**CAPITOLATO TECNICO E PROCEDURA DI SELEZIONE DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI PAESI TERZI**

**PAESI TARGET: REGNO UNITO**

**1 Premessa ed informazioni preliminari**

**O.P.A.S** (di seguito “*Organismo Appaltante*”), con sede in Via Cappello 5 – 46100 Mantova (MN), P. IVA 02083530200 è risultata aggiudicataria (come comunicazione ARES (2024)1970876 del 14 marzo 2024, on cui la Direzione Generale per l’agricoltura e lo sviluppo rurale della Commissione europea informava che, a seguito della verifica della disponibilità degli stanziamenti, a norma dell’art. 2 della Decisione n. C(2023) 7540 del 10/11/2023) di un programma d’informazione e promozione di durata triennale (2025 – 2026 - 2027) (il “*Programma*”), sui paesi terzi a valere sul Regolamento UE n. 1144/2014 del Parlamento Europeo e del Consiglio **AGRIP-SIMPLE-2023-TC-OTHERS Proposal acronym: ETP\_UK** paese target **UK**

A tal fine

**INDICE**

ai sensi degli articoli di riferimento del Reg. (UE) n. 1144/2014, del Reg. delegato (UE) n. 2015/1829, del Reg. di esecuzione (UE) n. 2015/1831, un **bando di gara per la selezione, mediante procedura competitiva aperta, di un organismo di esecuzione** (l’”*Organismo di Esecuzione*”) incaricato della realizzazione delle azioni (attività/iniziative) rivolte al raggiungimento degli obiettivi previsti nell'ambito del **Programma approvato a valere sul Regolamento UE n. 1144/2014 del Parlamento Europeo e del Consiglio - Call 2023** e che, si svolgerà nei seguenti Paesi target **Gran Bretagna** e riguarderà i seguenti prodotti:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Descrizione Articolo** | **Codice NC** | **Denominazione (ITA)** |
| PROSCIUTTO RIFILATO | 020312 | Prosciutti, spalle e loro pezzi, di Prosciutti, spalle e loro pezzi, di suidi (non disossati) freschi o refrigerati |
| MEZZENA INTERA PESANTE | 0203 11 | Carcasse o mezzene di suidi, fresche o refrigerate |
| SPALLA DISOSSATA INTEGRALE | 020312 | Prosciutti, spalle e loro pezzi, di suidi (non disossati) freschi o refrigerati |
| COPPA C/OSSO S/PUNTINA | 020319 | Carni di suidi (non disossate) fresche o refrigerate (escl. carcasse, mezzene, prosciutti, spalle e loro pezzi |
| GOLAC/COT. E MAGRO | 020319 | Carni di suidi (non disossate) fresche o refrigerate (escl. carcasse, mezzane, prosciutti, spalle e loro pezzi |
| PANCETTONE C/C. | 020319 | Carni di suidi (non disossate) fresche o refrigerate (escl. carcasse, mezzane, prosciutti, spalle e loro pezzi |
| LOMBO BOLOGNA | 020319 | Carni di suidi (non disossate) fresche o refrigerate (escl. carcasse, mezzene, prosciutti, spalle e loro pezzi |
| PROSCIUTTO CONG | 0203 22 | Prosciutti, spalle e loro pezzi, di suidi (non disossati) congelati |
| SPALLA DISOSSATA INTEGRALE CONG | 0203 22 | Prosciutti, spalle e loro pezzi, di suidi (non disossati) congelati |
| COPPA RIFILATA CONG | 0203 29 | Carni di suidi, congelate (escl. carcasse, mezzane, nonché prosciutti, spalle, e loro pezzi) |
| PANCETTA RIF S/C CONG | 0203 29 | Carni di suidi, congelate (esci. Carcasse, mezzene, nonché prosciutti, spalle e loro pezzi) |
| POLPA LONZA SIC SV CONG | 0203 29 | Carni di suidi, congelate (escl. carcasse, mezzene, nonché prosciutti. spalle e loro pezzi) |
| GOLA PER MORTADELLA E SALAME CONG | 0203 29 | Carni di suidi, congelate (escl. carcasse, mezzene, nonché prosciutti, spalle e loro pezzi) |
| FILETTO ALLE ERBE | 16024911 | Preparazioni o conserve di lombate di suini domestici e loro parti, incl. miscugli di lombate o prosciutti (escl. collari) |
| FILETTO AL BACON | 16024911 | Preparazioni o conserve di lombate di suini domestici e loro parti, incl. miscugli di lombate o prosciutti (escl. collari) |
| PULLED PORK | 16024911 | Preparazioni o conserve di lombate di suini domestici e loro parti, incl. miscugli di lombate o prosciutti (escl. collari) |
| COSTINE SALE E PEPE | 16024911 | Preparazioni o conserve di lombate di suini domestici e loro parti, incl. miscugli di lombate o prosciutti (escl. collari) |
| COSTINE PAPRIKA E ROSMARINO | 16024911 | Preparazioni o conserve di lombate di suini domestici e loro parti, incl. miscugli di lombate o prosciutti (escl. collari) |

Gli operatori economici in possesso dei requisiti indicati nei Regolamenti UE sopra menzionati, così come specificati nei paragrafi seguenti, sono invitati a presentare un'offerta attenendosi puntualmente alle indicazioni contenute all’interno del presente capitolato tecnico (il “*Capitolato Tecnico*”).

**1.1 Quadro normativo di riferimento**

Il quadro normativo essenziale (di seguito il “*Quadro Normativo*”), ai fini dell’esecuzione del Programma e della presente procedura

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;
* **Work- programme for 2023** in the framework of regulation (EU) N. 1144/2014
* **Orientamenti sulla procedura di gara** Decreto del Direttore generale Ministero dell’agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste DIQPAI – DGPQA – Uff. PQA V del 20/11/2023

**l’Organismo Appaltante non è un organismo di diritto pubblico,** ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 1, punto 4, della Direttiva 2014/24/UE e, pertanto, come indicato nel Quadro normativo sopra citata, non è tenuto ad applicare le norme nazionali che recepiscono le Direttive europee sugli appalti pubblici (in Italia il Decreto Legislativo 36/2023). L’Organismo Appaltante deve però 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, nonché delle condizioni indicate nei predetti Orientamenti e decisioni della Commissione europea e del Ministero dell’Agricoltura e della sovranità alimentare e delle foreste.

La Direttiva 2014/24/UE e il Decreto Legislativo 36/2023 saranno, pertanto, applicati solo se e nella misura in cui siano espressamente richiamati nei documenti di gara (bando e capitolato tecnico e relativi allegati).

La procedura competitiva garantirà in ogni caso il rispetto dei principi di non discriminazione, parità di trattamento, trasparenza, pubblicità, proporzionalità, chiarezza e coerenza dei criteri di selezione e di aggiudicazione previsti con le finalità delle prestazioni richieste e con il valore delle medesime, miglior rapporto qualità-prezzo e assenza di conflitti d’interessi.

La presente procedura non prevede un’articolazione in lotti, in quanto risulta più efficiente ed efficace per l’esecuzione del servizio, l’individuazione di un unico appaltatore, che possa svolgere tutte le attività previste dal Programma in oggetto.

Infatti, i Pacchetti di Lavoro (come infra definiti) dee le relative attività sono strettamente connesse tra di loro e da realizzarsi secondo una sequenza logica e funzionale che può essere ottimizzata solo avendo un unico appaltatore, il quale deve assicurare il coordinamento e l’integrazione del Gruppo di Lavoro (come infra definito) e delle diverse professionalità necessarie e coinvolte nella realizzazione del servizio.

