

---

## **CAPITOLATO TECNICO**

---

### 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 CHINA - Say yes to the Best, Eat European Pig Meat!" – ACRONIMO "ETPC" - INVITO A PRESENTARE PROPOSTE N. (2020/C 12/07) DEL 15.01.2020

1. INFORMAZIONI PRELIMINARI.....	2
2. NORMATIVA E DOCUMENTAZIONE DI RIFERIMENTO.....	3
3. INFORMAZIONI PRINCIPALI .....	3
3.1 PRODOTTI OGGETTO DI PROMOZIONE .....	3
3.2 ORGANISMO PROPONENTE.....	3
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 COMPRESIVI 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 .....	7
4.3 GRUPPO DI LAVORO .....	7
4.4 DURATA DEL SERVIZIO.....	7
4.6 TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ E INIZIATIVE DA REALIZZARE.....	8

5. PROCEDURA DI SCELTA DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE DEL PROGRAMMA .....	12
5.1 REQUISITI PER LA PARTECIPAZIONE ALLA GARA .....	12
5.1.1 Requisiti di idoneità.....	13
5.1.2 Inesistenza di cause di esclusione dalla partecipazione alla Gara .....	13
5.1.3 Requisiti di capacità economica e finanziaria .....	13
5.1.4 Requisiti di capacità tecnica e professionale.....	14
5.2 CRITERI DI AGGIUDICAZIONE .....	14
6. TERMINI DI PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA .....	16
7. MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA.....	17
A) BUSTA A - DOCUMENTAZIONE AMMINISTRATIVA, che dovrà contenere:.....	17
B) BUSTA B - OFFERTA TECNICA, .....	17
1. PRESENTAZIONE DELL'OPERATORE ECONOMICO partecipante alla Gara di Selezione:.....	17
2. STRATEGIA COMPLESSIVA .....	17
3. APPROCCIO METODOLOGICO E ARTICOLAZIONE DELLE ATTIVITÀ .....	18
4. CAPACITA' OPERATIVA.....	18
C) BUSTA C - OFFERTA ECONOMICA, .....	18
8. SVOLGIMENTO OPERAZIONI DI GARA E COMITATO GIUDICANTE.....	19
9 - TRATTAMENTO DEI DATI.....	19

**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 CHINA - Say yes to the Best, Eat European Pig Meat!" – ACRONIMO "ETPC" - INVITO A PRESENTARE PROPOSTE N. (2020/C 12/07) DEL 15.01.2020**

## **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 reception@opas-coop.it, PEC opas@legalmail.it, in qualità di organismo proponente del Programma triennale "EAT&THINK PINK CHINA - Say yes to the Best, Eat European Pig Meat!" (acronimo ETPC), 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 2020 Programmi Semplici pubblicato nella Gazzetta ufficiale dell'Unione europea 15.1.2020 n. (2020/C 12/07), e approvato con Decisione della Commissione Europea C (2020) 8663 del 14.12.2020;

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 CHINA- Say yes to the Best, Eat European Pig Meat!" (acronimo ETPC), che si svolgerà nel Paese Terzo Cina compresa l'area di Hong Kong 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.

## 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;
- Decreto del Direttore Generale del Dipartimento delle politiche competitive, della qualità agroalimentare, ippiche e della pesca, Direzione generale per la promozione della qualità agroalimentare e dell'ippica PQAI V del Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali: 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**

Cina compresa l'area di Hong Kong

### **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 2020 per quanto concerne il topic 3 *Azioni di informazione e di promozione destinate a uno o più dei seguenti paesi: Cina (compresi Hong Kong e Macao), Giappone, Corea del Sud, Taiwan, regione del sud-est asiatico o Asia meridionale*, l'azione "EAT&THINK PINK CHINA" 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 Cina, compresa l'area di Hong Kong.

### **3.5 OBIETTIVI SPECIFICI DEL PROGRAMMA**

Alla fine dell'azione della durata di 36 mesi si stima di avere n. 1.383.317 di persone che hanno incrementato il grado di conoscenza relativamente ai prodotti comunitari promossi e di attivare la commercializzazione dei prodotti dell'Organizzazione Proponente in questo mercato.

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

Gli organismi (società, agenzie, etc.) che intendono partecipare al presente Bando di Gara per la selezione dell'organismo esecutore dovranno elaborare un corpus di attività e iniziative (compresi materiali informativi e promozionali) che siano coerenti con una strategia ben identificata e mirata, in considerazione degli obiettivi da raggiungere, delle caratteristiche del paese target, dei gruppi bersaglio delle iniziative, della durata del Programma e delle risorse finanziarie a disposizione.

### **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.

L'azione è concepita in stretta sinergia con l'azione attualmente in corso di realizzazione "EAT&THINK PINK" (acronimo ETP, rivolta ai mercati di Giappone e Corea del Sud di durata triennale a partire dall'1/2/2020) e ne intende riproporre il messaggio principale anche in Cina, con i dovuti adattamenti e specifiche.

