

Sommario

BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI NEI PAESI TERZI DENOMINATO "EAT&THINK PINK - Say yes to the Best, Eat European Pig Meat!" – ACRONIMO "ETP" - INVITO A PRESENTARE PROPOSTE N. (2019/C 18/04) DEL 15.01.2018	3
CAPITOLATO TECNICO	3
1. INFORMAZIONI PRELIMINARI	3
2. NORMATIVA E DOCUMENTAZIONE DI RIFERIMENTO	3
3. INFORMAZIONI PRINCIPALI	4
3.1 PRODOTTI OGGETTO DI PROMOZIONE	4
3.2 ORGANISMO PROPONENTE	4
3.3 PAESI TARGET	4
3.4 OBIETTIVI GENERALI DEL PROGRAMMA	4
3.5 OBIETTIVI SPECIFICI DEL PROGRAMMA	4
3.6 TEMATICHE DA TRATTARE	4
3.7 GRUPPI TARGET	5
3.8 ATTIVITÀ DA REALIZZARE	5
3.9 DURATA DEL PROGRAMMA	5
3.10 BUDGET TOTALE	5
3.11 BUDGET COSTI AZIONI COMPRENSIVI DEL FEE ORGANISMO ESECUTORE PER IL QUALE VIENE INDETTO IL BANDO DI GARA	5
3.12 INIZIO DELLE ATTIVITÀ	5
3.13 SUDDIVISIONE IN LOTTI	5
4. OGGETTO DELL'APPALTO	5
4.1 DESCRIZIONE GENERALE DEL SERVIZIO	5
4.2 MODALITÀ DI ESECUZIONE	6
4.3 GRUPPO DI LAVORO	6
4.4 DURATA DEL SERVIZIO	6
4.6 TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ E INIZIATIVE DA REALIZZARE	7
5. PROCEDURA DI SCELTA DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE DEL PROGRAMMA	11
5.1 REQUISITI PER LA PARTECIPAZIONE ALLA GARA	11
5.2 CRITERI DI AGGIUDICAZIONE	12
6. TERMINI DI PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA	14
7. MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA	14
A) BUSTA A - DOCUMENTAZIONE AMMINISTRATIVA, che dovrà contenere:	14

B) BUSTA B - OFFERTA TECNICA, che dovrà contenere:	14
C) BUSTA C - OFFERTA ECONOMICA, che dovrà contenere:	15
8. SVOLGIMENTO OPERAZIONI DI GARA E COMMISSIONE GIUDICATRICE	16

BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI NEI PAESI TERZI DENOMINATO "EAT&THINK PINK - Say yes to the Best, Eat European Pig Meat!" – ACRONIMO "ETP" - INVITO A PRESENTARE PROPOSTE N. (2019/C 18/04) DEL 15.01.2018

CAPITOLATO TECNICO

1. INFORMAZIONI PRELIMINARI

O.P.A.S. (Organizzazione Prodotto Allevatori Suini) con sede legale in Via Ghisiolo 57 46030 San Giorgio Bigarello (MN) C.F. e P.IVA 02083530200, tel 0039 059 638611 e.mail_receprtion@opas-coop.it, PEC opas@legalmail.it, in qualità di organismo proponente del Programma triennale "EAT&THINK PINK - Say yes to the Best, Eat European Pig Meat!" (acronimo ETP), programma di informazione e promozione presentato alla Commissione Europea ai sensi dei Regg. 1144/2014, 1829/2015 e 1831/2015, in seguito all'Invito a Presentare Proposte 2019 Programmi Semplici pubblicato nella Gazzetta ufficiale dell'Unione europea 15.1.2019 n. (2019/C 18/04), e approvato con Decisione della Commissione Europea C(2019) 7432 del 21.10.2019;

ai sensi dei regolamenti suddetti e dell'"Invito a presentare proposte - Programmi semplici - Azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi", in conformità all'articolo 13 del Reg. (UE) n.1144/2014 e dell'art. 2 commi 1 e 2 del Reg. (UE) n.1829/2015, nonché alle indicazioni fornite con gli Orientamenti sulla procedura di gara di cui alla nota della Commissione europea DDG1.B5/MJ/DB D(2016)321077 del 7 luglio 2016 ed in conformità al DG PQAI - PQAI 05 - Prot. Uscita N.0014513 del 01/03/2019 relativo alla procedura di selezione degli organismi di esecuzione per i programmi semplici,

INDICE

un **bando di gara per la selezione, mediante Procedura Competitiva Aperta, di un organismo di esecuzione** incaricato della realizzazione delle azioni rivolte al raggiungimento degli obiettivi previsti nell'ambito del Programma triennale "EAT&THINK PINK - Say yes to the Best, Eat European Pig Meat!" (acronimo ETP), che si svolgerà nei seguenti Paesi Terzi: Giappone e Corea del Sud e che riguarderà i seguenti prodotti: carni suine fresche/refrigerate e congelate, cod. 0203 00 e relativi sottocodici; preparazioni a base di carni suine, cod. da 1601 00 a 1603 00 e relativi sottocodici.

Le Società/agenzie in possesso dei requisiti indicati nei Regg. UE sopra menzionati (a titolo non esaustivo: Agenzie o Società esperte in attività di PR, Promozione, Informazione, Organizzazione eventi, Pubblicità e Campagne Stampa, Attività presso i punti vendita) sono invitate a presentare un'offerta (proposta tecnica) sulla base delle indicazioni descritte nel presente documento al paragrafo "CAPITOLATO TECNICO".