\*\*\*

**2. Informazioni principali di progetto**

**Prodotti oggetto di promozione**:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Descrizione Articolo** | **Codice NC** | **Denominazione (ITA)** |
| PROSCIUTTO RIFILATO | 020312 | Prosciutti, spalle e loro pezzi, di Prosciutti, spalle e loro pezzi, di suidi (non disossati) freschi o refrigerati |
| MEZZENA INTERA PESANTE | 0203 11 | Carcasse o mezzene di suidi, fresche o refrigerate |
| SPALLA DISOSSATA INTEGRALE | 020312 | Prosciutti, spalle e loro pezzi, di suidi (non disossati) freschi o refrigerati |
| COPPA C/OSSO S/PUNTINA | 020319 | Carni di suidi (non disossate) fresche o refrigerate (escl. carcasse, mezzene, prosciutti, spalle e loro pezzi |
| GOLAC/COT. E MAGRO | 020319 | Carni di suidi (non disossate) fresche o refrigerate (escl. carcasse, mezzane, prosciutti, spalle e loro pezzi |
| PANCETTONE C/C. | 020319 | Carni di suidi (non disossate) fresche o refrigerate (escl. carcasse, mezzane, prosciutti, spalle e loro pezzi |
| LOMBO BOLOGNA | 020319 | Carni di suidi (non disossate) fresche o refrigerate (escl. carcasse, mezzene, prosciutti, spalle e loro pezzi |
| PROSCIUTTO CONG | 0203 22 | Prosciutti, spalle e loro pezzi, di suidi (non disossati) congelati |
| SPALLA DISOSSATA INTEGRALE CONG | 0203 22 | Prosciutti, spalle e loro pezzi, di suidi (non disossati) congelati |
| COPPA RIFILATA CONG | 0203 29 | Carni di suidi, congelate (escl. carcasse, mezzane, nonché prosciutti, spalle, e loro pezzi) |
| PANCETTA RIF S/C CONG | 0203 29 | Carni di suidi, congelate (esci. Carcasse, mezzene, nonché prosciutti, spalle e loro pezzi) |
| POLPA LONZA SIC SV CONG | 0203 29 | Carni di suidi, congelate (escl. carcasse, mezzene, nonché prosciutti. spalle e loro pezzi) |
| GOLA PER MORTADELLA E SALAME CONG | 0203 29 | Carni di suidi, congelate (escl. carcasse, mezzene, nonché prosciutti, spalle e loro pezzi) |
| FILETTO ALLE ERBE | 16024911 | Preparazioni o conserve di lombate di suini domestici e loro parti, incl. miscugli di lombate o prosciutti (escl. collari) |
| FILETTO AL BACON | 16024911 | Preparazioni o conserve di lombate di suini domestici e loro parti, incl. miscugli di lombate o prosciutti (escl. collari) |
| PULLED PORK | 16024911 | Preparazioni o conserve di lombate di suini domestici e loro parti, incl. miscugli di lombate o prosciutti (escl. collari) |
| COSTINE SALE E PEPE | 16024911 | Preparazioni o conserve di lombate di suini domestici e loro parti, incl. miscugli di lombate o prosciutti (escl. collari) |
| COSTINE PAPRIKA E ROSMARINO | 16024911 | Preparazioni o conserve di lombate di suini domestici e loro parti, incl. miscugli di lombate o prosciutti (escl. collari) |

**Organismo Appaltante**: OPAS

**Paese target**: REGNO UNITO

**Gruppi target**:

1. CONSUMATORI con un focus particolare su:

• appassionati e/o tifosi del rugby;

• sportivi praticanti (rugby);

• consumatori socialmente consapevoli: ovvero quei consumatori che tengono conto delle conseguenze pubbliche delle loro scelte private di consumo e che tentano di utilizzare il proprio potere d’acquisto per realizzare un cambiamento sociale. I consumatori socialmente consapevoli sono giovani di età inferiore ai 40 anni, che generalmente consultano i social media quando devono prendere decisioni d’acquisto e sono disposti a pagare di più per prodotti e servizi di aziende che rispettano la loro ideologia. Sono soggetti in grado di effettuare direttamente gli acquisti di prodotti alimentari, ma anche di influenzare le scelte degli acquisti familiari, rappresentando quindi un veicolo di diffusione di corrette abitudini alimentari e comportamenti di acquisto.

1. OPERATORI TRADE (importatori, distributori, retailers) fondamentali per attivare l’esportazione e la distribuzione dei prodotti promossi.

\*

**Obiettivo generale**

“Eat&Think Pink UK – Say yes to the best, Eat European Pork!” intende rafforzare la competitività della carne di suino europeo sul mercato della Gran Bretagna, in linea con l’obiettivo generale del Regolamento europeo 1144/2014 CAPO 1, Art.2: rafforzare la competitività del settore agricolo europeo.

Per raggiungere tale obiettivo il progetto agisce nell’informare e promuovere le carni di suino europeo presso gli operatori del food e del trade/GDO e soprattutto presso i consumatori con un particolare focus sui giovani, sugli sportivi e appassionati del rugby.

\*

**Obiettivi specifici**

Alla fine dell’azione della durata di 36 mesi, si stima di avere **n. 2.801.913 persone** che hanno incrementato il grado di informazione e conoscenza relativamente alla carne suina europea e di avere un aumento del valore delle esportazioni pari a **+4.998.177 euro** corrispondente ad un **ROI unionale** (ritorno dell’investimento sulla base dell’incremento atteso delle vendite) **pari a 2,59.**

\*

**Strategia**

La strategia del Programma deve basarsi su un piano mirato e coerente di attività̀ fortemente integrate tra loro, che tenga conto delle specificità̀ del paese target individuato per garantire il raggiungimento degli obiettivi. OPAS per raggiungere gli obiettivi intende utilizzare una strategia che punti sul contatto diretto con il consumatore, attraverso la pianificazione di attività promozionali impattanti sui punti vendita, sui principali eventi sportivi rugbistici e attraverso una campagna social e web fortemente integrata.

Il target generale al quale sarà̀ destinato il Programma è quello dei consumatori (B2C “business to consumer”). Oltre al target primario dei consumatori, alcune specifiche attività dovranno essere indirizzate agli operatori settoriali, e più nello specifico agli Operatori trade (importatori, distributori, retailers), fondamentali per attivare l’esportazione e la distribuzione dei prodotti promossi, che verranno contattati attraverso le attività̀ di Fiere, Incontri BtoB/Workshop, con a supporto le attività di produzione materiali e video, sito web e social media. Il target retail/GDO dovrà essere coinvolto direttamente nelle attività di promozione nei punti vendita.

I soggetti che parteciperanno al presente invito dovranno presentare un corpus di attività e iniziative (informative e promozionali) che si sviluppa intorno a una chiara e precisa strategia orientata ai mercati e ai gruppi target, finalizzata al raggiungimento degli obiettivi sopra esposti e coerente con il messaggio unioniale, con la durata prevista e le risorse finanziarie messe a disposizione.

\*

**Pacchetti di Lavoro** (come infra definiti) (Work Package - WP) ed attività che dovranno essere presenti all’interno delle **proposte**, secondo le modalità descritte in dettaglio all’interno del capitolato tecnico:

* WP 3 – Sito web, social media (Instagram) (così come descritto nella scheda allegata e di cui al Pacchetto di lavoro 3)
* WP 4 – Pubblicità ADV Social, Affissionistica Digitale (pDOOH) (così come descritto nella scheda allegata e di cui al Pacchetto di lavoro 4)
* WP 5 – Strumenti di comunicazione Materiali Informativi e Gadget, Video Promozionali (così come descritto nella scheda allegata e di cui al Pacchetto di lavoro 5)
* WP6 – Eventi: Stand Fieristici, B2B, promozione e degustazione presso partite di rugby nel paese target (così come descritto nella scheda allegata e di cui al Pacchetto di lavoro 6)
* WP7 – Giornate promozionali nei punti vendita (così come descritto nella scheda allegata e di cui al Pacchetto di lavoro 7)

Nel paragrafo 5 del presente capitolato sono indicati maggiori dettagli ed informazioni relativi ai suddetti Pacchetti di Lavoro (come infra definiti).

\*

**Durata del Programma**: 36 mesi (3 fasi annuali), con avvio indicativo al 01 Giugno 2024.

\*

**Budget delle azioni in capo all’Organismo esecutore:** si precisa che i soggetti interessati a partecipare al presente bando di gara dovranno presentare un’offerta prendendo in considerazione il **budget complessivo per l’esecuzione del Programma di cui ai pacchetti di lavoro -** **WP da 3 a 7** (di seguito collettivamente anche i “*Pacchetti di Lavoro*”) **fino a un massimo di € 1.844.600 IVA ESCLUSA** ai sensi di legge, comprensivo dei **costi relativi alla realizzazione delle attività di progetto e del compenso dell’Organismo di Esecuzione** (onorario dell’operatore economico). Perciò, tale importo deve includere anche l’onorario dell’operatore economico, mentre non comprendono altri oneri che verranno sostenuti direttamente dall’Organismo Appaltante.

Si rimanda al successivo paragrafo 5 per maggiore dettaglio del contenuto dei Pacchetti di Lavoro.

\*\*\*

**CAPITOLATO TECNICO**

**3 Oggetto dell’appalto**

**3.1 Descrizione generale del servizio**

Il servizio consiste nell’esecuzione del Programma, previsto dai Pacchetti di Lavoro.

L’Organismo di Esecuzione dovrà quindi assicurare:

* lo sviluppo dei Pacchetti di Lavoro che compongono il Programma di durata triennale, a partire dalla sottoscrizione del contratto tra l’Organismo Appaltante e l’Organismo di Esecuzione;
* l’attivazione operativa delle azioni e delle attività promozionali previste per il periodo stabilito dal Programma, sulla base degli obiettivi previsti dalla strategia di comunicazione, anche attraverso il monitoraggio costante delle attività realizzate e dei relativi effetti;
* la predisposizione della documentazione atta a dare evidenza delle attività realizzate.

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

\*

**3.2 Modalità di esecuzione**

L’Organismo di Esecuzione deve costituire e disporre, per la durata del contratto, 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 Appaltante.

