerta tecnica"

"C – Offerta economica"

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

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

Tutta la documentazione dovrà essere redatta in **lingua italiana e/o inglese** e dovrà essere presentata in formato cartaceo e in formato elettronico - stampabile e copiabile - su chiavetta USB, a cura del partecipante alla gara **entro e non oltre le ore 12.00 del 25 gennaio 2024.**

Ulteriori informazioni e/o richieste di chiarimenti sulla presente procedura possono essere ottenuti mediante la proposizione di quesiti **ESCLUSIVAMENTE** scritti da inoltrare all'indirizzo mail: op.assoco@gmail.com almeno 3 giorni prima della scadenza del termine fissato per la presentazione delle offerte. Non saranno prese in considerazione eventuali richieste verbali o inoltrate con modalità diverse da quella indicata.

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

La Busta A contiene la domanda di partecipazione, l'Allegato A, il certificato di iscrizione alla Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura (nel caso di operatori economici non residenti e privi di stabile organizzazione in Italia, documentazione conforme alla normativa vigente nel rispettivo Paese o dichiarazione giurata) e i bilanci relativi al triennio 2020/2022 del concorrente e, nel caso di ricorso all'avvalimento, dell'impresa ausiliaria, nonché tutta la restante documentazione a corredo in relazione alla forma di partecipazione.

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

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

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

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

**L'Allegato A** contiene tutte le seguenti informazioni:

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

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

La Busta A contiene, inoltre, **a pena di esclusione, la presentazione dell'operatore economico** comprensiva delle seguenti informazioni:

**Presentazione generale:**

- programmi / attività internazionali di promozione e informazione realizzati quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo: attività di gestione di progetti / programmi complessi di promozione internazionale; attività di organizzazione eventi stampa, promozioni InStore, viaggi di studio e di approfondimento; design, allestimenti, gestione e animazione manifestazioni fieristiche internazionali; gestione uffici stampa e pubbliche relazioni finalizzate agli opinionisti; attività di sviluppo strategie di comunicazione e marketing; social media management; creazione e sviluppo portali / siti web; ideazione e realizzazione materiale di comunicazione above e below the line; gestione pubblicità social media; attività promozionali nel settore agroalimentare;
- contatti operativi già in essere nel mercato target.

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

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

## 5.2 - Contenuti della Busta "B" – Offerta Tecnica

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

### a) Definizione della strategia complessiva di comunicazione

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

- articolazione della strategia di comunicazione: descrizione della coerenza della stessa con gli obiettivi previsti a programma e le singole attività;
- descrizione degli adattamenti proposti al concept di comunicazione e al key-visual già sviluppato per la campagna attualmente in corso in Canada [www.oliveoilfromeurope.eu](http://www.oliveoilfromeurope.eu): originalità, creatività, efficacia e coerenza del concept di comunicazione con la strategia di comunicazione e con gli obiettivi del programma;
- declinazione del concept e del key visual strategico nei formati standard che saranno utilizzati;
- soluzioni tecniche e qualità dei prodotti.

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

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

#### **b) Articolazione delle attività e output di Programma**

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

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

#### **c) Cronoprogramma riepilogativo delle attività, suddiviso per annualità.**

### **5.3 – Contenuto della Busta C - Offerta Economica**

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

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

#### **ESEMPIO**

| <b>Pacchetto di lavoro N° 5 /<br/>Attività N° 5.1</b>                    | <b>STRUMENTI E MATERIALI DI COMUNICAZIONE</b>   |               |               |
|--|---|---------------|---------------|
|  | <b>ANNO 1</b>   | <b>ANNO 2</b> | <b>ANNO 3</b> |
| <b>Dettaglio dei costi previsti per l'implementazione delle attività</b> | Produzione N° 36 immagini fotografiche e relativi testi per ricette - ... €<br>Produzione N° 24 immagini fotografiche di coltivazione e trasformazione dei prodotti promossi - ... €<br>Revisione e produzione N° ..... brochure formato .... - €<br>Ideazione e produzione N° .... ricettari formato .... - €<br>Produzione N° ... media kit... formato - €<br>Produzione N° ... shopper / |               |               |

|   |                          |  |  |
|---|--------------------------|--|--|
|   | zainetti - ....€<br>Ecc. |  |  |
| <b>Compenso Organismo di esecuzione</b> | €                        |  |  |
| <b>Totale Attività N° 5.1</b>           | €                        |  |  |

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

| ATTIVITA'  | ANNO 1 | ANNO 2 | ANNO 3 | TOTALE 3 ANNI |
|--|--------|--------|--------|---------------|
| <b>A - COSTO PREVISTO PER L'IMPLEMENTAZIONE DELLE ATTIVITA'</b>  |        |        |        |               |
| <b>B - COMPENSO ORGANISMO DI ESECUZIONE</b>  |        |        |        |               |
| <b>C - COSTO TOTALE (A+B)</b>  |        |        |        |               |
| <b>D - % COMPENSO ORGANISMO DI ESECUZIONE (B) RISPETTO AI COSTI PREVISTI PER L'IMPLEMENTAZIONE DELLE ATTIVITA' (A)</b> |        |        |        |               |