2. NORMATIVA E DOCUMENTAZIONE DI RIFERIMENTO

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

- regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 22 ottobre 2014, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi e che abroga il regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio;

- regolamento delegato (UE) 2015/1829 della Commissione, del 23 aprile 2015, che integra il regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi;
- regolamento di esecuzione (UE) 2015/1831 della Commissione, del 7 ottobre 2015, recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi.
- Orientamenti sulla procedura di gara di cui alla nota della Commissione europea DDG1.B5/MJ/DB D(2016)321077 del 7 luglio 2016;
- DG PQAI - PQAI 05 - Prot. Uscita N.0014513 del 01/03/2019 relativo alla procedura di selezione degli organismi di esecuzione per i programmi semplici.

3. INFORMAZIONI PRINCIPALI

3.1 PRODOTTI OGGETTO DI PROMOZIONE

Carni suine fresche/refrigerate e congelate, cod. 0203 00 e relativi sottocodici; preparazioni a base di carni suine, cod. da 1601 00 a 1603 00 e relativi sottocodici.

3.2 ORGANISMO PROPONENTE

O.P.A.S. (Organizzazione Prodotto Allevatori Suini)

3.3 PAESI TARGET

Giappone, Corea del Sud

3.4 OBIETTIVI GENERALI DEL PROGRAMMA

In linea con gli obiettivi strategici fissati dalla Commissione nell'ambito del Regolamento (UE) 1144/2014 e con il Work Programme for 2019 per quanto concerne il topic *3 Information provision and promotion programmes targeting one or more of the following countries: China (compresi Hong-Kong e Macao) Giappone, Corea del Sud, Taiwan, Sud Est Asiatico e subcontinente Indiano*, l'azione "EAT&THINK PINK" si propone di migliorare la conoscenza e la reputazione della carne suina europea come prodotto contraddistinto da elevata qualità organolettica e nutritiva, tracciato e garantito sotto il profilo della sicurezza alimentare, del benessere animale e della sostenibilità ambientale. In particolare, si vuole raggiungere tale obiettivo presso specifici gruppi di operatori e consumatori in Giappone e Corea del Sud.

3.5 OBIETTIVI SPECIFICI DEL PROGRAMMA

Alla fine dell'azione della durata di 36 mesi si stima di avere n. 2.187.466 di persone (1.246.449 per il Giappone e 941.017 per la Corea Sud) che hanno incrementato il grado di conoscenza relativamente ai prodotti comunitari promossi e di attivare la commercializzazione dei prodotti dell'Organizzazione Proponente in questi due mercati tramite 1 acquirente per mercato target.

Tale numero esprime di fatto l'indicatore di impatto in termini di ritorno di informazioni dell'azione.

3.6 TEMATICHE DA TRATTARE

Come messaggio principale, si comunicherà la qualità della carne suina e dei prodotti a base di carne suina europei, sul piano della sicurezza degli alimenti, della tracciabilità (garantita da una filiera controllata), dell'etichettatura e degli aspetti nutrizionali e sanitari.

Accanto a tale messaggio principale, si comunicheranno anche la specificità dei metodi di produzione delle carni suine, il benessere degli animali, la sostenibilità ambientale e le caratteristiche intrinseche dei prodotti a base di carne suina (specialmente in termini di qualità, gusto, diversità e tradizione).

I messaggi indicheranno l'origine dei prodotti in linea con quanto previsto dai regolamenti e dalla convenzione, ovvero: mantenendo come messaggio principale quello dell'UE, indicando l'origine nazionale del prodotto senza oscurare il messaggio principale dell'UE ma integrandolo, riservando l'indicazione dell'origine solo al materiale visivo e non audio.

3.7 GRUPPI TARGET

1. OPERATORI, gruppo destinatario principale e diretto, così suddiviso:
 - a. operatori trade: importatori, distributori, retailers;
 - b. operatori media: stampa di settore, food&beverage, cucina, benessere, alimentazione, social media/web influencer;
 - c. operatori HoReCa: chef, operatori della ristorazione.
2. CONSUMATORI, gruppo destinatario indiretto, con particolare focus sugli adulti food lovers (25-54 anni), attenti alle tematiche del benessere, della salute e della cucina, di classe socio-economica medio alta, residenti nelle maggiori aree metropolitane di entrambi i mercati.

3.8 ATTIVITÀ DA REALIZZARE

Relazioni pubbliche (eventi stampa), Sito web, Social Media, Strumenti di comunicazione (materiali e video promozionali), Fiere, Seminari workshop incontri BtoB, Corsi di formazione per cuochi, viaggi studio in Europa, Ricerche e indagini di mercato.

3.9 DURATA DEL PROGRAMMA

36 mesi (suddiviso in 3 fasi annuali)

3.10 BUDGET TOTALE

€ 2.039.403,90

3.11 BUDGET COSTI AZIONI COMPRENSIVI DEL FEE ORGANISMO ESECUTORE PER IL QUALE VIENE INDETTO IL BANDO DI GARA

€ 1.569.377,50 così suddivisi:

€ 568.262,50 per il 1° anno, € 500.557,50 per il 2° anno, € 500.557,50 per il 3° anno.

Si precisa che i soggetti interessati a partecipare al presente bando di gara dovranno presentare un'offerta prendendo in considerazione il budget dei costi di € 1.569.377,50 comprensivo del compenso dell'organismo di esecuzione.