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

\*

**3.3 Personale addetto e Gruppo di Lavoro**

L’Organismo di Esecuzione deve assicurare le prestazioni inerenti ai servizi in affidamento con personale integrato con legittimi rapporti di lavoro e/o di collaborazione, avente i requisiti professionali e tecnici adeguati all’impiego e alla realizzazione del progetto. Il Gruppo di Lavoro deve essere caratterizzato da un approccio organizzativo flessibile per rispondere alle variazioni e/o imprevisti, alle esigenze che potranno determinarsi nel corso dello svolgimento delle attività.

In particolare, lo staff del Gruppo di Lavoro dedicato dovrà possedere un ventaglio di competenze nei seguenti ambiti, elencati a titolo esemplificativo e non esaustivo: comunicazione, organizzazione di eventi e fiere, conoscenza ed esperienza di attività svolte in relazione al mercato target di progetto, ufficio stampa, project management, digital web e social management, grafica, etc. In particolare, deve essere in grado di definire obiettivi quantitativi a priori e proporre progetti coerenti a questo. Inoltre, l’Organismo Esecutore deve prevedere un adeguato monitoraggio dei risultati.

L’Organismo Esecutore, per la durata del contratto, si impegna a:

1. 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; che verrà definito d’accordo con l’Organismo di Esecuzione (il “*Gruppo di Lavoro*”);
2. concordare e condividere tutte le attività del Gruppo di Lavoro con il soggetto appaltante;
3. adibire al servizio personale idoneo, di provata capacità, onestà, moralità e di provata riservatezza il quale dovrà mantenere il più assoluto riserbo su quanto sia venuto a conoscere nell’espletamento del servizio;
4. garantire la stabilità e la continuità del servizio in ogni circostanza, assicurando che nel Gruppo di Lavoro vi sia personale quantitativamente e qualitativamente adeguato alle necessità e nel rispetto dei contenuti dell’offerta tecnica;
5. applicare, nei confronti del proprio personale e/o dei collaboratori, contratti di lavoro e/o di collaborazione che prevedano un trattamento salariale o un equo compenso, normativo, previdenziale ed assicurativo a norma di legge;
6. prevedere un referente di progetto che presenzi alle riunioni di monitoraggio presso la sede del committente (queste avranno una periodicità definita dal committente), per dare supporto operativo alle attività del Programma (il “*Referente*”);
7. predisporre tutti i possibili mezzi di comunicazione che possano semplificare il coordinamento, monitoraggio e controllo del Programma.

\*\*\*

**4 Durata del servizio**

Il contratto relativo al Servizio avrà per oggetto lo svolgimento delle attività indicate nel Pacchetti di Lavoro, alle condizioni ivi riportate e verrà siglato successivamente alla firma, da parte del soggetto proponente, della convenzione di sovvenzione con l’Ente pagatore (AGEA) (la “*Convenzione*”).

L’Organismo Esecutore si impegna ad eseguire le prestazioni previste dai Pacchetti di lavoro per i tempi di durata ed entro le scadenze previste dalla Convenzione, cronoprogramma previsto dai Pacchetti di Lavoro e, ove non altrimenti previsto, secondo le tempistiche indicate da parte dell’Organismo Appaltante.

**Il servizio avrà la durata del progetto e per complessivi trentasei mesi decorrenti dalla data di stipula della Convenzione, salvo l’applicazione delle previsioni di cui al paragrafo 12.**

\*\*\*

**5 Tipologia di attività e iniziative previste dal Programma**

Le attività e le iniziative dei Pacchetti di Lavoro, che dovranno comporre il Programma sono assimilabili a quelle classiche di informazione e promozione di prodotti agricoli di alta qualità, tenuto conto delle tematiche da trattare e degli obiettivi elencati sopra e rientrano nelle seguenti categorie: WP 3 – Sito web, social media - WP 4 – Pubblicità ADV Social, Affissionistica Digitale (pDOOH) - WP 5 – Strumenti di comunicazione Materiali Informativi e Gadget, Video Promozionali - WP6 – Eventi: Stand Fieristici, B2B, promozione e degustazione presso partite di rugby

Si riportano di seguito le indicazioni di massima relative alle attività informative e promozionali che dovranno comporre le proposte presentate nell’ambito della presente procedura di selezione.

Si precisa che l’offerente all’interno e nel rispetto degli elementi caratterizzanti dei Pacchetti di Lavoro WP indicati ha delle indicazioni di massima, ma è libero di formulare e approfondire le azioni proposte rispettando i Pacchetti di Lavoro WP elencati e comunque sempre secondo le modalità da consentire di raggiungere gli obiettivi previsti dal Programma.

Si richiede che l’offerta sia corredata da una **presentazione della strategia generale** del Programma sulla base delle informazioni fornite all’art. 2.

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

Nelle tabelle seguenti il dettaglio dei singoli Pacchetti di Lavoro WP

#### Pacchetto di lavoro 3

|  |
| --- |
| **Pacchetto di lavoro 3: SITO WEB, SOCIAL MEDIA** |
| *Garantire la coerenza con la tabella dettagliata della dotazione finanziaria (ove applicabile).*  |
| **Durata:** | M01 - M36 | **Beneficiario principale:** | 1-OPAS |
| **Obiettivi***Elencare gli obiettivi specifici cui è collegato questo pacchetto di lavoro.* |
| Obiettivo specifico di tale pacchetto di lavoro è quello di diffondere efficacemente, con chiarezza e su larga scala i contenuti della campagna promozionale (qualità dei prodotti, tracciabilità, sicurezza alimentare, sostenibilità delle produzioni). L'utilizzo dei canali social, mezzo di comunicazione trasversale e ampiamente usato dalla popolazione, potenzierà la diffusione delle informazioni presenti sul sito web istituzionale e consentirà di raggiungere tutti i gruppi destinatari del progetto: operatori trade, buyers, sportivi professionisti e appassionati di rugby, consumatori. |
| **Attività e divisione del lavoro (descrizione del programma di lavoro)***Fornire una panoramica sintetica e precisa del lavoro (compiti pianificati), assegnando specificatamente un’abbreviazione e un numero ad ogni compito. Indicare a quali gruppi di destinatari si rivolgono le attività del pacchetto di lavoro.*Specificare chi prenderà parte a ogni compito: coordinatore (COO), beneficiari (BEN), subappaltatori (se è previsto il subappalto), indicando in grassetto il responsabile principale del compito. *Aggiungere informazioni sul coinvolgimento nel progetto di altri partecipanti (per es. contributi in natura).* ***NB:****Sono consentiti contributi in natura a titolo oneroso (i contributi in natura a titolo gratuito non sono vietati, ma non incidono sui costi; in altri termini, non si possono dichiarare come spese).* *Si prega di indicare chiaramente se i contributi in natura sono a titolo oneroso o gratuito.**Il coordinatore è totalmente responsabile dei compiti di coordinamento, anche se questi ultimi sono delegati ad altri. I compiti del coordinatore non possono essere subappaltati.**In caso di subappalto, compilare anche la tabella sottostante.* |
| Compito n.(numerazione progressiva relativa al WP)   | Denominazione del compito | Descrizione | Partecipanti | Contributi in natura o subappalti |
| (Sì/No e quali) |
| Nome | Ruolo |   |
| (COO, BEN, AE, AP, ALTRO) |   |
| T3.1 | SITO WEB | Il sito web rappresenta lo strumento digitale istituzionale della campagna per divulgare i contenuti chiave del progetto e promuovere la carne suina europea migliorandone l'immagine in termini di qualità, sicurezza e sostenibilità. Il sito avrà un taglio istituzionale e conterrà le informazioni sul progetto, sui metodi di allevamento e sugli standard produttivi europei ma anche ricette e suggerimenti per il consumo e la conservazione a casa dei prodotti oggetto di promozione. Il sito web si comporrà di una gallery di immagini e video della campagna e dei prodotti, una sezione news costantemente aggiornata, una sezione dedicata al trade e una alla stampa e infine una sezione contatti e social. La creazione del sito e la registrazione del dominio avverranno nei primi mesi del 1° anno. Nel corso del secondo e del terzo anno saranno implementati i contenuti e proseguirà l’attività di SEO. | OPAS | BEN | ENTE ESECUTORE |
| T3.2 | INSTAGRAM | Creazione e gestione di un account Instagram per stabilire una relazione diretta, colloquiale e reciproca con i gruppi target identificati. I post e le storie dovranno essere collegati ai contenuti del sito web e saranno usati anche i video promozionali per ingaggiare i followers ed informarli sui contenuti del programma. Sarà redatto un piano editoriale integrato alle altre attività del progetto e finalizzato ad avere un'animazione costante del profilo. Dal momento della pubblicazione on line, i social saranno gestiti in maniera continua nell’arco dei tre anni. | OPAS | BEN | ENTE ESECUTORE |
| **Risultati e bilancio stimato***Elencare i risultati per ogni anno. Fare riferimento solo ai risultati principali. Non includere sottovoci secondarie, documenti di lavoro interni, verbali di riunioni, ecc. Limitare il numero dei risultati a un massimo di 10 per anno.* *Indicare la dotazione finanziaria per ogni anno (garantire la coerenza con la tabella dettagliata della dotazione finanziaria).* |
| **Calendario** |   | ANNO 1 | ANNO 2 | ANNO 3 |
| **Risultati** |  | *Realizzazione e gestione nr 1 sito web nella lingua di progetto* | *Gestione nr 1 sito web nella lingua di progetto e aggiornamento contenuti* | *Gestione nr 1 sito web nella lingua di progetto e aggiornamento contenuti* |
| **Bilancio stimato**  | Descrizione | *numero* | *costo unitario* | *totale (€)* | *numero* | *costo unitario* | *totale (€)* | *numero* | *costo unitario* | *totale (€)* |
| *Progetto grafico (solo primo anno)* | *1* | *4.600* | *4.600* |  |  |  |  |  |  |
| *Sviluppo (solo primo anno)* | *1* | *3.900* | *3.900* |  |  |  |  |  |  |
| *Hosting e dominio* | *1* | *1.300* | *1.300* | *1* | *1.300* | *1.300* | *1* | *1.300* | *1.300* |
| *Redazione, pubblicazione news e aggiornamento contenuti* | *1* | *6.000* | *6.000* | *1* | *6.000* | *6.000* | *1* | *6.000* | *6.000* |
| *Traduzione contenuti* | *1* | *2.000* | *2.000* | *1* | *2.000* | *2.000* | *1* | *2.000* | *2.000* |
| *Acquisto foto/shooting fotografici* | *1* | *1.440* | *1.440* | *1* | *1.440* | *1.440* | *1* | *1.440* | *1.440* |
| *Supporto tecnico per manutenzione* | *1* | *2.000* | *2.000* | *1* | *2.000* | *2.000* | *1* | *2.000* | *2.000* |
| *Indicizzazione e monitoraggio* | *1* | *4.000* | *4.000* | *1* | *4.000* | *4.000* | *1* | *4.000* | *4.000* |
| **Subtotale per l’attività 3.1** |   |   | 25.240 |   |   | 16.740 |   |   | 16.740 |
| E |
| **Calendario** |   | ANNO 1 | ANNO 2 | ANNO 3 |
| **Risultati** |   | *Realizzazione nr 1 pagina Instagram nella lingua del progetto* | *Gestione nr 1 pagina Instagram nella lingua del progetto* | *Gestione nr 1 pagina Instagram nella lingua del progetto* |
| **Bilancio stimato**  | Descrizione  | numero | costo unitario | totale (€) | numero | costo unitario | totale (€) | numero | costo unitario | totale (€) |
| *Progettazione grafica e apertura profilo*  | 1 | 3.000 | 3.000 |   |   |   |   |   |   |
| *Definizione piano redazionale, redazione contenuti e post, interazione costante con gli utenti, monitoraggio e misurazione risultati, report trimestrali* | 1 | 11.260 | 11.260 | 1 | 11.260 | 11.260 | 1 | 11.260 | 11.260 |
| *Traduzione contenuti* | 1 | 1.000 | 1.000 | 1 | 1.000 | 1.000 | 1 | 1.000 | 1.000 |
| *Acquisto foto/shooting fotografici* | 1 | 1.500 | 1.500 | 1 | 1.500 | 1.500 | 1 | 1.500 | 1.500 |
| **Subtotale per l’attività 3.2** |   |   | 16.760 |   |   | 13.760 |   |   | 13.760 |
| **Totale per il pacchetto di lavoro** | 42.000 | 30.500 | 30.500 |