In merito alla formula comunicativa, considerato che l'azione qui proposta è concepita come complemento ed estensione dell'azione ETP in corso in Giappone e Corea Sud, si intende utilizzare i medesimi naming e pay-off: EAT&THINK PINK – Say yes to the Best, Eat European Pig Meat!

### **3.7 GRUPPI TARGET**

1. OPERATORI, così suddiviso:
  - a. operatori trade: importatori, distributori, retailers;
  - b. operatori media e KOL: stampa di settore, food&beverage, cucina, benessere, alimentazione, Key Opinion Leader, social media/web influencer;
  - c. operatori HoReCa: chef e operatori della ristorazione;
  - d. operatori sportivi: medici sportivi, nutrizionisti, staff tecnico, sportivi professionisti;
2. CONSUMATORI, 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, Pubblicità, Strumenti di comunicazione (materiali e video promozionali), Fiere, Seminari, Corsi di formazione per cuochi, viaggi studio in Europa, Promozione presso i punti vendita, Ricerche e indagini di mercato.

### **3.9 DURATA DEL PROGRAMMA**

36 mesi (suddiviso in 3 fasi della durata di 12 mesi ciascuna)

### **3.10 BUDGET TOTALE**

3.672.238,10 €

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

€ 2.839.155,00 così suddivisi:

€ 996.925,00 per il 1° anno, € 921.115,00 per il 2° anno, € 921.115,00 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 € 2.839.155,00 comprensivo del compenso dell'organismo di esecuzione.

### **3.12 INIZIO DELLE ATTIVITÀ**

Orientativamente **maggio 2021**

### **3.13 SUDDIVISIONE IN LOTTI**

IL programma **non è suddiviso in lotti** in quanto risulta più efficiente ed efficace per l'esecuzione del servizio, l'individuazione di un unico appaltatore, che possa svolgere tutte le attività previste dal Programma in oggetto.

## **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 tra O.P.A.S. e l'Organismo di esecuzione;

- la realizzazione delle attività informative e promozionali indicate successivamente tenendo conto delle informazioni riportate nel presente capitolato.
- la gestione finanziario-amministrativa dei pacchetti di lavoro che compongono il Programma, comprensiva delle relazioni tecniche periodiche, della relazione tecnica finale e tutta la documentazione necessaria per la rendicontazione.

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. a costituire e rendere disponibile un adeguato team di progetto (le persone che si occuperanno direttamente del lavoro da svolgere), nel rispetto dei requisiti di partecipazione;
- b. 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;
- c. 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;
- d. a rispettare, nei confronti del proprio personale, i contratti di lavoro relativi al trattamento salariale, normativo, previdenziale ed assicurativo.
- e. 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		
Gruppi destinatari	Diretto: operatori media (stampa on e off line, influencer, blogger). Indiretto: operatori trade e HoReCa, consumatori		
Attività	EVENTI STAMPA		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/Servizi da fornire	<i>Realizzazione:</i> 6 eventi e 6 comunicati stampa. <i>Risultato:</i> 120 operatori in totale (20 operatori all'anno per evento), 120 pubblicazioni, 500.000 readership/visualizzazioni	<i>Realizzazione:</i> 6 eventi e 6 comunicati stampa. <i>Risultato:</i> 120 operatori in totale (20 operatori all'anno per evento), 120 pubblicazioni, 500.000 readership/visualizzazioni	<i>Realizzazione:</i> 6 eventi e 6 comunicati stampa. <i>Risultato:</i> 120 operatori in totale (20 operatori all'anno per evento), 120 pubblicazioni, 500.000 readership/visualizzazioni
Subtotale per l'attività EVENTI STAMPA	€ 119.440,00	€ 119.440,00	€ 119.440,00
TOTALE WP2	€ 119.440,00	€ 119.440,00	€ 119.440,00
Attuazione	Organismo esecutore da selezionare		

Pacchetto di lavoro	3. Sito web, social media		
Gruppi destinatari	Consumatori e Operatori		
Attività	SITO WEB		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	<i>Realizzazione:</i> 1 sito web con 2 pagine (ENG, CH). <i>Risultato:</i> 30.000 visualizzazioni	<i>Realizzazione:</i> 1 sito web con 2 pagine (ENG, CH). <i>Risultato:</i> 30.000 visualizzazioni	<i>Realizzazione:</i> 1 sito web con 2 pagine (ENG, CH). <i>Risultato:</i> 40.000 visualizzazioni
Subtotale attività Sito Web	€ 24.200,00	€ 15.000,00	€ 15.000,00
Attuazione	Organismo esecutore da selezionare		
Attività	SOCIAL MEDIA		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	<i>Realizzazione:</i> 3 accounts (WeChat e Weibo in Cina e Facebook a Hong Kong). <i>Risultato:</i> 575.000 visualizzazioni, 28.750 likers/followers totali	<i>Realizzazione:</i> 3 accounts (WeChat e Weibo in Cina e Facebook a Hong Kong). <i>Risultato:</i> 575.000 visualizzazioni, 28.750 likers/followers totali	<i>Realizzazione:</i> 3 accounts (WeChat e Weibo in Cina e Facebook a Hong Kong). <i>Risultato:</i> 575.000 visualizzazioni, 28.750 likers/followers totali
Subtotale attività Social Media	€ 57.200,00	€ 44.500,00	€ 44.500,00
Attuazione	Organismo esecutore da selezionare		
Totale per WP 3	€ 81.400,00	€ 59.500,00	€ 59.500,00