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

## 6 – Attività previste dal Programma e da realizzare

|   |  |
|---|--|
| <b>Pacchetto di lavoro N° 2</b>                                     | <b>RELAZIONI PUBBLICHE</b>   |
| <b>Attività N° 2.1</b>  | <b>Attività permanenti di relazioni pubbliche e ufficio stampa</b>   |
| <b>Gruppi destinatari</b>   | <b>Opinionisti (giornalisti, <i>food bloggers</i> e <i>food writers</i>, <i>chefs</i>, <i>foodies</i>, <i>influencers</i>, <i>nutrizionisti</i>, ecc.), professionisti del settore “food” e consumatori</b>  |
| <b>Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti</b> | L'attività comprende: <ul style="list-style-type: none"> <li>- La creazione e l'aggiornamento di una mailing list contenente almeno 1.200 contatti utili</li> <li>- La realizzazione di un press kit / anno in formato digitale, in inglese</li> <li>- La realizzazione e l'invio online di almeno 4 comunicati stampa / anno, in inglese, per il tramite di PRNewswire / Cision</li> <li>- La predisposizione di una rassegna annuale sugli articoli e post pubblicati contenente anche i dati sugli utenti raggiunti. La rassegna dovrà contenere anche tutti i contenuti generati dall'attività 2.2 e dalle attività comprese nel pacchetto di lavoro 6.</li> </ul> |
| <b>Budget indicativo triennale</b>                                  | 126.000 €  |
| <b>Descrizione dettagliata dell'attività</b>                        |  |
| <b>Gruppo di lavoro proposto</b>                                    |  |



|  | ANNO 1 | ANNO 2 | ANNO 3 |
|--|--------|--------|--------|
| <b>Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti</b> |        |        |        |

|  |  |               |               |
|--|--|---------------|---------------|
| <b>Pacchetto di lavoro N° 2</b>  | <b>RELAZIONI PUBBLICHE</b>   |               |               |
| <b>Attività N° 2.2</b>   | <b>Organizzazione di due eventi stampa</b>   |               |               |
| <b>Gruppi destinatari</b>  | <b>Opinionisti (giornalisti, food bloggers e food writers, chefs, foodies, influencers, nutrizionisti, ecc.), professionisti del settore “food”</b>  |               |               |
| <b>Descrizione sintetica dell’attività e degli output richiesti</b>                | <p>L’attività dovrà comprendere l’organizzazione di due eventi stampa: a <b>New York</b> a settembre 2024 e a <b>Las Vegas</b> a gennaio 2025. Ciascun evento dovrà essere finalizzato ad ospitare almeno 80 opinionisti e <i>influencers</i> e dovrà essere seguito da una degustazione di benvenuto caratterizzato da un menù a base dei prodotti promossi. Gli eventi dovranno essere trasmessi anche in modalità “live” via Facebook / Instagram e YouTube.</p> <p>Il soggetto aggiudicatario dovrà assicurare la gestione completa di ogni evento e di tutti i relativi aspetti organizzativi: selezione delle location, sopralluoghi, verifica della presenza e del funzionamento delle attrezzature tecniche, allestimento, trasporto e distribuzione dei materiali promozionali, servizio fotografico e video, servizio di accoglienza, assistenza, attività di monitoraggio e promozione, rassegna articoli e post pubblicati e utenti raggiunti.</p> |               |               |
| <b>Budget indicativo triennale</b>   | 90.000€  |               |               |
| <b>Descrizione dettagliata dell’attività</b>                                       |  |               |               |
| <b>Gruppo di lavoro proposto</b>   |  |               |               |
|  | <b>ANNO 1</b>  | <b>ANNO 2</b> | <b>ANNO 3</b> |
| <b>Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti</b> |  |               |               |

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| <b>Pacchetto di lavoro N° 3</b>                                     | <b>PORTALE E SOCIAL MEDIA</b>  |  |  |
| <b>Attività N° 3.1</b>  | <b>Integrazione portale, aggiornamento, manutenzione e strategia SEO</b>   |  |  |
| <b>Gruppi destinatari</b>   | <b>Opinionisti (giornalisti, food bloggers e food writers, chefs, influencers, foodies, nutrizionisti), professionisti della distribuzione e del canale HoReCa, consumatori</b>  |  |  |
| <b>Descrizione sintetica dell’attività e degli output richiesti</b> | <p>L’attività dovrà comprendere:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Integrazione del portale con redirect per estensione aggiuntiva .us</li> <li>- Per la terza annualità del programma: rinnovo del dominio principale .eu</li> <li>- Creazione nuovi contenuti in inglese</li> <li>- Redazione strategia SEO</li> <li>- 1 piattaforma CMS</li> <li>- Caricamento, nell’apposita sezione, delle 36 ricette realizzate nell’ambito dell’attività 5.1 nonché delle ricette realizzate da chefs, bloggers, foodies, ecc.</li> <li>- Realizzazione di 2 video ricette / anno con sottotitoli in inglese</li> <li>- Realizzazione di 2 game interattivi / anno dedicati ai prodotti promossi, in inglese.</li> <li>- Potenziamento degli strumenti informativi volti a consentire l’attivazione di un dialogo costante tra gli utenti del mercato target ed il portale.</li> <li>- Rapporto annuale sulle attività realizzate e sui risultati conseguiti (visualizzazioni totali e utenti raggiunti).</li> </ul> |  |  |