#### Pacchetto di lavoro 4

|  |
| --- |
| **Pacchetto di lavoro 4: PUBBLICITÀ** |
| *Garantire la coerenza con la tabella dettagliata della dotazione finanziaria (ove applicabile).*  |
| **Durata:** | M05-M12/ M17-M24/ M29-M36 | **Beneficiario principale:** | 1-OPAS |
| **Obiettivi***Elencare gli obiettivi specifici cui è collegato questo pacchetto di lavoro.* |
| Gli obiettivi di tale pacchetto di lavoro sono i medesimi individuati per il pacchetto di lavoro 3 in quanto in esso sono contenute le campagne ADV per i social media. Le campagne di Social media Advertising si rendono necessarie per aumentare la visibilità dei contenuti sviluppati sui social e ottimizzare la possibilità di intercettare i destinatari identificati, grazie al targeting del pubblico per interessi, intenzioni e fasce d'età. |
| **Attività e divisione del lavoro (descrizione del programma di lavoro)***Fornire una panoramica sintetica e precisa del lavoro (compiti pianificati), assegnando specificatamente un’abbreviazione e un numero ad ogni compito. Indicare a quali gruppi di destinatari si rivolgono le attività del pacchetto di lavoro.*Specificare chi prenderà parte a ogni compito: coordinatore (COO), beneficiari (BEN), subappaltatori (se è previsto il subappalto), indicando in grassetto il responsabile principale del compito. *Aggiungere informazioni sul coinvolgimento nel progetto di altri partecipanti (per es. contributi in natura).* ***NB:****Sono consentiti contributi in natura a titolo oneroso (i contributi in natura a titolo gratuito non sono vietati, ma non incidono sui costi; in altri termini, non si possono dichiarare come spese).* *Si prega di indicare chiaramente se i contributi in natura sono a titolo oneroso o gratuito.**Il coordinatore è totalmente responsabile dei compiti di coordinamento, anche se questi ultimi sono delegati ad altri. I compiti del coordinatore non possono essere subappaltati.**In caso di subappalto, compilare anche la tabella sottostante.* |
| Compito n.(numerazione progressiva relativa al WP) | Denominazione del compito | Descrizione | Partecipanti | Contributi in natura o subappalti(Sì/No e quali) |
| Nome | Ruolo |
| (COO, BEN, AE, AP, ALTRO) |
| T4.1 | ADV Social | Realizzazione di una campagna ADV su Instagram attraverso la sponsorizzazione di 16 post per anno al fine di raggiungere un più ampio numero di consumatori. I post pubblicitari saranno mirati ad aumentare l’interazione con il profilo creato e il numero di follower. L'attività di advertising avrà una durata di 8 mesi all'anno e massimizzerà l'effetto e la ricaduta dei messaggi destinati agli utenti online. | OPAS | BEN | ENTE ESECUTORE |
| T4.2 | Affissionistica Digitale (pDOOH)  | Al fine di garantire una comunicazione rivolta sia verso un target di sportivi che verso i responsabili d'acquisto, interessati a queste tematiche, verranno erogati degli annunci ADV (affissioni digitali) in prossimità di Stadi di rugby e punti vendita Tesco e WaitRose. Verranno attivati circa 3.000 schermi tra Londra, Edimburgo e Glasgow. Grazie alle tecnologie di cono dotati i totem e gli schermi per il riconoscimento facciale, il pDHOOH garantisce l'erogazione dell'impression solo quando l'utente in target si trova davanti allo schermo. | OPAS | BEN | ENTE ESECUTORE |
| **Risultati e bilancio stimato***Elencare i risultati per ogni anno. Fare riferimento solo ai risultati principali. Non includere sottovoci secondarie, documenti di lavoro interni, verbali di riunioni, ecc. Limitare il numero dei risultati a un massimo di 10 per anno.* *Indicare la dotazione finanziaria per ogni anno (garantire la coerenza con la tabella dettagliata della dotazione finanziaria).* |
| **Calendario** |   | ANNO 1 | ANNO 2 | ANNO 3 |
| **Risultati** |   | Campagna di 8 mesi di ADV attraverso 16 post sponsorizzati su social media | Campagna di 8 mesi di ADV attraverso 16 post sponsorizzati su social media | Campagna di 8 mesi di ADV attraverso 16 post sponsorizzati su social media |
| **Bilancio stimato**  |  Descrizione | numero | costo unitario | totale (€) | numero | costo unitario | totale (€) | numero | costo unitario | totale (€) |
| Programmazione coordinamento e realizzazione campagna ADV su social media (mesi) | 8 | 3.125 | 25.000 | 8 | 3.125 | 25.000 | 8 | 3.125 | 25.000 |
| **Subtotale per l’attività 4.1** |   |   | 25.000 |   |   | 25.000 |   |   | 25.000 |
| E |
| **Calendario** |   | ANNO 1 | ANNO 2 | ANNO 3 |
| **Risultati** |   | 3 flight on air per 14 gg | Campagna di 8 mesi di ADV attraverso 16 post sponsorizzati su social media | Campagna di 8 mesi di ADV attraverso 16 post sponsorizzati su social media |
| **Bilancio stimato**  | Descrizione  | numero | costo unitario | totale (€) | numero | costo unitario | totale (€) | numero | costo unitario | totale (€) |
| Programmazione coordinamento e realizzazione campagna pDOOH | 3 | 52.000 | 156.000 | 3 | 52.000 | 156.000 | 3 | 52.000 | 156.000 |
| **Subtotale per l’attività 4.2** |   |   | 156.000 |   |   | 156.000 |   |   | 156.000 |
| **Totale per il pacchetto di lavoro** | 181.000 | 181.000 | 181.000 |