Pacchetto di lavoro	4. Pubblicità		
Gruppi destinatari	Consumatori		
Attività	SOCIAL MEDIA ADVERTISING		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	<b>Realizzazione:</b> 10 post sponsorizzati su WeChat e Facebook. <b>Risultato:</b> 500.000 visualizzazioni totali e 25.000 likers/followers totali (compresi nel totale risultato WP3 SOCIAL MEDIA)	<b>Realizzazione:</b> 10 post sponsorizzati su WeChat e Facebook. <b>Risultato:</b> 500.000 visualizzazioni totali e 25.000 likers/followers totali (compresi nel totale risultato WP3 SOCIAL MEDIA)	<b>Realizzazione:</b> 10 post sponsorizzati su WeChat e Facebook. <b>Risultato:</b> 500.000 visualizzazioni totali e 25.000 likers/followers totali (compresi nel totale risultato WP3 SOCIAL MEDIA)
Subtotale attività SOCIAL MEDIA ADV	€ 20.000,00	€ 20.000,00	€ 20.000,00
Attuazione	Organismo esecutore da selezionare		
Attività	ONLINE ADVERTISING SU BAIDU		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	<b>Realizzazione:</b> 1 campagna pay per click annuale su Baidu <b>Risultato:</b> 10.000 click, 3 post sponsorizzati	<b>Realizzazione:</b> 1 campagna pay per click annuale su Baidu <b>Risultato:</b> 10.000 click, 3 post sponsorizzati	<b>Realizzazione:</b> 1 campagna pay per click annuale su Baidu <b>Risultato:</b> 10.000 click, 3 post sponsorizzati
Subtotale attività ONLINE ADV SU BAIDU	€ 10.250,00	€ 10.250,00	€ 10.250,00
Attuazione	Organismo esecutore da selezionare		
Totale per WP4	€ 30.250,00	€ 30.250,00	€ 30.250,00

Pacchetto di lavoro	5. Strumenti di comunicazione		
Gruppi destinatari	Operatori e consumatori		
Attività	PUBBLICAZIONI, MATERIALI INFORMATIVI AD USO DEI MEZZI DI INFORMAZIONE (MEDIA KIT), ARTICOLI PROMOZIONALI		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	<b>Realizzazione:</b> 60.651 materiali e gadget prodotti <b>Risultato:</b> 60.651 materiali e gadget utilizzati/distribuiti	<b>Realizzazione:</b> 60.652 materiali e gadget prodotti <b>Risultato ed impatto:</b> 60.652 materiali e gadget utilizzati/distribuiti	<b>Realizzazione:</b> 60.652 materiali e gadget prodotti <b>Risultato ed impatto:</b> 60.652 materiali e gadget utilizzati/distribuiti
Subtotale attività materiali	€ 134.915,00	€ 125.005,00	€ 125.005,00
Attuazione	Organismo esecutore da selezionare		

Pacchetto di lavoro	5. Strumenti di comunicazione		
Gruppi destinatari	Operatori e consumatori		
Attività	VIDEO PROMOZIONALI		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	<b>Realizzazione:</b> 11 video di 1/2 minuti (in CH e ENG) informativi e promozionali. <b>Risultato:</b> 302.500 visualizzazioni	<b>Realizzazione:</b> 10 video di 1/2 minuti (in CH e ENG) informativi e promozionali. <b>Risultato:</b> 302.500 visualizzazioni	<b>Realizzazione:</b> 10 video di 1/2 minuti (in CH e ENG) informativi e promozionali. <b>Risultato:</b> 302.500 visualizzazioni
Subtotale attività Video	€ 33.000,00	€ 27.500,00	€ 27.500,00
Attuazione	Organismo esecutore da selezionare		
Totale per WP 5	€ 167.915,00	€ 152.505,00	€ 152.505,00

Pacchetto di lavoro	<b>6. Eventi</b>		
Gruppi target	<i>Operatori: buyers, importatori, HORECA, distributori, cuochi, operatori sportivi, stampa</i>		
Attività	<b>STAND FIERISTICI</b>		
Calendario	<b>ANNO 1</b>	<b>ANNO 2</b>	<b>ANNO 3</b>
Prodotti/servizi da fornire	<i>Realizzazione: partecipazione a 8 fiere Risultato: 400 operatori (50 per fiera per anno per mercato) contattati direttamente</i>	<i>Realizzazione: partecipazione a 8 fiere Risultato: 400 operatori (50 per fiera per anno per mercato) contattati direttamente</i>	<i>Realizzazione: partecipazione a 8 fiere Risultato: 400 operatori (50 per fiera per anno per mercato) contattati direttamente</i>
Subtotale per l'attività FIERE	<b>185.260,00 €</b>	<b>185.260,00 €</b>	<b>185.260,00 €</b>
Attuazione	<i>Organismo esecutore da selezionare</i>		