|  |               |               |               |
|--|---------------|---------------|---------------|
| <b>Budget indicativo triennale</b>   | 87.000 €      |               |               |
| <b>Descrizione dettagliata dell'attività</b>                                       |               |               |               |
| <b>Gruppo di lavoro proposto</b>   |               |               |               |
|  | <b>ANNO 1</b> | <b>ANNO 2</b> | <b>ANNO 3</b> |
| <b>Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti</b> |               |               |               |

|  |  |               |               |
|--|--|---------------|---------------|
| <b>Pacchetto di lavoro N° 3</b>  | <b>PORTALE E SOCIAL MEDIA</b>  |               |               |
| <b>Attività N° 3.2</b>   | <b>Attivazione, set-up degli account ufficiali su Facebook, Instagram e YouTube, produzione contenuti e community management</b>   |               |               |
| <b>Gruppi destinatari</b>  | <b>Opinionisti (giornalisti, <i>food bloggers</i> e <i>food writers</i>, chef, <i>influencers</i>, <i>foodies</i>, nutrizionisti), professionisti della distribuzione e del canale HoReCa, consumatori</b>   |               |               |
| <b>Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti</b>                | <p>L'attività prevede:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Attivazione e set-up degli account ufficiali su Facebook, Instagram e YouTube.</li> <li>- La pianificazione, la produzione e la pubblicazione di contenuti secondo un piano editoriale definito su base mensile per ciascuna annualità. Per Facebook e Instagram è prevista, in media, la pubblicazione di 6 post organici / mese, per un totale di 72 pubblicazioni / social / anno. Per YouTube è prevista la realizzazione di 6 video / anno.</li> <li>- Attività di "community management" (monitoraggio contenuti, invio risposte, ecc.). Durante ciascuna annualità del programma dovrà essere, inoltre, organizzata su YouTube una "Sessione di cucina" (proposta, da parte di uno chef, di una o più ricette a base dei prodotti promossi).</li> </ul> <p>Su base annuale dovrà, infine, essere prodotto un rapporto sulle attività realizzate e sui risultati conseguiti (visualizzazioni totali e utenti raggiunti).</p> |               |               |
| <b>Budget indicativo triennale</b>   | 137.500 €  |               |               |
| <b>Descrizione dettagliata dell'attività</b>                                       |  |               |               |
| <b>Gruppo di lavoro proposto</b>   |  |               |               |
|  | <b>ANNO 1</b>  | <b>ANNO 2</b> | <b>ANNO 3</b> |
| <b>Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti</b> |  |               |               |

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| <b>Pacchetto di lavoro N° 4</b>                                     | <b>PUBBLICITA'</b>   |  |  |
| <b>Attività N° 4.1</b>  | <b>Social Media Advertising</b>  |  |  |
| <b>Gruppi destinatari</b>   | <b>Opinionisti (giornalisti, <i>food bloggers</i> e <i>food writers</i>, chefs, <i>influencers</i>, <i>foodies</i>, nutrizionisti), professionisti della distribuzione e del canale HoReCa, consumatori</b>  |  |  |
| <b>Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti</b> | <p>L'attività è finalizzata a sostenere la pubblicazione dei contenuti organici sui social media individuati. Relativamente a Facebook e Instagram, dovranno essere pianificati e sponsorizzati complessivamente 24 ads / anno. Per YouTube saranno creati, pianificati e sponsorizzati 6 annunci brevi (circa 5 secondi) / anno in pre-roll non skippabili. Per Google, saranno annualmente creati e sponsorizzati 6 PPC Ads.</p> |  |  |

|  |   |               |               |
|--|---|---------------|---------------|
|  | <p>Nel corso della seconda annualità del Programma dovrà essere organizzata, su Instagram e con FB come <i>secondary</i> di appoggio, una Recipe Challenge: pubblicazione, nell'arco di almeno due settimane, di una serie di contenuti finalizzati ad invitare gli utenti a condividere le proprie ricette con olio di oliva e/o olio extravergine di oliva e partecipare ad un concorso a premi.</p> <p>A conclusione di ciascuna annualità del programma dovrà essere redatto un report contenente i risultati raggiunti in termini di numero di <i>ads</i> pubblicati, numero di <i>impressions</i>, <i>views</i> e numero di utenti raggiunti.</p> |               |               |
| <b>Budget indicativo triennale</b>   | 109.000 €   |               |               |
| <b>Descrizione dettagliata dell'attività</b>                                       |   |               |               |
| <b>Gruppo di lavoro proposto</b>   |   |               |               |
|  | <b>ANNO 1</b>   | <b>ANNO 2</b> | <b>ANNO 3</b> |
| <b>Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti</b> |   |               |               |