3.12 INIZIO DELLE ATTIVITÀ

Orientativamente **gennaio 2019**

3.13 SUDDIVISIONE IN LOTTI

IL programma **non è suddiviso in lotti.**

4. OGGETTO DELL'APPALTO

4.1 DESCRIZIONE GENERALE DEL SERVIZIO

Il servizio consiste nell'esecuzione del Programma.

L'organismo di esecuzione dovrà quindi assicurare:

- lo sviluppo e lo svolgimento del programma di durata triennale, a partire dalla sottoscrizione del contratto;
- la realizzazione delle attività informative e promozionali indicate successivamente tenendo conto delle informazioni riportate nel presente capitolato.

Lo sviluppo e l'esecuzione del Programma deve svolgersi in maniera coerente rispetto agli obiettivi ed alle tematiche da trattare, tenendo in considerazione le Priorità e gli obiettivi del Reg. UE 1144/2104, assicurando una chiara riconoscibilità al Programma e ai relativi soggetti promotori. Il servizio deve essere caratterizzato da un supporto tecnico e operativo qualificato.

4.2 MODALITÀ DI ESECUZIONE

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

Tutte le attività del Gruppo di lavoro devono essere concordate e condivise con l'organismo proponente. È previsto che uno o più componenti del Gruppo di lavoro siano disponibili per riunioni di monitoraggio mensili, per dare supporto operativo alle attività del piano che necessitano di essere svolte in stretto coordinamento con la struttura di riferimento; le decisioni ed i temi trattati in tali riunioni dovranno risultare da appositi verbali redatti dall'organismo proponente e messi a conoscenza via mail all'organismo esecutore.

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

4.3 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 variazioni e/o imprevisti che potranno determinarsi nel corso dello svolgimento del Programma.

L'organismo di esecuzione si impegna:

- a. ad adibire al servizio personale e/o collaboratori idonei, di comprovata 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;
- b. a garantire la stabilità e la continuità del servizio in ogni circostanza, assicurando personale quantitativamente e qualitativamente adeguato alle necessità e nel rispetto dei contenuti dell'offerta tecnica;
- c. a rispettare, nei confronti del proprio personale, i contratti di lavoro relativi al trattamento salariale, normativo, previdenziale ed assicurativo.
- d. a dare esecuzione al programma nei modi e tempi previsti anche dalla Convenzione di Sovvenzione.

4.4 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 dall'aggiudicazione 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.

4.6 TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ E INIZIATIVE DA REALIZZARE

Si riportano di seguito le attività previste e il relativo budget:

Pacchetto di lavoro	2. Relazioni pubbliche					
Gruppo o gruppi destinatari	Media, Influencers, Bloggers, Operatori					
Attività	EVENTI STAMPA					
Calendario	ANNO 1		ANNO 2		ANNO 3	
Prodotti/Servizi da fornire	Realizzazione: 2 eventi, 2 comunicati stampa (1 comunicato stampa all'anno per mercato) e 2 report evento (1 report eventi all'anno per mercato). Risultato: 40 pubblicazioni (20 pubblicazioni all'anno per mercato) e 20.000 visualizzazioni / readership (10.000 all'anno per mercato)		Realizzazione: 2 eventi, 2 comunicati stampa (1 comunicato stampa all'anno per mercato) e 2 report evento (1 report eventi all'anno per mercato). Risultato: 40 pubblicazioni (20 pubblicazioni all'anno per mercato) e 20.000 visualizzazioni / readership (10.000 all'anno per mercato)		Realizzazione: 2 eventi, 2 comunicati stampa (1 comunicato stampa all'anno per mercato) e 2 report evento (1 report eventi all'anno per mercato). Risultato: 40 pubblicazioni (20 pubblicazioni all'anno per mercato) e 20.000 visualizzazioni / readership (10.000 all'anno per mercato)	
	GIAPPONE		GIAPPONE		GIAPPONE	
Subtotale per l'attività EVENTI STAMPA JP	€	16.570,00	€	16.570,00	€	16.570,00
	COREA DEL SUD		COREA DEL SUD		COREA DEL SUD	
Subtotale per l'attività EVENTI STAMPA KR	€	13.765,00	€	13.765,00	€	13.765,00
Totale per WP 2 JP	€	16.570,00	€	16.570,00	€	16.570,00
Totale per WP 2 KR	€	13.765,00	€	13.765,00	€	13.765,00
Totale per WP 2	€	30.335,00	€	30.335,00	€	30.335,00

Pacchetto di lavoro	3. Sito web, social media					
Gruppi target	Consumatori e Operatori					
Attività	SITO WEB					
Calendario	ANNO 1		ANNO 2		ANNO 3	
Prodotti/servizi da fornire	Realizzazione: 1 sito web con 3 pagine (EN, JP & KR). Risultato: JP 5.000 visitatori KR 5.000 visitatori		Realizzazione: 1 sito web con 3 pagine (EN, JP & KR). Risultato: JP 15.000 visitatori KR 10.000 visitatori		Realizzazione: 1 sito web con 3 pagine (EN, JP & KR). Risultato: JP 20.000 visitatori KR 18.000 visitatori	
Analisi della dotazione	JAPAN		JAPAN		JAPAN	
Subtotale attività Sito Web JP	€	25.800,00	€	19.300,00	€	19.300,00
Attuazione	Organismo esecutore da selezionare					
Analisi della dotazione	COREA DEL SUD		COREA DEL SUD		COREA DEL SUD	
Subtotale attività Sito Web KR	€	21.500,00	€	15.500,00	€	15.500,00
Attuazione	Organismo esecutore da selezionare					
Subtotale attività Sito Web	€	47.300,00	€	34.800,00	€	34.800,00