Pacchetto di lavoro	<b>6. Eventi</b>		
Gruppi target	<i>Operatori: buyers, importatori, HORECA, distributori, cuochi, operatori sportivi, stampa</i>		
Attività	<b>SEMINARI, WORKSHOP, INCONTRI TRA IMPRESE, CORSI DI FORMAZIONE COMMERCIALE O PER CUOCHI, ATTIVITA' NELLE SCUOLE</b>		
Calendario	<b>ANNO 1</b>	<b>ANNO 2</b>	<b>ANNO 3</b>
Prodotti/servizi da fornire	<i><b>CORSI FORMAZIONE PER CUOCHI</b> Realizzazione: 3 eventi Risultato: 60 operatori (20 per evento) SEMINARI Realizzazione: 1 evento. Risultato: 40 operatori partecipanti di cui 35 operatori professionisti sportivi (preparatori sportivi, nutrizionisti,etc) e 5 operatori media, 10 pubblicazioni e 250.000 readership/visualizzazioni</i>	<i><b>CORSI FORMAZIONE PER CUOCHI</b> Realizzazione: 3 eventi Risultato: 60 operatori (20 per evento) SEMINARI Realizzazione: 1 evento. Risultato: 40 operatori partecipanti di cui 35 operatori professionisti sportivi (preparatori sportivi, nutrizionisti,etc) e 5 operatori media, 10 pubblicazioni e 250.000 readership/visualizzazioni</i>	<i><b>CORSI FORMAZIONE PER CUOCHI</b> Realizzazione: 3 eventi Risultato: 60 operatori (20 per evento) SEMINARI Realizzazione: 1 evento. Risultato: 40 operatori partecipanti di cui 35 operatori professionisti sportivi (preparatori sportivi, nutrizionisti,etc) e 5 operatori media, 10 pubblicazioni e 250.000 readership/visualizzazioni</i>
Subtotale attività CORSI FORMAZIONE CUOCHI	€ <b>37.985,00</b>	€ <b>37.985,00</b>	€ <b>37.985,00</b>
Attuazione	<i>Organismo esecutore da selezionare</i>		
Subtotale attività SEMINARI	€ <b>32.795,00</b>	€ <b>32.795,00</b>	€ <b>32.795,00</b>
Subtotale attività SEMINARI E CORSI CUOCHI	€ <b>70.780,00</b>	€ <b>70.780,00</b>	€ <b>70.780,00</b>
Attuazione	<i>Organismo esecutore da selezionare</i>		

Pacchetto di lavoro	<b>6. Eventi</b>		
Gruppi target	<i>Operatori: buyers, importatori, HORECA, distributori, cuochi, operatori sportivi, stampa</i>		
Attività	<b>VIAGGI STUDI IN EUROPA</b>		
Calendario	<b>ANNO 1</b>	<b>ANNO 2</b>	<b>ANNO 3</b>
Prodotti/servizi da fornire	<i>Realizzazione: 2 incoming. Risultato: 30 operatori</i>	<i>Realizzazione: 2 incoming. Risultato: 30 operatori</i>	<i>Realizzazione: 2 incoming. Risultato: 30 operatori</i>
Subtotale per attività VIAGGI STUDIO IN EU	€ <b>141.200,00</b>	€ <b>141.200,00</b>	€ <b>141.200,00</b>
Attuazione	<i>Organismo esecutore da selezionare</i>		
TOTALE WP 6	€ <b>397.240,00</b>	€ <b>397.240,00</b>	€ <b>397.240,00</b>

Pacchetto di lavoro	<b>7. PROMOZIONI NEI PUNTI VENDITA</b>		
Gruppi target	Consumatori finali		
Attività	<b>GIORNATE DI DEGUSTAZIONE</b>		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	<i>Realizzazione:</i> 4 Catene di supermercati, 36 punti vendita e 144 giornate di attività informative/promozionali <b>Risultato:</b> 14.400 consumatori contattati direttamente.	<i>Realizzazione:</i> 4 Catene di supermercati, 36 punti vendita e 144 giornate di attività informative/promozionali <b>Risultato:</b> 14.400 consumatori contattati direttamente.	<i>Realizzazione:</i> 4 Catene di supermercati, 36 punti vendita ciascuna e 144 giornate di attività informative/promozionali <b>Risultato:</b> 14.400 consumatori contattati direttamente.
Subtotale attività GIORNATE DI DEGUSTAZIONE	€ 162.180,00	€ 162.180,00	€ 162.180,00
TOTALE WP7	€ 162.180,00	€ 162.180,00	€ 162.180,00
Attuazione	Organismo esecutore da selezionare		

Pacchetto di lavoro	<b>8. Altre attività</b>
Gruppi target	Operatori
Attività	<b>RICERCHE E INDAGINI DI MERCATO</b>
Calendario	ANNO 1
Prodotti/servizi da fornire	<i>Realizzazione:</i> 2 focus groups, 2 store-checks. <b>Risultato:</b> 2 report finali
Totale per il WP 8	€ 38.500,00
Attuazione	Organismo esecutore da selezionare

Si riporta anche il riepilogo dei costi per anno.