#### Pacchetto di lavoro 5

|  |
| --- |
| **Pacchetto di lavoro 5: STRUMENTI DI COMUNICAZIONE** |
| *Garantire la coerenza con la tabella dettagliata della dotazione finanziaria (ove applicabile).*  |
| **Durata:** | M01 - M04/M13-M15/ M25-M27 | **Beneficiario principale:** | 1-OPAS |
| **Obiettivi***Elencare gli obiettivi specifici cui è collegato questo pacchetto di lavoro.* |
| Gli obiettivi specifici di tale pacchetto di lavoro sono: 1) aumentare la consapevolezza nei gruppi target del valore e della qualità della carne suina europea in termini di sicurezza alimentare, benessere animale e valori nutrizionali; 2) consolidare l'immagine del progetto; 3) veicolare efficacemente i messaggi della campagna promozionale sia online che negli eventi presenziali; 4) aumentare l'incisività degli eventi promozionali, realizzati durante le partite dell'United Rugby Championship, dedicati al mondo dello sport (operatori media specializzati, giocatori, influencer, spettatori); 5) facilitare il contatto diretto con i consumatori durante le giornate promozionali nei punti vendita attirando la loro attenzione e interesse. |
| **Attività e divisione del lavoro (descrizione del programma di lavoro)***Fornire una panoramica sintetica e precisa del lavoro (compiti pianificati), assegnando specificatamente un’abbreviazione e un numero ad ogni compito. Indicare a quali gruppi di destinatari si rivolgono le attività del pacchetto di lavoro.*Specificare chi prenderà parte a ogni compito: coordinatore (COO), beneficiari (BEN), subappaltatori (se è previsto il subappalto), indicando in grassetto il responsabile principale del compito. *Aggiungere informazioni sul coinvolgimento nel progetto di altri partecipanti (per es. contributi in natura).* ***NB:****Sono consentiti contributi in natura a titolo oneroso (i contributi in natura a titolo gratuito non sono vietati, ma non incidono sui costi; in altri termini, non si possono dichiarare come spese).* *Si prega di indicare chiaramente se i contributi in natura sono a titolo oneroso o gratuito.**Il coordinatore è totalmente responsabile dei compiti di coordinamento, anche se questi ultimi sono delegati ad altri. I compiti del coordinatore non possono essere subappaltati.**In caso di subappalto, compilare anche la tabella sottostante.* |
| Compito n.(numerazione progressiva relativa al WP)   | Denominazione del compito | Descrizione | Partecipanti | Contributi in natura o subappalti(Sì/No e quali) |
| Nome | Ruolo |   |
| (COO, BEN, AE, AP, ALTRO) |   |
| T5.1 | MATERIALI INFORMATIVI E GADGET PROMOZIONALI | Gli strumenti di comunicazione mettono in contatto diretto i messaggi veicolati dall’azione e i gruppi bersaglio individuati. È prevista la produzione di materiali informativi (come brochure e leaflet), materiali di allestimento (roll up e rotair) e vari gadget. Questi materiali saranno distribuiti in funzione delle diverse attività, come indicato nella tabella sottostante. Per la prima annualità sono stati previsti i costi di creazione dei visual principali e definizione dei claim, oltre alla realizzazione dei layout e degli adattamenti per le diverse tipologie di materiali, da realizzarsi nel primo quadrimestre. Per la seconda e terza annualità è previsto il costo di produzione ed un costo per l'adattamento del visual approvato ai nuovi materiali. La realizzazione dei materiali andrà di pari passo con l'esecuzione delle diverse attività promozionali pianificate. | OPAS | BEN | ENTE ESECUTORE |
| T5.2 | VIDEO PROMOZIONALI  | Il video rappresenta uno strumento immediato e coinvolgente, funzionale a catturare l'interesse dei conumatori sul web. Attraverso il video si aumenterà il livello di coinvolgimento e richiamo e sarà potenziata l'azione dei social e del sito web. È prevista la produzione di un video istituzionale per descrivere il programma, i suoi obiettivi. l'organizzazione proponente e i prodotti della campagna. I prodotti saranno presentati sotto diversi punti di vista come la qualita nutrizionale, l'utilizzo in cucina, il legame con territorio, la sicurezza alimentare e l'attenzione per il benessere animale. Il video sarà realizzato per il sito web e i canali social. | OPAS | BEN | ENTE ESECUTORE |
| **Risultati e bilancio stimato***Elencare i risultati per ogni anno. Fare riferimento solo ai risultati principali. Non includere sottovoci secondarie, documenti di lavoro interni, verbali di riunioni, ecc. Limitare il numero dei risultati a un massimo di 10 per anno.* *Indicare la dotazione finanziaria per ogni anno (garantire la coerenza con la tabella dettagliata della dotazione finanziaria).* |
| **Calendario** |   | ANNO 1 | ANNO 2 | ANNO 3 |
| **Risultati** |  | Creazione identità visiva e realizzazione di circa 3.700 materiali informativi e gadget | Adattamenti identità visiva (visual e layout) e realizzazione di circa 3.700 materiali informativi e gadget | Adattamenti identità visiva (visual e layout) e realizzazione di circa 3.700 materiali informativi e gadget |
| **Bilancio stimato**  | Descrizione | *numero* | *costo unitario (€)* | *totale (€)* | *numero* | *costo unitario (€)* | *totale (€)* | *numero* | *costo unitario (€)* | *totale (€)* |
| Creazione identità visiva e adattamenti per i diversi tipi di materiale | 1 | 10.000 | 10.000 | 1 | 10.000 | 10.000 | 1 | 10.000 | 10.000 |
| Roll up | 7 | 90,00 | 630 | 7 | 90 | 630 | 7 | 90 | 630 |
| Rotair | 30 | 9,00 | 270 | 30 | 9,00 | 270 | 30 | 9,00 | 270 |
| Leaflet | 2.000 | 0,70 | 1.400 | 2.000 | 0,70 | 1.400 | 2.000 | 0,70 | 1.400 |
| Cappellini | 1.100 | 7,00 | 7.700 | 1.100 | 7,00 | 7.700 | 1.100 | 7,00 | 7.700 |
| T-shirt | 600 | 12,00 | 7.200 | 600 | 12 | 7.200 | 600 | 12 | 7.200 |
| Grembiuli | 30 | 18,00 | 540 | 30 | 18 | 540 | 30 | 18 | 540 |
| Costi di spedizione | 1 | 1.760 | 1.760 | 1 | 1.760 | 1.760 | 1 | 1.760 | 1.760 |
| **Subtotale per l’attività 5.1** |   |   | 29.500 |   |   | 29.500 |   |   | 29.500 |
| e/o |
| **Calendario** |   | ANNO 1 | ANNO 2 | ANNO 3 |
| **Risultati** |   | *1 video informativo e promozionale*   |     |    |
| **Bilancio stimato**  |  Descrizione | *numero* | *costo unitario (€)* | *totale (€)* |   |   |   |   |   |   |
| *Editing e montaggio video, inserimento grafiche, didascalie e sottotitoli* | *1* | *5.500* | *5.500* |   |   |   |   |   |   |
| **Subtotale per l’attività 5.2** |   |   | *5.500* |   |   |   |   |   |   |
| **Totale per il pacchetto di lavoro** | 35.000 | 29.500 | 29.500 |