|   |  |               |               |
|---|--|---------------|---------------|
| <b>Pacchetto di lavoro / Attività N° 5</b>                          | <b>STRUMENTI E MATERIALE DI COMUNICAZIONE</b>  |               |               |
| <b>Attività N° 5.1</b>  | <b>Strumenti e materiale di comunicazione</b>  |               |               |
| <b>Gruppi destinatari</b>   | <b>Opinionisti (giornalisti, <i>food bloggers</i> e <i>food writers</i>, chefs, <i>influencers</i>, <i>foodies</i>, nutrizionisti), professionisti della distribuzione e del canale HoReCa, consumatori</b>  |               |               |
| <b>Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti</b> | <p>L'attività dovrà comprendere la produzione dei seguenti strumenti e materiali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 36 immagini fotografiche e relativi testi per ricette da utilizzare per il ricettario e per integrazione sezione ricette del portale.</li> <li>- 24 immagini fotografiche di coltivazione e trasformazione.</li> <li>- Revisione testi brochure, 12 pagine, versione inglese, predisposta per il mercato canadese.</li> <li>- Produzione brochure sia in formato stampa (2.000 copie) sia in formato digitale scaricabile anche attraverso QR code da applicare a tutti i gadgets e a tutti i supporti espositivi</li> <li>- Ideazione e produzione ricettario, in inglese, sia in formato stampa (2.000 copie) sia in formato digitale scaricabile anche attraverso QR code da applicare a tutti i gadgets e a tutti i supporti espositivi. Il ricettario conterrà le 36 ricette realizzate (immagini e testi).</li> <li>- 2.000 shopper o zainetti con visual della campagna.</li> <li>- 500 media kit (cartellina, block notes e greeting card).</li> <li>- 1.000 penne con logo della campagna.</li> <li>- 2.000 gadgets da diversificare in base ai gruppi target.</li> <li>- Programmi (in inglese) – 200 copie / soggetto – per le cooking demos previste nell'ambito delle tre manifestazioni fieristiche individuate.</li> <li>- 2 menù (100 copie/soggetto, in inglese) e 2 backdrop o roll-up (1 / evento) da utilizzare in occasione degli eventi stampa.</li> <li>- 6 kit (desk, urna e cartolina / questionario, roll-up) per promozioni POS / InStore</li> </ul> |               |               |
| <b>Budget indicativo triennale</b>                                  | 79.000 €   |               |               |
| <b>Descrizione dettagliata dell'attività</b>                        |  |               |               |
| <b>Gruppo di lavoro proposto</b>                                    |  |               |               |
|   | <b>ANNO 1</b>  | <b>ANNO 2</b> | <b>ANNO 3</b> |
| <b>Descrizione dettagliata</b>                                      |  |               |               |

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti |  |  |  |
|---|--|--|--|

|  |   |               |               |
|--|---|---------------|---------------|
| <b>Pacchetto di lavoro N° 6</b>  | <b>EVENTI</b>   |               |               |
| <b>Attività N° 6.1</b>   | <b>Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali</b>   |               |               |
| <b>Gruppi destinatari</b>  | <b>Importatori, rappresentanti della distribuzione organizzata, retailers, canale HoReCa - Opinionisti</b>  |               |               |
| <b>Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti</b>                | <p>Questa attività comprende la partecipazione, con uno stand di almeno 36 mq., alle seguenti manifestazioni fieristiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plant Based Expo – New York – settembre 2024</li> <li>- Winter Fancy Food Show – Las Vegas – gennaio 2025</li> <li>- Summer Fancy Food Show – New York – giugno 2026</li> </ul> <p>Nell'ambito di ciascuna edizione dovranno, inoltre, essere organizzati alcuni programmi giornalieri di <i>cooking demos</i> dedicati ai prodotti promossi. Durante ciascuna edizione della manifestazione fieristica individuata dovrà, inoltre, essere realizzato un reportage foto / video.</p> |               |               |
| <b>Budget indicativo triennale</b>   | 225.000 €   |               |               |
| <b>Descrizione dettagliata dell'attività</b>                                       |   |               |               |
| <b>Gruppo di lavoro proposto</b>   |   |               |               |
|  | <b>ANNO 1</b>   | <b>ANNO 2</b> | <b>ANNO 3</b> |
| <b>Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti</b> |   |               |               |