WP	ATTIVITA'	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3	TOTALE 3 ANNI
WP2 - RELAZIONI PUBBLICHE	EVENTI STAMPA	119.440,00 €	119.440,00 €	119.440,00 €	358.320,00 €
	<b>TOTALE WP2</b>	<b>119.440,00 €</b>	<b>119.440,00 €</b>	<b>119.440,00 €</b>	<b>358.320,00 €</b>
WP3 - SITO WEB, SOCIAL MEDIA	SITO WEB	24.200,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	54.200,00 €
	SOCIAL MEDIA	57.200,00 €	44.500,00 €	44.500,00 €	146.200,00 €
	<b>TOTALE WP3</b>	<b>81.400,00 €</b>	<b>59.500,00 €</b>	<b>59.500,00 €</b>	<b>200.400,00 €</b>
WP4 - PUBBLICITA'	SOCIAL MEDIA ADV	20.000,00 €	20.000,00 €	20.000,00 €	60.000,00 €
	ON LINE	10.250,00 €	10.250,00 €	10.250,00 €	30.750,00 €
	<b>TOTALE WP4</b>	<b>30.250,00 €</b>	<b>30.250,00 €</b>	<b>30.250,00 €</b>	<b>90.750,00 €</b>
WP5 - STRUMENTI DI COMUNICAZIONE	MATERIALI	134.915,00 €	125.005,00 €	125.005,00 €	384.925,00 €
	VIDEO	33.000,00 €	27.500,00 €	27.500,00 €	88.000,00 €
	<b>TOTALE WP5</b>	<b>167.915,00 €</b>	<b>152.505,00 €</b>	<b>152.505,00 €</b>	<b>472.925,00 €</b>
WP6 - EVENTI	FIERE	185.260,00 €	185.260,00 €	185.260,00 €	555.780,00 €
	SEMINARI	32.795,00 €	32.795,00 €	32.795,00 €	98.385,00 €
	CORSI FORMAZIONE CUOCHI	37.985,00 €	37.985,00 €	37.985,00 €	113.955,00 €
	VIAGGI STUDIO IN EU - INCOMING	141.200,00 €	141.200,00 €	141.200,00 €	423.600,00 €
	<b>TOTALE WP6</b>	<b>397.240,00 €</b>	<b>397.240,00 €</b>	<b>397.240,00 €</b>	<b>1.191.720,00 €</b>
WP7 - PROMOZIONE NEI PUNTI VENDITA	GIORNATE DI DEGUSTAZIONE	162.180,00 €	162.180,00 €	162.180,00 €	486.540,00 €
	<b>TOTALE WP7</b>	<b>162.180,00 €</b>	<b>162.180,00 €</b>	<b>162.180,00 €</b>	<b>486.540,00 €</b>
WP8 - ALTRE ATTIVITA'	RICERCHE ED INDAGINI DI MERCATO	38.500,00 €	- €	- €	38.500,00 €
	<b>TOTALE WP8</b>	<b>38.500,00 €</b>	<b>- €</b>	<b>- €</b>	<b>38.500,00 €</b>
<b>TOTALE TUTTI I WP</b>		<b>996.925,00 €</b>	<b>921.115,00 €</b>	<b>921.115,00 €</b>	<b>2.839.155,00 €</b>

Si riporta anche il cronoprogramma ipotizzato per il progetto.

Si ipotizza di attivare la campagna promozionale a partire da maggio 2021 per una durata triennale (36 mesi, suddivisa in periodi di 12 mesi ciascuno), con conclusione delle attività entro il 30 aprile 2024. 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.

PACCHETTO DI LAVORO	ANNO 1											
	mag-21	giu-21	lug-21	ago-21	set-21	ott-21	nov-21	dic-21	gen-22	feb-22	mar-22	apr-22
WP 1 COORDINAMENTO DEL PROGETTO												
WP 2 PUBBLICHE RELAZIONI - EVENTI STAMPA												
WP 3 SITO WEB, SOCIAL MEDIA												
WP 4 PUBBLICITA' - ON-LINE												
WP 5 PUBBLICAZIONI, MEDIA KIT, GADGET												
WP 5 VIDEO PROMOZIONALI												
WP 6 EVENTI - FIERE	SIAL SHANGHAI		AIFE PECHINO	HKTRADE DC Food Expo	FOOD2CHINA		China International Import Export Shanghai (prima metà novembre) e FHC Shanghai (seconda metà novembre)	HOTELEX GUANGZHOU   Hong Kong Food Festival				
WP 6 EVENTI - SEMINARI												
WP 6 EVENTI - CORSI PER CUOCHI												
WP 6 EVENTI - VIAGGI STUDIO IN EU												
WP 7 PROMOZIONE NEI PUNTI VENDITA - GIORNATE DI DEGUSTAZIONE												
WP 8 - RICERCHE DI MERCATO												
WP 9 - VALUTAZIONE RISULTATI												
WP 10 - ALTRI COSTI												