#### Pacchetto di lavoro 6

|  |
| --- |
| **Pacchetto di lavoro 6: EVENTI***Garantire la coerenza con la tabella dettagliata della dotazione finanziaria (ove applicabile).* |
| **Durata:** | M02 - M36 | **Beneficiario principale:** | 1-OPAS |
| **Obiettivi***Elencare gli obiettivi specifici cui è collegato questo pacchetto di lavoro.* |
| Gli obiettivi specifici di tale pacchetto di lavoro sono: 1) aumentare la consapevolezza nei gruppi target (operatori della distribuzione, buyers, consumatori, sportivi) del valore della carne suina europea in termini di sicurezza alimentare, benessere animale, proprietà nutrizionali e qualità gustative; 2) consolidare l'immagine del progetto; 3) veicolare efficacemente i messaggi della campagna promozionale attraverso una serie di eventi presenziali; 4) entrare in contatto diretto con i consumatori aumentando il livello di coinvolgimento |
| **Attività e divisione del lavoro (descrizione del programma di lavoro)***Fornire una panoramica sintetica e precisa del lavoro (compiti pianificati), assegnando specificatamente un’abbreviazione e un numero ad ogni compito. Indicare a quali gruppi di destinatari si rivolgono le attività del pacchetto di lavoro.*Specificare chi prenderà parte a ogni compito: coordinatore (COO), beneficiari (BEN), subappaltatori (se è previsto il subappalto), indicando in grassetto il responsabile principale del compito. *Aggiungere informazioni sul coinvolgimento nel progetto di altri partecipanti (per es. contributi in natura).* ***NB:****Sono consentiti contributi in natura a titolo oneroso (i contributi in natura a titolo gratuito non sono vietati, ma non incidono sui costi; in altri termini, non si possono dichiarare come spese).* *Si prega di indicare chiaramente se i contributi in natura sono a titolo oneroso o gratuito.**Il coordinatore è totalmente responsabile dei compiti di coordinamento, anche se questi ultimi sono delegati ad altri. I compiti del coordinatore non possono essere subappaltati.**In caso di subappalto, compilare anche la tabella sottostante.* |
| Compito n.(numerazione progressiva relativa al WP)   | Denominazione del compito | Descrizione | Partecipanti | Contributi in natura o subappalti(Sì/No e quali)   |
| Nome | Ruolo |
| (COO, BEN, AE, AP, ALTRO) |
| T 6.1 | STAND FIERISTICI | Ogni anno si prevede la partecipazione a due popolari fiere del settore Food & Beverage: IFE - The International Food & Drink Event (Londra - marzo) e Speciality & Fine Food Fair (Londra - settembre) | OPAS | BEN | ENTE ESECUTORE |
| T 6.2 | ALTRI EVENTI | Ogni anno, la campagna sarà presentata al pubblico inglese durante 3 partite dell' United Rugby Championship, la competizione transnazionale di rugby a 15 per i club delle federazioni gallese, irlandese, italiana, scozzese e sudafricana. Grazie alle partnership con i club del Rugby saranno organizzati eventi di promozione e degustazione presso gli stadi, nelle aree dedicate alla stampa, influencer, giocatori (area VIP/Hospitality) e nell'area ristoro (pub/bar) dedicata agli spettatori. L'attività prevedrà la degustazione dei prodotti oggetto di promozione, durante il momento conviviale del "terzo tempo" grazie alla collaborazione dei pub presenti all'interno degli stadi. Sarà data risonanza agli eventi attraverso la pubblicazione di comunicati stampa e la realizzazione di foto, interviste e video che saranno diffuse sul canale social del progetto. | OPAS | BEN | ENTE ESECUTORE |
| T 6.3 | B2B | Verranno svolti degli incontri B2B tra l'OP e gli operatori del mondo della grande distribuzione organizzata al fine di accreditare il programma nel circuito della GDO. | OPAS | BEN | ENTE ESECUTORE |
| **Risultati e bilancio stimato***Elencare i risultati per ogni anno. Fare riferimento solo ai risultati principali. Non includere sottovoci secondarie, documenti di lavoro interni, verbali di riunioni, ecc. Limitare il numero dei risultati a un massimo di 10 per anno.* *Indicare la dotazione finanziaria per ogni anno (garantire la coerenza con la tabella dettagliata della dotazione finanziaria).* |
| **Calendario** |   | ANNO 1 | ANNO 2 | ANNO 3 |
| **Risultati** |  | Partecipazione a due fiere del settore Food and Beverage | Partecipazione a due fiere del settore Food and Beverage | Partecipazione a due fiere del settore Food and Beverage |
| **Bilancio stimato**  | Descrizione | *numero* | *costo unitario (€)* | *totale (€)* | *numero* | *costo unitario (€)* | *totale (€)* | *numero* | *costo unitario (€)* | *totale (€)* |
| Affitto Spazio (18 mq) | 2 | 900 | 32.400 | 2 | 900 | 32.400 | 2 | 900 | 32.400 |
| Materiale di consumo | 2 | 1.350 | 2.700 | 2 | 1.350 | 2.700 | 2 | 1.350 | 2.700 |
| Cuoco | 2 | 2.500 | 5.000 | 2 | 2.500 | 5.000 | 2 | 2.500 | 5.000 |
| 2 Hostess (gg) | 12 | 700 | 8.400 | 12 | 700 | 8.400 | 12 | 700 | 8.400 |
| Foto e riprese video | 2 | 600 | 1.200 | 2 | 600 | 1.200 | 2 | 600 | 1.200 |
| Contatti, invito follow up e promozione evento, report | 2 | 4.250 | 8.500 | 2 | 4.250 | 8.500 | 2 | 4.250 | 8.500 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Subtotale per l’attività 6.1** |   |   | 58.200 |   |   | 58.200 |   |   | 58.200 |
| e/o |
| **Calendario** |   | ANNO 1 | ANNO 2 | ANNO 3 |
| **Risultati** |  | 1 evento promozionale e di degustazione durante 3 partite dell'United Rugby Championship | 1 evento promozionale e di degustazione durante 3 partite dell'United Rugby Championship | 1 evento promozionale e di degustazione durante 3 partite dell'United Rugby Championship |
| **Bilancio stimato**  | Descrizione | *numero* | *costo unitario (€)* | *totale (€)* | *numero* | *costo unitario (€)* | *totale (€)* | *numero* | *costo unitario (€)* | *totale (€)* |
| Costi per organizzazione spazi e personale (area Hospitality/stampa e area ristoro presso lo stadio) | 3 | 41.500 | 124.500 | 3 | 41.500 | 124.500 | 3 | 41.500 | 124.500 |
| Costo coordinamento in loco | 3 | 800 | 2.400 | 3 | 800 | 2.400 | 3 | 800 | 2.400 |
| 2 Hostess/ evento | 6 | 700 | 4.200 | 6 | 700 | 4.200 | 6 | 700 | 4.200 |
| Foto e riprese | 3 | 2.000 | 6.000 | 3 | 2.000 | 6.000 | 3 | 2.000 | 6.000 |
| Contatti, invito follow up e promozione evento, report | 3 | 4.000 | 12.000 | 3 | 4.000 | 12.000 | 3 | 4.000 | 12.000 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Subtotale per l’attività 6.2** |   |   | 149.100 |   |   | 149.100 |   |   | 149.100 |
|  e |
| **Calendario** |   | ANNO 1 | ANNO 2 | ANNO 3 |
| **Risultati** |  | 5 incontri B2B (si ipotizza la presenza 2 referenti per ogni catena contatta a B2B) | 5 incontri B2B (si ipotizza la presenza 2 referenti per ogni catena contatta a B2B) | 5 incontri B2B (si ipotizza la presenza 2 referenti per ogni catena contatta a B2B) |
| **Bilancio stimato**  | Descrizione | *numero* | *costo unitario (€)* | *totale (€)* | *numero* | *costo unitario (€)* | *totale (€)* | *numero* | *costo unitario (€)* | *totale (€)* |
| Affitto sala, noleggio attrezzature allestimento e relativi servizi | 5 | 500 | 2.500 | 5 | 500 | 2.500 | 5 | 500 | 2.500 |
| Pranzo/cena di rappresentanza per 4 persone | 10 | 50 | 500 | 10 | 50 | 500 | 10 | 50 | 500 |
| Contatti, invito follow up e promozione evento, report | 5 | 850 | 4.250 | 5 | 850 | 4.250 | 5 | 850 | 4.250 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Subtotale per l’attività 6.3** |   |   | 7.250 |   |   | 7.250 |   |   | 7.250 |
| **Totale per il pacchetto di lavoro** | 214.550 | 214.550 | 214.550 |