Pacchetto di lavoro	3. Sito web, social media					
Gruppi target	Consumatori e Operatori					
Attività	SOCIAL MEDIA					
Calendario	ANNO 1		ANNO 2		ANNO 3	
Prodotti/servizi da fornire	GIAPPONE Realizzazione: 2 accounts (Facebook page, Instagram profile). Risultato : 10.000 followers e 1.000.000 visualizzazioni SOUTH KOREA Realizzazione: 1 account (NaverBlog account). Risultato: 8.000 followers e 500.000 visualizzazioni.		GIAPPONE Realizzazione: 2 accounts (Facebook page, Instagram profile). Risultato : 15.000 followers e 1.500.000 visualizzazioni SOUTH KOREA Realizzazione: 1 account (NaverBlog account). Risultato: 12.000 followers e 1.000.000 visualizzazioni.		GIAPPONE Realizzazione: 2 accounts (Facebook page, Instagram profile). Risultato : 20.000 followers e 2.000.000 visualizzazioni SOUTH KOREA Realizzazione: 1 account (NaverBlog account). Risultato: 18.000 followers e 1.500.000 visualizzazioni.	
Subtotale attività Social Media JP	GIAPPONE		GIAPPONE		GIAPPONE	
		€ 21.500,00		€ 18.500,00		€ 18.500,00
Attuazione	Organismo esecutore da selezionare					
Analisi attività	SOUTH KOREA		SOUTH KOREA		SOUTH KOREA	
Dotazione	SOUTH KOREA		SOUTH KOREA		SOUTH KOREA	
Subtotale attività Social Media KR		€ 14.800,00		€ 13.800,00		€ 13.800,00
Subtotale attività Social Media		€ 36.300,00		€ 32.300,00		€ 32.300,00
Totale per WP3 JP		€ 47.300,00		€ 37.800,00		€ 37.800,00
Totale per WP3 KR		€ 36.300,00		€ 29.300,00		€ 29.300,00
Totale per WP 3		€ 83.600,00		€ 67.100,00		€ 67.100,00

Pacchetto di lavoro	5. Strumenti di comunicazione					
Gruppi target	Operatori					
Attività	PUBBLICAZIONI, MEDIA KIT, ARTICOLI PROMOZIONALI					
Calendario	ANNO 1		ANNO 2		ANNO 3	
Prodotti/servizi da fornire	Realizzazione : 2.146 materiali prodotti. Risultato e impatto : 2.146 materiali distribuiti		Realizzazione: 2.146 materiali prodotti . Risultato e impatto : 2.146 materiali distribuiti		Realizzazione: 2.146 materiali prodotti . Risultato e impatto : 2.146 materiali distribuiti	
Subtotale attività		€ 22.467,50		€ 14.062,50		€ 14.062,50

Attività	VIDEO PROMOZIONALI					
Calendario	ANNO 1		ANNO 2		ANNO 3	
Prodotti/servizi da fornire	Realizzazione : 1 video (in JP e in KR). Risultato e impatto : dato che il video verrà trasmesso principalmente attraverso i canali digitali (sito Web e social media), questo indicatore coincide con gli indicatori dei risultati e dell'impatto del WP 3.					
Subtotale attività Video		€ 15.000,00		€ -		€ -

Pacchetto di lavoro	6. Eventi					
Gruppi target	Operatori: buyers, importatori, HORECA, distributori					
Attività	STAND FIERISTICI					
Calendario	ANNO 1		ANNO 2		ANNO 3	
Prodotti/servizi da fornire	FIERE - Realizzazione: partecipazione a 4 fiere (2 fiere per mercato per anno); Risultato e impatto : 200 operatori (50 per fiera per anno per mercato) contattati direttamente		FIERE - Realizzazione: partecipazione a 4 fiere (2 fiere per mercato per anno); Risultato e impatto : 200 operatori (50 per fiera per anno per mercato) contattati direttamente		FIERE - Realizzazione: partecipazione a 4 fiere (2 fiere per mercato per anno); Risultato e impatto : 200 operatori (50 per fiera per anno per mercato) contattati direttamente	
Analisi dotazione	GIAPPONE					
Subtotale per l'attività fiere JP		2	€ 57.880,00		2	€ 57.880,00
Analisi dotazione	SOUTH KOREA					
Subtotale per l'attività fiere KR		2	€ 48.560,00		2	€ 48.560,00
Subtotale per l'attività fiere			€ 106.440,00			€ 106.440,00