PACCHETTO DI LAVORO	ANNO 2											
	mag-22	giu-22	lug-22	ago-22	set-22	ott-22	nov-22	dic-22	gen-23	feb-23	mar-23	apr-23
WP 1 COORDINAMENTO DEL PROGETTO												
WP 2 PUBBLICHE RELAZIONI - EVENTI STAMPA												
WP 3 SITO WEB, SOCIAL MEDIA												
WP 4 PUBBLICITA' - ON-LINE												
WP 5 PUBBLICAZIONI, MEDIA KIT, GADGET												
WP 5 VIDEO PROMOZIONALI												
WP 6 EVENTI - FIERE	SIAL SHANGHAI		AIFE PECHINO	HKTRADE DC Food Expo	FOOD2CHINA		China International Import Export Shanghai (prima metà novembre) e FHC Shanghai (seconda metà novembre)	Hong Kong Food Festival (annuale)	ANUFOOD SHENZHEN 2022 DATA DA DEFINIRE			
WP 6 EVENTI - SEMINARI												
WP 6 EVENTI - CORSI PER CUOCHI												
WP 6 EVENTI - VIAGGI STUDIO IN EU												
WP 7 PROMOZIONE NEI PUNTI VENDITA - GIORNATE DI DEGUSTAZIONE												
WP 8 - RICERCHE DI MERCATO												
WP 9 - VALUTAZIONE RISULTATI												
WP 10 - ALTRI COSTI												

PACCHETTO DI LAVORO	ANNO 3											
	mag-23	giu-23	lug-23	ago-23	set-23	ott-23	nov-23	dic-23	gen-24	feb-24	mar-24	apr-24
WP 1 COORDINAMENTO DEL PROGETTO												
WP 2 PUBBLICHE RELAZIONI - EVENTI STAMPA												
WP 3 SITO WEB, SOCIAL MEDIA												
WP 4 PUBBLICITA' - ON-LINE												
WP 5 PUBBLICAZIONI, MEDIA KIT, GADGET												
WP 5 VIDEO PROMOZIONALI												
WP 6 EVENTI - FIERE	SIAL SHANGHAI		AIFE PECHINO	HKTRADE DC Food Expo	FOOD2CHINA		China International Import Export Shanghai (prima metà novembre) e FHC Shanghai (seconda metà novembre)	HOTELEX GUANGZHOU   Hong Kong Food Festival				
WP 6 EVENTI - SEMINARI												
WP 6 EVENTI - CORSI PER CUOCHI												
WP 6 EVENTI - VIAGGI STUDIO IN EU												
WP 7 PROMOZIONE NEI PUNTI VENDITA - GIORNATE DI DEGUSTAZIONE												
WP 8 - RICERCHE DI MERCATO												
WP 9 - VALUTAZIONE RISULTATI												
WP 10 - ALTRI COSTI												

## 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 triennio utile aver realizzato un fatturato complessivo globale non inferiore ad Euro 2.500.000,00 in lettere: (Euro duemilionicinquecentomila) al netto dell'IVA, risultante dalle dichiarazioni IVA o imposte equivalenti in ambito UE;
- deve essere in possesso di un'attestazione bancaria che evidenzia l'esistenza in capo allo stesso, della capacità ed idoneità a realizzare 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:

- **Aver svolto negli ultimi tre anni (2018-2019-2020) servizi analoghi a quelli oggetto del presente bando;** allegando una dichiarazione in merito ai principali servizi analoghi a quelli oggetto del presente bando, effettuati negli ultimi tre anni (2018-2019-2020) con indicazione dei rispettivi importi di progetto, date, destinatari pubblici o privati.

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

OFFERTA TECNICA		
Criteria	Sottocriteri	Punteggio massimo
<b>1. STRATEGIA COMPLESSIVA</b>	a) <b>Articolazione della strategia:</b> coerenza tra gli obiettivi previsti a progetto e la strategia adottata nel Paese Target	7
	b) <b>Coerenza della proposta grafica e del concept</b> di comunicazione della campagna rispetto agli obiettivi e alle tematiche da trattare	9
	c) <b>declinazione del concept</b> a seconda del gruppo target n. 1 destinatario dei messaggi promozionali.	8
	d) <b>declinazione del concept</b> a seconda del gruppo target n. 2 destinatario dei messaggi promozionali.	8
<b>Punteggi massimi attribuibili</b>		<b>32</b>
<b>2. APPROCCIO METODOLOGICO E ARTICOLAZIONE DELLE ATTIVITÀ</b>	a) <b>modalità di esecuzione delle azioni:</b> 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	8
	b) <b>modalità di raggiungimento degli obiettivi specifici indicati nel programma.</b>	8
	c) <b>coerenza con la strategia generale e le modalità esecutive</b> degli interventi sopra proposti.	8
<b>Punteggi massimi attribuibili</b>		<b>24</b>
<b>3. CAPACITA' OPERATIVA</b>	a) <b>qualità del Gruppo di lavoro</b> proposto per le singole attività in termini di expertise nella realizzazione di attività analoghe a quelle indicate nell'offerta tecnica.	7
	b) <b>Esperienza nella gestione tecnica e amministrativa</b> di progetti finanziati dall'Unione Europea	5
	c) <b>esperienze di lavoro</b> per attività effettuate nel mercato target	6
	d) <b>sedi operative</b> nel mercato target Cina	6
<b>Punteggi massimi attribuibili</b>		<b>24</b>