#### Pacchetto di lavoro 7

|  |
| --- |
| **Pacchetto di lavoro 7: PROMOZIONE NEI PUNTI VENDITA***Garantire la coerenza con la tabella dettagliata della dotazione finanziaria (ove applicabile).* |
| **Durata:** | M05 - M36 | **Beneficiario principale:** | 1-OPAS |
| **Obiettivi***Elencare gli obiettivi specifici cui è collegato questo pacchetto di lavoro.* |
| Gli obiettivi specifici di tale pacchetto di lavoro sono: 1) aumentare la consapevolezza nei consumatori del valore e della qualità della carne suina europea in termini di sicurezza alimentare, benessere animale e valori nutrizionali; 2) consolidare l'immagine del progetto; 3) veicolare efficacemente i messaggi della campagna promozionale grazie all'interazione con i consumatori che saranno coinvolti ed intercettati da promoter. |
| **Attività e divisione del lavoro (descrizione del programma di lavoro)***Fornire una panoramica sintetica e precisa del lavoro (compiti pianificati), assegnando specificatamente un’abbreviazione e un numero ad ogni compito. Indicare a quali gruppi di destinatari si rivolgono le attività del pacchetto di lavoro.*Specificare chi prenderà parte a ogni compito: coordinatore (COO), beneficiari (BEN), subappaltatori (se è previsto il subappalto), indicando in grassetto il responsabile principale del compito. *Aggiungere informazioni sul coinvolgimento nel progetto di altri partecipanti (per es. contributi in natura).* ***NB:*** *Sono consentiti contributi in natura a titolo oneroso (i contributi in natura a titolo gratuito non sono vietati, ma non incidono sui costi; in altri termini, non si possono dichiarare come spese).* *Si prega di indicare chiaramente se i contributi in natura sono a titolo oneroso o gratuito.**Il coordinatore è totalmente responsabile dei compiti di coordinamento, anche se questi ultimi sono delegati ad altri. I compiti del coordinatore non possono essere subappaltati.**In caso di subappalto, compilare anche la tabella sottostante.* |
| Compito n.(numerazione progressiva relativa al WP)   | Denominazione del compito | Descrizione | Partecipanti | Contributi in natura o subappalti(Sì/No e quali)   |
| Nome | Ruolo |
| (COO, BEN, AE, AP, ALTRO) |
| T 7.1 | GIORNATE PROMOZIONALI NEI PUNTI VENDITA | Verranno selezionati i PDV delle principali catene della GDO presenti nelle più importanti città del Regno Unito. L’azione promozionale nei pdv consisterà nell'esposizione dei materiali di allestimento e della messa in distribuzione self service dei materiali informativi all'interno dei reparti dedicati alle carni, per un periodo minimo di 2 giorni a PDV. La presenza di una promoter garantirà l'interazione con il pubblico, la diffusione dei messaggi della campagna e la somministrazione dei questionari. | OPAS | BEN | ENTE ESECUTORE |
| **Risultati e bilancio stimato***Elencare i risultati per ogni anno. Fare riferimento solo ai risultati principali. Non includere sottovoci secondarie, documenti di lavoro interni, verbali di riunioni, ecc. Limitare il numero dei risultati a un massimo di 10 per anno.* *Indicare la dotazione finanziaria per ogni anno (garantire la coerenza con la tabella dettagliata della dotazione finanziaria).* |
| **Calendario** |   | ANNO 1 | ANNO 2 | ANNO 3 |
| **Risultati** |  |  7 punti vendita distribuiti su tutto il territorio e 35 giornate di attività informative/promozionali con promoter senza degustazione |  7 punti vendita distribuiti su tutto il territorio e 35 giornate di attività informative/promozionali con promoter senza degustazione |  7 punti vendita distribuiti su tutto il territorio e 35 giornate di attività informative/promozionali con promoter senza degustazione |
| **Bilancio stimato**  | Descrizione | *numero* | *costo unitario (€)* | *totale (€)* | *numero* | *costo unitario (€)* | *totale (€)* | *numero* | *costo unitario (€)* | *totale (€)* |
| Costi di attivazione (affitto spazio, allestimento, logistica materiali) (gg) | 35 | 2.900 | 101.500 | 35 | 2.900 | 101.500 | 35 | 2.900 | 101.500 |
| Hostess (gg) | 35 | 700 | 24.500 | 35 | 700 | 24.500 | 35 | 700 | 24.500 |
| Costi di organizzazione, gestione e formazione del personale e coordinamento in loco per pdv | 7 | 3.950 | 27.650 | 7 | 3.950 | 27.650 | 7 | 3.950 | 27.650 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Subtotale per l’attività 7.1** |   |   | 153.650 |   |   | 153.650 |   |   | 153.650 |
| **Totale per il pacchetto di lavoro** | 153.650 | 153.650 | 153.650 |

**PROCEDURA DI SCELTA DELL’ORGANISMO DI ESECUZIONE DEL PROGRAMMA**

**6. Requisiti per la partecipazione alla gara**

Gli operatori economici (così come definiti dall’art. 65 del D.lgs. 36/2023, applicativo dell’art.19 della Direttiva Comunitaria 2014/24/UE) possono partecipare alla presente gara in forma singola o associata, purché in possesso dei requisiti prescritti dai successivi articoli.

È vietato al concorrente che partecipa alla gara in forma associata di partecipare anche in forma individuale. Nel caso di partecipazione associata, i successivi requisiti di cui all’art. 6.1 devono essere detenuti da tutti i partecipanti al momento della presentazione dell’offerta.

È necessaria, quale requisito di idoneità, l’iscrizione alla CCIAA per attività coerenti con quella oggetto della presente procedura di gara (da attestare tramite copia della visura camerale). Il concorrente non stabilito in Italia, ma iscritto in un altro Stato Membro deve presentare dichiarazione giurata o secondo le modalità vigenti nello stato in cui è stabilito.

\*

**6.1 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 dalla Direttiva 2014/24/UE, ovvero motivi di esclusione legati agli artt. 94 e 95 del D.lgs. 36/2023.

L'inesistenza di questi motivi di esclusione dovrà essere attestata tramite la dichiarazione allegata **(Allegato** **A),** firmata dal legale rappresentante o da soggetto all’uopo delegato.

In caso di raggruppamento temporaneo di imprese, ciascun operatore dovrà produrre tale dichiarazione.

\*

**6.2 Requisiti di capacità economica e finanziaria**

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione:

* deve aver realizzato, nel triennio 2021-2022-2023, un fatturato globale complessivamente non inferiore all’Importo oggetto del Programma e dei Pacchetti di Lavoro, al netto dell’IVA, risultante dalle **dichiarazioni IVA** o imposta equivalente in ambito UE (il predetto requisito deve essere posseduto anche in caso di operatori economici operativi da meno di tre anni).

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato A), firmata dal legale rappresentante o da soggetto all’uopo delegato. In tali di RTI o consorzi i requisiti di cui sopra devono essere posseduti dal raggruppamento o dal consorzio nel suo complesso.

\*

**6.3 Requisiti di capacità tecnica e professionale**

L’operatore economico (singolo o in raggruppamento temporaneo d’imprese) che intende partecipare alla presente gara di selezione deve:

* aver realizzato, nel triennio 2021-2022-2023, servizi oggetto della gara (come di seguito indicati) per un importo non inferiore complessivamente ad euro 300.000,00 (in lettere: euro trecentomila/00) al netto dell’IVA;
* coinvolgere nel Gruppo di Lavoro almeno tre collaboratori, di cui almeno uno che abbia maturato un’esperienza triennale nella gestione di programmi di promozione europei ed almeno uno che abbia maturato un’esperienza triennale nell’attività di gestione di programmi a contribuzione pubblica.

Per servizi oggetto della gara, ai fini della presente clausola, si intendono:

* attività di gestione di progetti/programmi complessi di promozione internazionale;
* attività di gestione di raggruppamenti di aziende e di coordinamento di gruppi di lavoro;
* attività di progettazione e gestione di programmi a contribuzione pubblica;
* attività di organizzazione eventi e incoming.

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (**Allegato A**) firmata dal legale rappresentate (o da soggetto all’uopo delegato) del soggetto proponente e l’invio dei CV delle figure professionali previste nell’esecuzione dell’incarico. Tali requisiti devono essere posseduti dall’operatore economico o dal raggruppamento temporaneo d’imprese nel suo complesso.

\*\*\*

**7. Commissione giudicatrice e criteri di aggiudicazione**

7.1 La **Commissione giudicatrice è nominata dopo la scadenza del termine per la presentazione delle offerte** ed è composta da un numero dispari al massimo di 5 membri, esperti nello specifico settore cui si riferisce l’oggetto del contratto.

7.2 La Commissione giudicatrice verifica il possesso dei requisiti per l’ammissione alla procedura dei concorrenti ed è responsabile della valutazione delle loro offerte tecniche ed economiche.

7.3 Il Servizio sarà aggiudicato con il criterio del miglior rapporto qualità-prezzo tenendo conto dell'offerta tecnica e dell'offerta economica.

7.4 In presenza di una sola offerta valida, l’Organismo Appaltante ha il diritto di procedere o meno all'aggiudicazione dell'appalto.

7.5 In caso di parità nel punteggio ottenuto, l'appalto sarà aggiudicato al concorrente che avrà riportato il punteggio più alto nell'offerta tecnica. In caso di parità sia dell'offerta economica che dell'offerta tecnica, l'Organismo Appaltante procederà mediante sorteggio.

7.5 Gli aspetti qualitativi del servizio e il prezzo sono presi in considerazione congiuntamente, pertanto, i 100 punti totali saranno valutati nelle seguenti proporzioni:

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

7.6 Per l'assegnazione del punteggio, i seguenti criteri sono stabiliti con i relativi sotto criteri:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Criteri di aggiudicazione** | **Sotto criteri** | **Punteggio massimo** |
| **i - Qualità dell'azione** |  |
| **1. STRATEGIA GLOBALE** | a) Articolazione della strategia: coerenza tra gli obiettivi previsti e la strategia adottata nel Paese Target | 12 |
| **2. APPROCCIO METODOLOGICO E STRUTTURA DELLE ATTIVITÀ** | a) modalità di realizzazione delle azioni: descrizione delle modalità operative utilizzate per l'erogazione dei servizi e relativa coerenza con le finalità e gli obiettivi della campagna di comunicazione proposta per il progetto. | 18 |
| b) descrizione di raggiungimento degli obiettivi specifici indicati nel capitolo “obiettivi specifici”. | 15 |
| **3. Piano d'azione dettagliato / Piano temporale** | a) Chiarezza e conformità del piano d'azione proposto. Realismo ed efficienza dei risultati proposti e dei tempi delle azioni. | 15 |
|  **Punteggio** massimo **attribuibile** | **60** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Criteri di aggiudicazione** | **Sotto criteri** | **Punteggio massimo** |
| **ii - Capacità operativa** | a) Qualità del Gruppo di Lavoro proposto in relazione alle figure professionali aggiuntive, rispetto a quelle minime di cui all’art. 6.3. | 3 |
| b) Esperienza nella gestione tecnica e amministrativa di progetti finanziati da fondi pubblici/Programmi | 8 |
| c) Esperienza lavorativa per attività svolte nei mercati di riferimento | 9 |
| **Punteggio** massimo **attribuibile** | **20** |

Ciascun membro della Commissione giudicatrice valuterà ogni offerta, assegnando per ogni criterio/sottocriterio, un coefficiente qualitativo con valore variabile compreso tra zero e uno secondo la seguente griglia di valutazione:

• non trovato 0

• valutazione insignificante 0.1

• valutazione appena sufficiente 0,2

• valutazione sufficiente 0,3

• valutazione tra sufficiente / equo 0,4

• valutazione equa 0,5

• valutazione tra giusto/buono 0,6

• valutazione buona 0,7

• valutazione tra buona / ottimo 0.8

• valutazione ottimo 0,9

• valutazione eccellente 1

7.7 La Commissione calcolerà, poi, la media dei coefficienti assegnati dai singoli commissari per ciascun sotto criterio ed attribuirà il punteggio per lo stesso moltiplicando detta media per il punteggio massimo del sotto criterio oggetto di valutazione.