|  |  |               |               |
|--|--|---------------|---------------|
| <b>Pacchetto di lavoro N° 6</b>  | <b>EVENTI</b>  |               |               |
| <b>Attività N° 6.2</b>   | <b>Educational Tour</b>  |               |               |
| <b>Gruppi destinatari</b>  | <b>Importatori, rappresentanti della distribuzione organizzata, retailers, canale HoReCa - Opinionisti</b>   |               |               |
| <b>Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti</b>        | <p>L'attività prevede l'organizzazione di un viaggio di approfondimento (nella seconda annualità del Programma) della durata di 6 giorni nelle località di produzione dei prodotti promossi. Il tour ospiterà 10 importatori / buyers della GDO / rappresentanti HoReCa e opinionisti / influencers del mercato target. Il programma dovrà comprendere visite alle aziende di produzione, incontri B2B, tasting sessions, workshops. Oltre all'itinerario proposto ed alla domanda di partecipazione, dovrà essere predisposto e somministrato apposito questionario di match-making finalizzato ad individuare gli specifici interessi dei potenziali ospiti.</p> |               |               |
| <b>Budget indicativo triennale</b>   | 62.000 €   |               |               |
| <b>Descrizione dettagliata dell'attività</b>                               |  |               |               |
| <b>Gruppo di lavoro proposto</b>   |  |               |               |
|  | <b>ANNO 1</b>  | <b>ANNO 2</b> | <b>ANNO 3</b> |
| <b>Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno</b> |  |               |               |

|         |  |  |  |
|---------|--|--|--|
| forniti |  |  |  |
|---------|--|--|--|

|  |  |               |               |
|--|--|---------------|---------------|
| <b>Pacchetto di lavoro N° 7</b>  | <b>POS / InStore Promotions</b>  |               |               |
| <b>Attività N° 7.1</b>   | <b>POS / InStore Promotions</b>  |               |               |
| <b>Gruppi destinatari</b>  | <b>Consumatori finali e professionisti del settore “food” (distribuzione)</b>  |               |               |
| <b>Descrizione sintetica dell’attività e degli output richiesti</b>                | <p>L’attività prevede l’organizzazione di quattro promozioni POS / InStore, inclusive di degustazioni dei prodotti promossi, in altrettanti punti vendita della catena Eataly (anno 1 a New York e a Las Vegas, anno 2 a Los Angeles, anno 3 a New York).<br/> Ciascuna promozione, della durata pari ad almeno una settimana, comprenderà l’organizzazione di un concorso a premio / giveaway (sette i vincitori previsti a conclusione di ciascuna promozione).<br/> All’interno di ciascun punto vendita dovrà essere allestito un desk promozionale comprensivo di roll-up e di un’urna per la raccolta delle cartoline / questionario.<br/> Ciascuna promozione dovrà essere, inoltre, supportata da ulteriori attività digital e marketing (4 post e 1 newsletter / punto vendita) da diffondere tramite i canali social della catena coinvolta.</p> |               |               |
| <b>Budget indicativo triennale</b>   | 120.000 €  |               |               |
| <b>Descrizione dettagliata dell’attività</b>                                       |  |               |               |
| <b>Gruppo di lavoro proposto</b>   |  |               |               |
|  | <b>ANNO 1</b>  | <b>ANNO 2</b> | <b>ANNO 3</b> |
| <b>Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti</b> |  |               |               |

|  |  |               |               |
|--|--|---------------|---------------|
| <b>Pacchetto di lavoro N° 8</b>  | <b>ALTRE ATTIVITA’</b>   |               |               |
| <b>Attività N° 8.1</b>   | <b>Strategia di comunicazione, graphic design e visual identity</b>  |               |               |
| <b>Gruppi destinatari</b>  | <b>Opinionisti (giornalisti, food bloggers e food writers, chefs, influencers, foodies, nutrizionisti), professionisti della distribuzione e del canale HoReCa, consumatori</b>  |               |               |
| <b>Descrizione sintetica dell’attività e degli output richiesti</b>                | <p>Questa attività dovrà comprendere l’eventuale adattamento del concept creativo e del key-visual già sviluppato per la campagna in corso in Canada. Inoltre, i messaggi secondari ed i materiali di comunicazione dovranno essere opportunamente ed ulteriormente integrati e declinati per la nuova campagna.</p> |               |               |
| <b>Budget indicativo triennale</b>   | 10.000 €   |               |               |
| <b>Descrizione dettagliata dell’attività</b>                                       |  |               |               |
| <b>Gruppo di lavoro proposto</b>   |  |               |               |
|  | <b>ANNO 1</b>  | <b>ANNO 2</b> | <b>ANNO 3</b> |
| <b>Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti</b> |  |               |               |