La Commissione valuterà ogni offerta, assegnando per ogni criterio/subcriterio un coefficiente di natura qualitativa con un valore variabile tra zero ed uno, attribuito discrezionalmente dai commissari secondo la seguente tabella:

GIUDIZIO QUALITATIVO	COEFFICIENTI
non riscontrabile	0
valutazione insignificante	0,1
valutazione appena sufficiente	0,2
valutazione sufficiente	0,3
valutazione tra sufficiente/discreta	0,4
valutazione discreta	0,5
valutazione tra discreta/buona	0,6
valutazione buona	0,7
valutazione tra buona/ottima	0,8
valutazione ottima	0,9

valutazione eccellente	1
------------------------	---

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

Il Comitato di selezione procederà successivamente ad **esaminare l'offerta economica** e ad attribuire i punteggi in base a quanto dichiarato, fino ad un massimo di 20 punti, secondo la tabella sotto riportata:

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

Il Comitato di selezione procederà alla valutazione dell'offerta economica con le seguenti attribuendo il punteggio utilizzando la seguente formula:

punteggio offerta economica per l'onorario dell'operatore considerato = Onorario % minimo

$$\frac{\quad}{\text{Onorario \% X}} \quad \boxed{*20}$$

dove:

Onorario % minimo: è la percentuale dell'onorario relativo all'offerta economica per l'onorario dell'operatore economico partecipante più bassa tra quelle presentate;

Onorario % X: è la percentuale dell'onorario relativo all'offerta economica per l'onorario dell'operatore economico considerato.

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.

L'aggiudicazione sarà effettuata a favore del concorrente che abbia presentato un'offerta che risulti aver conseguito il punteggio complessivo (punteggio offerta tecnica + punteggio offerta economica) più elevato.

Nel caso in cui l'affidatario non si presenti per la stipula del contratto o in cui venga accertata la falsità delle dichiarazioni prestate, l'Organismo appaltante si riserva la facoltà di conferire l'incarico al soggetto posto successivamente in graduatoria, espletati i controlli di rito. In applicazione dell'art. 95, comma 12, del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i. l'Organismo appaltante non procederà all'aggiudicazione laddove nessuna offerta risultasse conveniente o idonea in relazione all'oggetto del contratto.

## 6. TERMINI DI PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA

La documentazione potrà essere redatta in lingua italiana o inglese, dovrà essere presentata entro e non oltre le ore 12.00 del 15/04/2021 in una delle due seguenti modalità a scelta dell'offerente:

- tramite spedizione per corriere o raccomandata dell'offerta in formato cartaceo e in formato elettronico —su CD o chiavetta USB - a cura del partecipante alla gara.
- tramite PEC ([opas@legalmail.it](mailto:opas@legalmail.it)). Solo per gli operatori aventi sede all'estero sarà accettata la spedizione anche da indirizzi non PEC

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

Nel caso di presentazione dell'offerta in formato cartaceo, nel plico dovrà essere riportata la seguente



dicitura: “NON APRIRE: CONTIENE OFFERTA MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO DI ESECUZIONE “EAT&THINK PINK CHINA” e il nome dell’organismo / agenzia / società partecipante alla Gara di Selezione.

Nel caso di presentazione tramite PEC nell’oggetto dovrà essere riportata la seguente dicitura: “NON APRIRE: CONTIENE OFFERTA MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO DI ESECUZIONE “EAT&THINK PINK CHINA” e il nome dell’organismo / agenzia / società partecipante alla Gara di Selezione. I soggetti offerenti possono effettuare l’invio della domanda di contributo tramite più di un messaggio di posta elettronica certificata, qualora gli allegati superino le dimensioni di 100 mb. Qualora sia necessario l’invio della domanda tramite più di un messaggio di posta elettronica certificata, tutti i messaggi devono pervenire entro e non oltre le ore 12.00 del 15/04/2021, e l’oggetto della comunicazione, oltre a riportare la dicitura di cui sopra, dovrà indicare il numero del messaggio sul numero del totale dei messaggi previsti (ad esempio “PARTE 1 DI 3”, “PARTE 2 DI 3” e “PARTE 3 DI 3”).

La consegna della domanda di contributo sia cartacea che tramite posta elettronica certificata, ove per qualsiasi motivo, non giunga a destinazione entro il suddetto termine perentorio, è ad esclusivo rischio del mittente.