Attività	SEMINARI, WORKSHOP, INCONTRI TRA IMPRESE, CORSI DI FORMAZIONE COMMERCIALE O PER CUOCHI, ATTIVITA' NELLE SCUOLE								
Calendario	ANNO 1			ANNO 2			ANNO 3		
Prodotti/servizi da fornire	Workshop and B2B meetings Realizzazione : 4 eventi (2 x annox mercato). Risultato e impatto : 80 operatori (20 x evento x mercato) Corsi di formazione per cuochi Risultato : 4 eventi (2 x anno x mercato). Risultato e impatto : 80 operatori (20 x evento x mercato) Viaggi studio in Europa Risultato : 3 eventi (2 x anno x Japan, 1 x anno x Korea). Risultato e impatto : 45 operatori (15 x evento x mercato)			Workshop and B2B meetings Realizzazione : 4 eventi (2 x annox mercato). Risultato e impatto : 80 operatori (20 x evento x mercato) Corsi di formazione per cuochi Risultato : 4 eventi (2 x anno x mercato). Risultato e impatto : 80 operatori (20 x evento x mercato) Viaggi studio in Europa Risultato : 3 eventi (2 x anno x Japan, 1 x anno x Korea). Risultato e impatto : 45 operatori (15 x evento x mercato)			Workshop and B2B meetings Realizzazione : 4 eventi (2 x annox mercato). Risultato e impatto : 80 operatori (20 x evento x mercato) Corsi di formazione per cuochi Risultato : 4 eventi (2 x anno x mercato). Risultato e impatto : 80 operatori (20 x evento x mercato) Viaggi studio in Europa Risultato : 3 eventi (2 x anno x Japan, 1 x anno x Korea). Risultato e impatto : 45 operatori (15 x evento x mercato)		
GIAPPONE									
Subtotale per l'attività B2B meet./Workshops JP	2		€ 51.900,00	2		€ 51.900,00	2		€ 51.900,00
SOUTH KOREA									
Subtotale per l'attività B2B meet./Workshops KR	2		€ 41.640,00	2		€ 41.640,00	2		€ 41.640,00
Subtotale per l'attività B2B meet./Workshops			€ 93.540,00			€ 93.540,00			€ 93.540,00
JAPAN									
Analisi dotazione finanziaria									
Subtotale attività Corsi form per cuochi JP	2		€ 17.460,00	2		€ 17.460,00	2		€ 17.460,00
SOUTH KOREA									
Subtotale attività Corsi form per cuochi KR	2		€ 12.420,00	2		€ 12.420,00	2		€ 12.420,00
Subtotale attività Corsi formazione per cuochi			€ 29.880,00			€ 29.880,00			€ 29.880,00

Attività	VIAGGI STUDIO IN EUROPA								
Calendario	ANNO 1			ANNO 2			ANNO 3		
Prodotti/servizi da fornire	Realizzazione : 2 eventi incoming JP e 1 per KR. Risultato e impatto : 15 operatori per evento = 45 operatori in totale.			Realizzazione : 2 eventi incoming JP e 1 per KR . Risultato e impatto : 15 operatori per evento = 45 operatori in totale.			Realizzazione : 2 eventi incoming JP e 1 per KR . Risultato e impatto : 15 operatori per evento = 45 operatori in totale.		
GIAPPONE									
Subtotale per attività Viaggi studio EU JP	2		€ 109.320,00	2		€ 109.320,00	2		€ 109.320,00
SOUTH KOREA									
Subtotale per attività Viaggi studio EU KR	1		€ 49.880,00	1		€ 49.880,00	1		€ 49.880,00
Subtotale per attività Viaggi studio EU			€ 159.200,00			€ 159.200,00			€ 159.200,00
TOTALE WP 6 JP			€ 236.560,00			€ 236.560,00			€ 236.560,00
TOTALE WP 6 KR			€ 152.500,00			€ 152.500,00			€ 152.500,00
TOTALE WP 6			€ 389.060,00			€ 389.060,00			€ 389.060,00

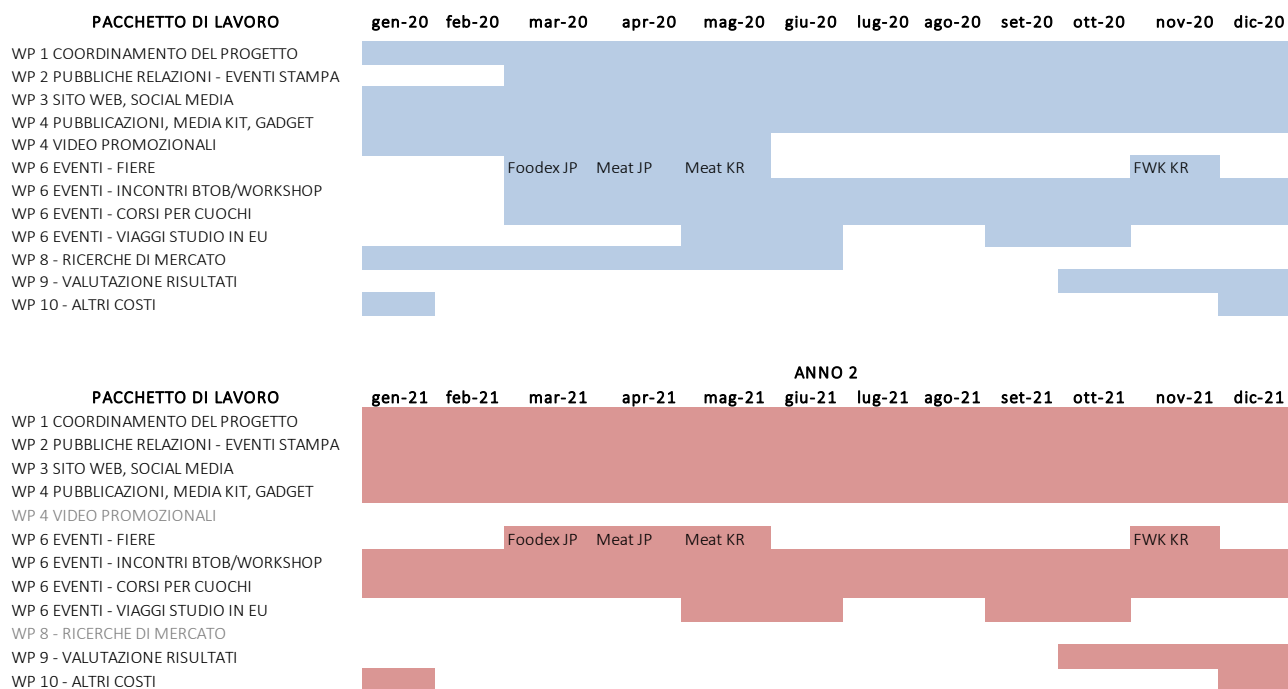
Pacchetto di lavoro	8. Altre attività		
Gruppi target	Operatori		
Attività	RICERCHE E INDAGINI DI MERCATO		
Calendario	ANNO 1		
Prodotti/servizi da fornire	Realizzazione : 2 focus groups, 2 store-checks. Risultato: 2 final reports		
Analisi della dotazione finanziaria	GIAPPONE		
		2	€ 16.800,00
Analisi della dotazione finanziaria	SOUTH KOREA		
		2	€ 11.000,00
Totale per il WP 8		4	€ 27.800,00