**TABELLA RIEPILOGATIVA**  
**INDICATORI DI REALIZZAZIONE (OUTPUT) E RISULTATO ATTESI PER IL MERCATO TARGET**

| WP                    | Indicatori di realizzazione   | Indicatori di risultato  |
|-----------------------|---|--|
| Pacchetto di lavoro 2 | 1 mailing list con almeno 1.200 contatti utili e successivi aggiornamenti<br>3 press kit<br>12 comunicati stampa (4/anno)<br>2 inviti digitali per eventi stampa<br>2 eventi stampa<br>2 trasmissioni live FB, IG e YT<br>2 reportage fotografici   | 1.200 opinionisti, influencers e professionisti intercettati tramite comunicati stampa di cui 300 opinionisti, influencers e professionisti raggiunti dagli inviti agli eventi stampa<br>160 opinionisti, influencers e professionisti partecipanti agli eventi stampa<br>960 contenuti generati e pubblicati<br>1.800.000 consumatori / utenti intercettati tramite contenuti generati                      |
| Pacchetto di lavoro 3 | Attivazione, manutenzione e gestione estensione aggiuntiva .us<br>Strategia SEO e aggiornamento<br>1 piattaforma CMS<br>6 video ricette<br>6 game interattivi<br>3 accounts social media attivati e gestiti<br>432 (144/anno) contenuti prodotti e pubblicati su FB e IG<br>18 (6/anno) video YouTube<br>3 sessioni di cucina YouTube   | 120.000 visualizzazioni del portale (views / utenti intercettati)<br>1.200.000 visualizzazioni (views / impressions / interactions) dei contenuti pubblicati sui social media  |
| Pacchetto di lavoro 4 | 72 (24/anno) Ads pubblicati su FB / IG<br>18 Ads brevi YouTube (6/anno)<br>18 PPC Google Ads (6/anno)<br>1 Recipe Challenge IG  | 1.860.000 impressions / utenti intercettati<br>45.000 YouTube views  |
| Pacchetto di lavoro 5 | 60 immagini fotografiche e 36 testi di ricette<br>2.000 brochure da 12 pagine (stampa e digitale)<br>2.000 ricettari (stampa e digitale)<br>2.000 shopper / zainetti<br>500 media kit (cartellina, block notes e <i>greeting card</i> )<br>2.000 gadgets (grembiuli, ecc.)<br>1.000 penne<br>3 programmi cooking demos (200 copie / soggetto)<br>2 menù per eventi stampa e 2 roll-up o backdrops<br>4 kit per promozioni POS / InStore | Attività trasversale a tutta l'Azione e per la quale non sono previsti indicatori di risultato.  |
| Pacchetto di lavoro 6 | 3 stand personalizzati di 36 mq<br>1 Educational Tour   | 45.000 professionisti della distribuzione / canale HoReCa / industria ed opinionisti intercettati tramite stand, cooking demos e materiale promozionale<br>300 contatti operativi registrati<br>30 professionisti della distribuzione / canale HoReCa ed opinionisti raggiunti dall'invito all'educational tour<br>10 professionisti della distribuzione / canale HoReCa ed opinionisti partecipanti al tour |

|                       |  |   |
|-----------------------|--|---|
|                       |  | 30 contenuti pubblicati dagli opinionisti partecipanti al tour<br>600.000 utenti intercettati dai contenuti pubblicati dagli opinionisti partecipanti al tour |
| Pacchetto di lavoro 7 | 4 POS / InStore Promotions   | 172.000 consumatori intercettati dalle promozioni POS / InStore   |
| Pacchetto di lavoro 8 | 1 declinazione aggiornata dei messaggi secondari da comunicare<br>1 declinazione aggiornata dei materiali di comunicazione | Attività trasversale a tutta l'Azione e per la quale non sono previsti indicatori di risultato.   |

## 7 – Criteri e metodo di aggiudicazione

Gli aspetti qualitativi del servizio e dell'offerta economica saranno considerati congiuntamente. L'aggiudicazione dell'appalto avverrà, infatti, nel rispetto del principio del **migliore rapporto qualità – prezzo**. I **100 punti** complessivi saranno, pertanto, valutati nelle seguenti proporzioni:

QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA: MASSIMO 80 PUNTI

CONGRUITA' DELL'OFFERTA ECONOMICA: MASSIMO 20 PUNTI

TOTALE PUNTEGGIO ATTRIBUIBILE: MASSIMO 100 PUNTI

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

| ELEMENTO DI VALUTAZIONE   | CRITERIO MOTIVAZIONALE   | PUNTEGGIO MASSIMO   |
|---|--|---|
| STRATEGIA COMPLESSIVA<br>MAX 8 PUNTI  | Adeguatezza della strategia di comunicazione in termini di coerenza con gli obiettivi, le tematiche da trattare e i tempi e risorse a disposizione per la realizzazione del Programma. Coerenza tra la strategia complessiva, le singole attività proposte ed i risultati raggiungibili. | 8 di cui:<br>8 = valutazione ottima<br>6 = valutazione buona<br>4 = valutazione sufficiente<br>2 = valutazione scarsa |
| PROPOSTA E DECLINAZIONE CONCEPT DI COMUNICAZIONE – SOLUZIONI TECNICHE – QUALITA' DEI PRODOTTI<br>MAX 24 PUNTI | Originalità e creatività dell'adattamento proposto all'attuale concept di comunicazione e key-visual della campagna e appeal del suo impatto visivo.   | 4 di cui:<br>4 = valutazione ottima<br>3 = valutazione buona<br>2 = valutazione sufficiente<br>1 = valutazione scarsa |
|   | Efficacia dell'adattamento grafico del key visual proposto e del concept di comunicazione per garantire gli obiettivi fissati nel Programma  | 8 di cui:<br>8 = valutazione ottima<br>6 = valutazione buona<br>4 = valutazione sufficiente<br>2 = valutazione scarsa |
|   | Declinazione del concept e del key visual strategico nei formati standard che saranno utilizzati   | 8 di cui:<br>8 = valutazione ottima<br>6 = valutazione buona<br>4 = valutazione sufficiente<br>2 = valutazione scarsa |
|   | Soluzioni tecniche adottate e qualità del materiale grafico proposto   | 4 di cui:<br>4 = valutazione ottima<br>3 = valutazione buona  |