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.

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](mailto:opas@legalmail.it)

## 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, ADV, promozione presso PDV, ricerche di mercato.

#### **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 dei messaggi promozionali;
- d. declinazione del concept a seconda del gruppo target n. 2 destinatario: CONSUMATORI 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;

**4. CAPACITA' OPERATIVA** – Dovranno essere descritte le specifiche esperienze e ruoli del gruppo di lavoro che si intende dedicare la programma, le specifiche esperienze realizzate nel Paese target

- a. qualità del Gruppo di lavoro proposto per le singole attività in termini di competenze e qualità dei profili professionali indicati nell'offerta tecnica.
- b. Esperienza nella gestione tecnica e amministrativa di progetti finanziati dall'Unione Europea
- c. esperienze di lavoro per specifiche attività effettuate nel mercato target
- d. sedi operative nel mercato target Cina

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**

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.

**2. Piano finanziario**

Nel piano finanziario dovranno essere riportate 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 DI 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 € 2.839.155,00 - somma di tutte le attività/iniziative 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 14% del costo totale delle azioni e dovrà essere calcolato scorporandolo dal costo totale dell'azione.

## 8. SVOLGIMENTO OPERAZIONI DI GARA E COMITATO GIUDICANTE

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 16/04/2021, alle ore 09.00 presso la sede di Via Guastalla 21/A, Carpi (MO), (o con modalità telematiche tali da garantire il pieno rispetto delle eventuali limitazioni connesse alle misure di prevenzione del COVID -19 e tali da assicurare la certa riconoscibilità delle presenze ed il dialogo dei membri della commissione) 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 19/04/2021.

Ulteriori informazioni possono essere richieste al seguente recapito:

dott. Antonio Rodà email: [antonio.roda@opas-coop.it](mailto:antonio.roda@opas-coop.it)

DOCUMENTI DI GARA:

- BANDO
- CAPITOLATO TECNICO
- ALLEGATO A

## 9- TRATTAMENTO DEI DATI

Ai sensi del D.Lgs. 196/2003 e del Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 contenente il Regolamento europeo sulla protezione dei dati (di seguito anche "GDPR"), si informa che i dati raccolti sono destinati alla scelta del contraente e il loro conferimento ha natura facoltativa, fermo restando che il concorrente che intende partecipare alla procedura o aggiudicarsi l'appalto deve fornire all'Organismo appaltante la documentazione richiesta dalla vigente normativa. I diritti dell'interessato sono quelli previsti dall'art.13 della legge citata. Tali diritti possono essere esercitati ai sensi e per gli effetti del D.Lgs. 196/2003 e GDPR. I dati raccolti possono essere comunicati al personale dell'Organismo appaltante che cura il procedimento e ad ogni altro soggetto che vi abbia interesse ai sensi della Legge 241/1990 s.m.i.

In particolare, in ordine al procedimento instaurato da questa procedura:

- a) le finalità cui sono detenuti i dati raccolti ineriscono alla verifica della capacità dei concorrenti di partecipare alla gara in oggetto;
- b) i dati forniti saranno raccolti, registrati, organizzati e conservati per le finalità di gestione della gara e saranno trattati, sia mediante supporto cartaceo che magnetico, anche successivamente all'eventuale instaurazione del rapporto contrattuale, per le finalità del rapporto medesimo;

- c) il conferimento dei dati richiesti è un onere a pena di esclusione dalla gara;
- d) i soggetti o le categorie di soggetti ai quali i dati possono essere comunicati sono: 1) il personale dell'Organismo appaltante; 2) i concorrenti che partecipano alla seduta pubblica di gara; 3) ogni altro soggetto che abbia interesse ai sensi della legge n. 241/1990 e s.m.i.;
- e) i diritti spettanti all'interessato sono quelli di cui all'art. 7, del D.lgs. n. 196/2003 e s.m.i. e degli articoli dal 15 al 22 del GDPR, cui si rinvia;
- f) soggetto attivo della raccolta è l'Organismo appaltante e il responsabile è il legale rappresentante.

**Titolare del trattamento dei dati è O.P.A.S. (Organizzazione Prodotto Allevatori Suini)** nella figura del legale rappresentante ai sensi dell'art. 28 del Regolamento europeo sulla protezione dei dati ("GDPR") e dell'art. 29 del D.Lgs. n. 196/2003, nonché della normativa italiana di adeguamento al GDPR.

Per ogni ulteriore aspetto in merito, è possibile fare riferimento alla "Informativa sul trattamento dei dati personali al cliente" di **O.P.A.S. (Organizzazione Prodotto Allevatori Suini)** e rivolgere le richieste presso Via Guastalla 21/A - Carpi (MO) – ITALIA con lettera raccomandata, oppure via mail all'indirizzo e-mail: info@opas-coop.it oppure con richiesta telefonica al numero +39 059 638611 fax +39 059 638639.

**Responsabile unico del procedimento**

Responsabile unico del procedimento ai sensi dell'art. 31 del D.Lgs. 50/2016 è il Legale Rappresentante.