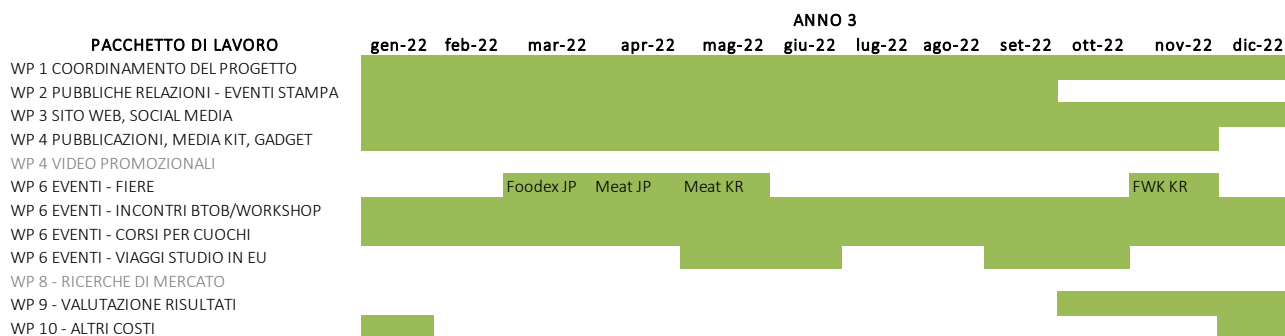
Si riporta anche il riepilogo dei costi per anno e per paese target:

Sintesi della dotazione finanziaria per paese target				
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3	TOTALE
Paese target: GIAPPONE	€ 411.523,75	€ 373.521,25	€ 376.321,25	€ 1.161.366,25
Paese target: COREA SUD	€ 306.258,75	€ 276.556,25	€ 279.356,25	€ 862.171,25
	€ 717.782,50	€ 650.077,50	€ 655.677,50	€ 2.023.537,50

Si riporta anche il cronoprogramma ipotizzato per il progetto.

Si ipotizza di attivare la campagna promozionale a partire dall'1 gennaio 2020 per una durata triennale (36 mesi), con conclusione delle attività entro il 31 dicembre 2022. In caso di valutazione positiva, la data di inizio delle attività sarà comunque successiva alla stipula della convenzione con l'Autorità Competente e il timing dovrà essere conseguentemente adeguato.





5. PROCEDURA DI SCELTA DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE DEL PROGRAMMA

5.1 REQUISITI PER LA PARTECIPAZIONE ALLA GARA

Gli operatori economici, anche stabiliti in altri Stati membri dell'Unione Europea, 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.

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

I concorrenti, **a pena di esclusione**, devono essere in possesso dei requisiti previsti nei punti seguenti.

5.1.1 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.

5.1.2 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 di esclusione dovrà essere attestata tramite la dichiarazione allegata (Allegato A), firmata dal legale rappresentante.

5.1.3 Requisiti di capacità economica e finanziaria

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione, deve allegare una documentazione attestante la capacità economica e finanziaria, a scelta tra le due seguenti possibilità:

- nell'ultimo bilancio approvato deve aver realizzato un fatturato globale non inferiore ad Euro 2.500.000,00 in lettere Euro duemilionicinquecentomila al netto dell'IVA, risultante dalle dichiarazioni IVA o imposta equivalente in ambito UE;
- deve essere in possesso di un'attestazione bancaria che evidenzi l'esistenza in capo allo stesso, dei mezzi finanziari necessari e idonei per assumere l'esecuzione delle azioni previste dal Programma.

Il possesso del requisito sopra indicato dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato A), firmata dal legale rappresentante o dalla dichiarazione in originale rilasciata dall'istituto bancario (attestazione bancaria).

Nel caso di ricorso allo strumento dell'avvalimento l'Allegato A nonché la restante documentazione richiesta dovranno essere prodotti anche dall'impresa ausiliaria.

5.1.4 Requisiti di capacità tecnica e professionale

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione, deve aver realizzato, in qualità di esecutore / prestatore di servizi:

- **almeno un progetto** in qualità di esecutore o mandatario in riferimento ai reg. UE n. 3/2008 e successive modifiche e integrazioni e/o reg. n.1144/2014 e relativi regolamenti applicativi, nel periodo di riferimento nel triennio 2016/2018;
- **almeno un progetto di promo-comunicazione** in un paese target indicato nel presente capitolato comprendente almeno un'attività prevista nel presente capitolato con un budget minimo di spesa non inferiore a € 300.000,00 (trecentomila/00), nel periodo di riferimento: quinquennio 2014/2018 (requisito valido anche con cumulo di più attività).