|   |  |   |
|---|--|---|
|   |  | 2 = valutazione sufficiente<br>1 = valutazione scarsa   |
| APPROCCIO<br>METODOLOGICO E<br>ARTICOLAZIONE DELLE<br>ATTIVITA'<br>MAX 48 PUNTI | Completezza nella descrizione delle singole attività e relativa coerenza con la strategia proposta, con i gruppi destinatari e con gli indicatori di realizzazione e di risultato  | 20 di cui:<br>20 = valutazione ottima<br>15 = valutazione buona<br>10 = valutazione sufficiente<br>5 = valutazione scarsa |
|   | Qualità del Gruppo di lavoro proposto per le singole attività in termini di competenze e qualità dei profili professionali indicati nell'offerta tecnica. Esperienza in gestione ed organizzazione di servizi e attività di informazione, comunicazione e promozione analoghi a quelli richiesti dal bando di gara. Contatti operativi già in essere nel mercato target. | 16 di cui:<br>16 = valutazione ottima<br>12 = valutazione buona<br>8 = valutazione sufficiente<br>4 = valutazione scarsa  |
|   | Qualità e completezza degli output che saranno forniti (descrizione e quantificazione) e loro coerenza con gli indicatori di risultato   | 12 di cui:<br>12 = valutazione ottima<br>8 = valutazione buona<br>6 = valutazione sufficiente<br>2 = valutazione scarsa   |

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

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

## 8 – Svolgimento operazioni di gara e Commissione giudicatrice

**La Commissione giudicatrice verrà nominata ad hoc dopo** la scadenza del termine per la presentazione delle offerte e sarà costituita da un numero dispari pari a n. 5 (cinque) membri di cui tre soggetti interni all'organizzazione proponente e due componenti indipendenti con comprovata esperienza in: a) appalti pubblici e b) progetti di promozione ed internazionalizzazione / marketing e strategie di comunicazione

La Commissione si riunirà, presso la sede dell'Associazione L'Olivicola Cosentina Società Cooperativa – Via Cesare Marini n. 19 – 87100 Cosenza (CS), in data **26 gennaio 2024 alle ore 15.00** al fine di espletare le procedure di selezione.

**L'apertura delle buste (Busta A)** contenenti la documentazione amministrativa dei partecipanti alla Gara di Selezione, avrà luogo presso la sede sopra indicata **in data 26 gennaio 2024 alle ore 15.00 in sessione pubblica**. **A tale sessione** potrà assistere, **anche in remoto**, il rappresentante legale (o persona dallo stesso delegato per iscritto) di ognuno degli operatori economici partecipanti, presentando idoneo documento di riconoscimento in corso di validità. **Il link** attraverso il quale collegarsi in remoto **verrà inviato agli operatori che ne faranno richiesta**. **La richiesta dovrà essere inviata all'indirizzo e-mail: [op.assoco@gmail.com](mailto:op.assoco@gmail.com) indicando nell'oggetto "Richiesta link per sessione pubblica selezione OE EU OLIVE OIL US". Le richieste dovranno essere inviate dopo la scadenza fissata per la consegna dei plichi (ossia dopo le ore 12.00 del 25 gennaio 2024), ma non oltre le ore 13.00 del 26 gennaio 2024.** Per poter partecipare, in remoto, alla sessione pubblica



dovrà essere messa a disposizione copia scansionata del documento di identità del rappresentante legale dell'operatore economico o, in caso di persona delegata, copia della delega sottoscritta dal legale rappresentante ed accompagnata da copia del documento di identità dello stesso.

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

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

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

Sarà data tempestiva comunicazione a tutti i partecipanti sull'esito della Gara di Selezione a mezzo PEC o, nel caso di operatori non italiani, a mezzo e-mail. Più in particolare, verrà comunicato il nominativo e l'indirizzo dell'operatore economico aggiudicatario, con indicazione del voto complessivo ricevuto, e trasmessa la scheda di valutazione del destinatario della comunicazione.

I risultati saranno, inoltre, pubblicati sul sito dell'Associazione – [www.olivicolacosentina.com](http://www.olivicolacosentina.com), nonché sul portale TED – versione online del supplemento alla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea dedicato agli appalti pubblici - entro 7 giorni lavorativi dalla data di conclusione della procedura di selezione.

## **9 – Oneri a carico dell'Aggiudicatario**

Sono a carico dell'Aggiudicatario:

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

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

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

## **11 – Rapporti tra l'aggiudicatario e il Committente**

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

## **12 – Inadempienze**

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

## **13 – Decadenza e revoca dell'appalto**

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

- per mancato assolvimento degli obblighi contrattuali o di legge in materia di stipendi e compensi a favore del proprio personale e dei propri collaboratori;

- per manifesta inadempienza degli impegni assunti con il contratto di appalto;
- per inosservanza delle linee progettuali presentate e delle eventuali indicazioni integrative in ordine alla qualità del servizio.

#### **14 – Risoluzione unilaterale del contratto**

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

#### **15 – Spese contrattuali**

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

#### **16 – Contenzioso**

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

#### **17 - Diritti di proprietà e di utilizzazione**

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

#### **18 – Trattamento dei dati personali di terzi e riservatezza**

L'Aggiudicatario, durante l'esecuzione del contratto, si impegna a rispettare tutte le disposizioni contenute dalla normativa nazionale ed europea ivi comprese le disposizioni di cui al Dlgs 196/2003 e quelle previste dal Reg. (UE) 679/2016 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 (c.d. GDPR) e a garantire che le informazioni personali, patrimoniali, statistiche, anagrafiche e/o di qualsiasi altro genere, di cui verrà a conoscenza in ragione dei servizi affidati, saranno trattati con modalità adeguate e secondo procedure trasparenti. L'Aggiudicatario, durante e dopo l'esecuzione del contratto, si impegna a non fare uso diretto o indiretto delle informazioni di cui è venuto a conoscenza in ragione dei servizi affidati per ottenere vantaggi o altre utilità per sé o per soggetti terzi. In particolare, l'Aggiudicatario si deve impegnare a mantenere la massima riservatezza su tutte le informazioni, dati e circostanze riguardanti il Committente, anche successivamente alla conclusione del servizio.

#### **19 – Informativa sul trattamento dei dati personali**

In ossequio alle disposizioni di cui al Dlgs 196/2003 e quelle previste dal Reg. (UE) 679/2016 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 (c.d. GDPR), il Committente utilizzerà i dati raccolti contenuti nelle offerte al solo fine di procedere alla selezione dell'Organismo di esecuzione. I dati raccolti potranno essere utilizzati per l'adempimento di obblighi di legge, ivi compresi i controlli previsti dal Reg. (UE) 1144/2014 e dal Decreto direttoriale del 17 ottobre 2022 n. 0526288 - Dipartimento delle politiche competitive della qualità agroalimentare, della pesca e dell'ippica - DG promozione della qualità agroalimentare e dell'ippica che definisce i criteri che le organizzazioni non pubbliche devono rispettare nella selezione degli organismi di esecuzione per i programmi semplici" in relazione all'invito AGRIP-SIMPLE-2023.

I diritti dell'interessato sono fissati all'art 13 del Dlgs 196/2003 e possono essere esercitati ai sensi e per gli effetti del GDPR (Cfr artt 15 e 22).

Il Committente dichiara che in ordine al procedimento instaurato per la procedura di selezione:

- Le finalità del trattamento dei dati riguardano la verifica della capacità dei concorrenti di partecipare e aggiudicarsi la gara in oggetto.

- I dati forniti saranno raccolti, registrati, organizzati e conservati per il tempo strettamente necessario e per le finalità di gestione della gara; saranno trattati sia mediante supporti cartacei sia mediante tecnologie informatiche, anche successivamente all'eventuale instaurazione del rapporto contrattuale per le finalità del rapporto medesimo.

- La mancata indicazione dei dati richiesti obbligatoriamente comporta l'esclusione dalla presente gara.

- I dati potranno essere comunicati a: 1. Personale del Committente; 2. Componenti Commissione giudicatrice; 3. Commissione di verifica individuata dal MASAF; 4. Concorrenti che partecipano alla seduta pubblica di gara; 5. Tutti gli altri soggetti individuati come meritevoli o interessati ai sensi della normativa italiana e in particolare della Legge sul procedimento amministrativo n. 241/90.

- Soggetto attivo della raccolta dati è il Committente e il responsabile del trattamento è il Legale Rappresentante.

- L'interessato può esercitare i diritti previsti dal Dlgs 196/2003 e dal GDPR artt 15 e 22.

Titolare del trattamento dei dati: Graziella Scattarella.

Esercizio dei diritti: per ogni ulteriore informazione in materia di trattamento dei dati personali è possibile scrivere all'indirizzo [op.assoco@gmail.com](mailto:op.assoco@gmail.com)

## **20 – Conflitto di interessi**

Ai sensi e per gli effetti del Decreto del MASAF n. 640411 del 30 novembre 2023 che definisce i criteri che le organizzazioni non pubbliche devono rispettare nella selezione degli organismi di esecuzione per i programmi semplici" in relazione all'invito AGRIP-SIMPLE-2023; del Reg (UE) 1144/2014 Reg UE 1829/2015 - delegato; del Reg UE 1831/2015 - di esecuzione; 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; il Committente, 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.

## **21 – Responsabile Unico del Procedimento**

Responsabile unico del procedimento è Pierpaola Occhiuto.