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato A), firmata dal legale rappresentante. Nel caso di ricorso allo strumento dell'avvalimento l'Allegato A nonché la restante documentazione richiesta dovranno essere prodotti anche dall'impresa ausiliaria.

5.2 CRITERI DI AGGIUDICAZIONE

Il contratto verrà affidato con il criterio del migliore rapporto qualità prezzo tenendo conto dell'offerta tecnica e dell'offerta economica.

In presenza di una sola offerta valida O.P.A.S. (Organizzazione Prodotto Allevatori Suini) ha facoltà di procedere o meno a 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.

Si tiene conto congiuntamente degli aspetti qualitativi del servizio e del prezzo, pertanto, i 100 punti complessivi saranno valutati nelle seguenti proporzioni:

- OFFERTA TECNICA: MASSIMO 80 PUNTI
- OFFERTA ECONOMICA: MASSIMO 20 PUNTI

Per ogni sottocriterio vengono inoltre stabiliti dei punteggi minimi al di sotto dei quali la domanda è da ritenersi esclusa.

Per l'assegnazione del punteggio vengono stabiliti i seguenti criteri con relativi sottocriteri.

Criteri	Sottocriteri	Punteggio massimo
1. STRATEGIA COMPLESSIVA	a) Articolazione della strategia: coerenza tra gli obiettivi previsti a progetto e la strategia adottata nei Paesi Target	10

	b) Coerenza della proposta grafica e del concept di comunicazione della campagna rispetto agli obiettivi e alle tematiche da trattare	10
	c) declinazione del concept a seconda del gruppo target n. 1 destinatario dei messaggi promozionali.	10
	d) declinazione del concept a seconda del gruppo target n. 2 destinatario dei messaggi promozionali.	10
Punteggi massimi attribuibili		40
2. APPROCCIO METODOLOGICO E ARTICOLAZIONE DELLE ATTIVITÀ	a) modalità di esecuzione delle azioni: descrizione delle modalità operative utilizzate per la prestazione dei servizi e relativa coerenza con le finalità e con gli obiettivi della campagna di comunicazione proposta e con il Programma	10
	b) modalità di raggiungimento degli obiettivi specifici indicati nel programma.	12
	c) coerenza con la strategia generale e le modalità esecutive degli interventi sopra proposti.	10
	d) Qualità del Gruppo di lavoro proposto per le singole attività in termini di expertise nella realizzazione di attività analoghe a quelle indicate nell'offerta tecnica.	8
Punteggi massimi attribuibili		40

Criteri	Sottocriteri	Punteggio massimo
1. ONORARIO	a) valutazione della congruità dell'onorario , espresso in giornate/uomo	20
	Punteggi massimi attribuibili	

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

- non riscontrabile 0
- valutazione insignificante 0,1
- valutazione appena sufficiente 0,2
- valutazione sufficiente 0,3
- valutazione tra sufficiente/discreta 0,4
- valutazione discreta 0,5
- valutazione tra discreta/buona 0,6
- valutazione buona 0,7

- valutazione tra buona/ottima 0,8
- valutazione ottima 0,9
- valutazione eccellente 1

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

Sulla base dei punteggi attribuiti alle offerte verrà stilata la graduatoria finale e individuato il concorrente aggiudicatario.

6. TERMINI DI PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA

La documentazione potrà essere redatta in lingua italiana o inglese, dovrà essere presentata in formato cartaceo e in formato elettronico – stampabile e copiabile su CD o chiavetta USB - a cura del partecipante alla gara entro e non oltre le ore 12.00 del 11/11/2019. Il recapito del plico rimane ad esclusivo rischio del mittente ove, per qualsiasi motivo, non giunga a destinazione entro il suddetto termine perentorio.

Tutti i documenti dovranno essere siglati dal partecipante alla Gara di Selezione.

Contestualmente all'invio del plico, le proposte dovranno essere anticipate, sempre entro e non oltre le ore 12.00 del 11/11/2019, via PEC.

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

O.P.A.S. Organizzazione Prodotto Allevatori Suini

Via Ghisiolo 57

46030 San Giorgio Bigarello (MN)

All'attenzione del dott. Antonio Rodà

Indirizzo PEC: opas@legalmail.it

Nell'oggetto della PEC scrivere quanto segue: Bando di Gara "EAT&THINK PINK - Say yes to the Best, Eat European Pig Meat!" e il nome dell'organismo/agenzia/società partecipante alla Gara di Selezione.

In questo caso si consiglia di mettere a disposizione un link al quale poter accedere per scaricare la documentazione. Il materiale verrà messo a disposizione, nel momento opportuno, del Comitato di valutazione che O.P.A.S. creerà per svolgere le attività di selezione.

7. MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA

Gli organismi interessati a partecipare al Bando di Gara per la selezione dell'Organismo esecutore dovranno, a pena di esclusione, far pervenire tutta la documentazione necessaria in un plico contenente 3 buste:

A) BUSTA A - DOCUMENTAZIONE AMMINISTRATIVA, che dovrà contenere:

1. Allegato A compilato e firmato dal legale rappresentante;
2. Lettera dell'Istituto bancario (solo qualora necessaria per soddisfare i requisiti di capacità economica e finanziaria);
3. 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).

B) BUSTA B - OFFERTA TECNICA, che dovrà contenere:

1. **PRESENTAZIONE DELL'OPERATORE ECONOMICO** partecipante alla Gara di Selezione:

- a. **Presentazione generale** in termini di: contatti, esperienze maturate nel settore della promozione/informazione su prodotti agricoli di alta qualità, esperienza nella realizzazione di eventi, fiere, attività di PR e Ufficio Stampa, elaborazione materiale promozionale/informativo, gestione siti web e social media.
- b. **Descrizione del gruppo di lavoro dedicato** alla realizzazione del Programma, per i cui componenti deve essere fornito il relativo profilo sintetico.

2. **STRATEGIA COMPLESSIVA** - L'operatore dovrà indicare per ogni punto sotto elencato le proprie iniziative e relative modalità di esecuzione e raggiungimento dei risultati e dovrà articolare la propria proposta attraverso tipologie di attività che ritiene maggiormente efficaci al perseguimento degli obiettivi progettuali utilizzando le sottostanti indicazioni:

- a. articolazione della strategia: descrizione della coerenza tra gli obiettivi previsti a progetto e la strategia adottata nel paese target;
- b. coerenza della proposta grafica e del concept di comunicazione della campagna rispetto agli obiettivi e alle tematiche da trattare;
- c. declinazione del concept a seconda del gruppo target n. 1 destinatario: OPERATORI (gruppo principale) dei messaggi promozionali;
- d. declinazione del concept a seconda del gruppo target n. 2 destinatario: CONSUMATORI (gruppo funzionale) dei messaggi promozionali.

3. **APPROCCIO METODOLOGICO E ARTICOLAZIONE DELLE ATTIVITÀ** - Per ogni tipologia di attività riportata nel capitolato e per specifico paese dovranno essere descritti gli specifici interventi che si intendono porre in essere per raggiungere gli obiettivi progettuali. Le attività e i relativi interventi dovranno essere coerenti con le strategie proposte per il paese target e con i relativi gruppi bersaglio individuati e dovranno essere declinati in funzione dei punti sotto riportati:

- a. modalità di esecuzione delle azioni: descrizione delle modalità operative utilizzate per la prestazione dei servizi e relativa coerenza con le finalità e con gli obiettivi della campagna di comunicazione proposta e con il Programma;
- b. modalità di raggiungimento degli obiettivi specifici indicati nel programma;
- c. coerenza con la strategia generale e le modalità esecutive degli interventi sopra proposti;
- d. qualità del Gruppo di lavoro proposto per le singole attività in termini di competenze e qualità dei profili professionali indicati nell'offerta tecnica.

I precedenti punti devono essere organizzati e presentati secondo i criteri e sottocriteri suddetti e per attività.

C) BUSTA C - OFFERTA ECONOMICA, che dovrà contenere:

1. **Onorario** dell'esecutore come di seguito descritto.

Per quanto riguarda i costi relativi all'onorario dell'organismo esecutore, questi dovranno essere dettagliati per ogni singola attività e presentati in forma di giornate/uomo in relazione ad ogni singola iniziativa.

Questi costi riguardano tutte le attività necessarie per l'organizzazione e realizzazione stessa delle attività (es.: selezione e contatto con i fornitori, ricerca dei prezzi, scelta delle location, prenotazioni, organizzazione degli eventi, ecc.).

Per ogni attività proposta dovranno essere dettagliati il più possibile i costi previsti, che dovranno essere indicati al netto dell'IVA.

Si richiede quindi la predisposizione, per ogni paese, di una tabella che riassume per anno i costi totali delle attività proposte e il relativo costo dell'onorario dell'agenzia. Si riporta una tabella d'esempio:

ATTIVITÀ SPECIFICA	COSTI ATTIVITÀ	QUANTIFICAZIONE ONORARIO	DETTAGLIO SERVIZI ORGANISMO ESECUZIONE

Ogni ulteriore servizio relativo al programma potrà essere dettagliato in maniera descrittiva in questa sezione.

Alla fine di questa tabella si dovranno riassumere il costo totale delle azioni (pari a 1.569.377,50 € - somma di tutte le attività/iniziativa proposte) e il costo totale dell'onorario (da definire da parte dell'operatore economico partecipante alla Gara – somma degli onorari previsti per ogni attività/iniziativa proposta indicati nella tabella di cui sopra).

Il compenso dell'organismo di esecuzione dovrà essere compreso tra un minimo del 8% ed un massimo del 12% del costo totale delle azioni e dovrà essere calcolato scorporandolo dal costo totale dell'azione.

8. SVOLGIMENTO OPERAZIONI DI GARA E COMMISSIONE GIUDICATRICE

Il Comitato di selezione, organo che verrà creato *ad hoc* dopo la scadenza del termine per la presentazione delle offerte appositamente per la valutazione e selezione delle proposte pervenute e costituito da rappresentanti dell'OP, si riunirà in data 12/11/2019 presso la sede di Carpi Via Guastalla 21/A, al fine di espletare le procedure di selezione.

Sarà data tempestiva comunicazione a tutti i partecipanti, sull'esito della Gara di Selezione, via PEC. I risultati verranno anche pubblicati sul sito di O.P.A.S. - <http://www.opas-coop.it/> entro il 13/11/2019.

Ulteriori informazioni possono essere richieste al seguente recapito:

dott. Antonio Rodà email: antonio.roda@opas-coop.it

dott.ssa Jotty Singh email jotty.singh@opas-coop.it

DOCUMENTI DI GARA:

- BANDO
- CAPITOLATO TECNICO
- ALLEGATO A