7.8 Il punteggio definitivo di ciascuna offerta tecnica sarà, quindi, dato dalla sommatoria dei punteggi di ciascun sotto criterio, calcolato sulla base del metodo sopra indicato. Ai fini dell'attribuzione e del calcolo dei punteggi, tutti i valori non interi saranno approssimati fino alla seconda cifra decimale.

7.9 La Commissione giudicatrice procederà successivamente all'esame dell'offerta economica e assegnerà punteggi in base a quanto dichiarato, fino ad un massimo di 20 punti, secondo la tabella sottostante:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Criteri di aggiudicazione** |  | **Punteggio massimo** |
| **iii) TARIFFA** | valutazione dell'offerta economica a fronte del corrispettivo dell'operatore partecipante secondo la formula di seguito indicata. | 20 |
|   |  **Punteggio** massimo **attribuibile** | **20** |

la Commissione giudicatrice procederà alla valutazione dell'offerta economica assegnando il punteggio utilizzando la seguente formula:

punteggio dell'offerta economica per la commissione dell'operatore considerata = [(Commissione Minima%) / (Commissione% X)] \* 10

Dove:

* *“Commissione Minima%”*, indica la percentuale del corrispettivo relativo all'offerta economica per il corrispettivo dell'operatore economico partecipante che è la più bassa tra quelle presentate;
* *“Commissione% X”*: è la percentuale del corrispettivo relativo all'offerta economica dell'operatore economico considerato.

7.10 Ai fini dell'attribuzione e del calcolo dei punteggi, tutti i valori non interi saranno approssimati fino alla seconda cifra decimale.

**Nell’offerta economica dovrà essere indicato, a pena di esclusione, il costo del personale, anche alla luce dell’offerta tecnica**.

7.11 Ai fini dell'attribuzione e del calcolo dei punteggi, tutti i valori non interi saranno approssimati fino alla seconda cifra decimale.

\*\*\*

7.12 Sulla base dei punteggi attribuiti a ciascuna offerta ricevuta, verrà stilata la classifica. L’aggiudicazione sarà effettuata a favore del concorrente che ha presentato un'offerta che ha ottenuto il punteggio complessivo più alto (punteggio dell'offerta tecnica + punteggio dell'offerta economica).

\*\*\*

7.13 L'Organismo Appaltante non è tenuto a corrispondere alcun compenso alle imprese concorrenti, per qualsiasi motivo o titolo, per le offerte presentate.

7.14 L'Organismo Appaltante procederà all'aggiudicazione anche nel caso in cui venga presentata una sola offerta valida, purché dallo stesso ritenuta opportuna.

7.15 L'Organismo Appaltante non procederà all'aggiudicazione qualora, sulla base della propria insindacabile valutazione discrezionale, nessuna offerta sia considerata conveniente in relazione all'oggetto del servizio da affidare.

7.16 Nel caso in cui il contraente non si presenti alla stipula del contratto o in cui sia accertata la falsità delle dichiarazioni rese, l'Organismo Appaltante si riserva il diritto di assegnare l'incarico all'operatore economico successivamente inserito nella graduatoria, una volta effettuati i controlli di routine.

\*\*\*

**8. Presentazione**

**8.1 Modalità di presentazione delle proposte e scadenza**

La documentazione può essere redatta in lingua italiana o inglese e dovrà pervenire all'Organismo Appaltante entro e non oltre il 02.05.2024 alle ore 12.00 in una delle due seguenti opzioni:

1. a **mezzo corriere o raccomandata** dell'offerta in formato cartaceo ed elettronico - su CD o chiavetta USB - da parte del partecipante alla gara, restando a carico dell’operatore economico ogni responsabilità in merito all’effettiva consegna del plico nel termine indicato;
2. tramite **posta elettronica certificata all’indirizzo** opas@legalmail.it.

Tutti i documenti devono essere debitamente firmati e timbrati.

In caso di presentazione dell'offerta in formato cartaceo, il plico deve riportare all’esterno (a pena di esclusione) la seguente dicitura: "NON APRIRE: CONTIENE OFFERTA TRAMITE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ENTE ESECUTORE – [NOME DELLA SOCIETÀ] – [DENOMINAZIONE BUSTA].”

In caso di invio tramite posta elettronica certificata, l'oggetto dovrà recare (a pena di esclusione) la seguente dicitura: "NON APRIRE: CONTIENE OFFERTA TRAMITE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ENTE ESECUTORE – [NOME DELL'AZIENDA] – [DENOMINAZIONE BUSTA]". I partecipanti alla gara possono inviare l’offerta tramite più di un messaggio di posta elettronica, se gli allegati superano la dimensione di 100 mb. Ogni allegato alla PEC dovrà essere protetto da password univoca, che verrà rivelata dal mittente il giorno della gara.

Se è necessario inviare la domanda tramite più di un messaggio di posta elettronica (certificato), tutti i messaggi devono essere ricevuti entro e non oltre l'ora e la data di invio sopra indicate e l'oggetto della comunicazione, oltre a recare la dicitura di cui sopra, deve indicare il numero del messaggio sul numero totale di messaggi forniti (ad esempio "PARTE 1 DI 3”, “PARTE 2 DI 3" e "PARTE 3 DI 3").

La consegna tempestiva delle offerte è a rischio esclusivo del mittente.

\*

**Indirizzo postale** al quale devono essere inviate le proposte entro il suddetto termine:

Via Guastalla 21/A – 41012 Carpi (MO)

All’attenzione di Antonio Rodà

**Indirizzo di posta elettronica certificata**: **opas@legalmail.it.**

\*

Il materiale sarà messo a disposizione, al momento opportuno, della commissione giudicatrice che l’Organismo Appaltante nominerà per svolgere le attività di selezione.

\*

Gli operatori economici interessati a partecipare devono, a pena di esclusione, inviare tutta la documentazione necessaria in un pacchetto contenente 3 buste o tramite PEC che dovranno contenere:

Modalità di invio cartaceo BUSTA A - documentazione amministrativa:

1. Allegato A sottoscritto dal rappresentante legale o da soggetto appositamente delegato;
2. documento di identità del/dei sottoscrittore/i;
3. copia visura CCIAA oppure iscrizione in un registro commerciale tenuto nello Stato membro in cui l’operatore economico ha sede;
4. copia cartacea del presente capitolato sottoscritta in ogni pagina ai fini della sua accettazione.

Modalità di invio tramite PEC- BUSTA A - documentazione amministrativa:

1. Allegato A sottoscritto digitalmente in formato Cades oppure Pades;
2. Copia visura CCIAA oppure iscrizione in un registro commerciale tenuto nello Stato membro in cui l’operatore economico ha sede;
3. copia del presente capitolato sottoscritta digitalmente ai fini della sua accettazione.

In caso di RTI o consorzi, non ancora costituito i documenti di cui alla BUSTA A dovranno essere sottoscritti nelle modalità sopra indicate da tutti i componenti del raggruppamento e/o consorzi. Dovrà, inoltre, essere presentata una dichiarazione, sottoscritta da tutti i membri del costituendo raggruppamento, recante l’espresso impegno, in caso di aggiudicazione, a conferire mandato gratuito con rappresentanza ad una di essi, che svolgerà le funzioni di mandatario del raggruppamento. Nella medesima dichiarazione, dovranno, altresì, essere indicate le prestazioni che verranno svolte da ciascun membro del raggruppamento. In caso di raggruppamenti di tipo orizzontale, nei quali tutti gli operatori svolgeranno le medesime prestazioni, dovranno, invece, essere indicate le quote di esecuzione.

Modalità di invio cartaceo BUSTA B - offerta tecnica

MAX 30 CARTELLE (ES. 30 FOGLI WORD (30 battute per venti righe times new roman 14 – 30 SLIDE PPT). Le parti eccedenti i limiti sopra indicati non verranno considerate ai fini dell’attribuzione del punteggio.

1. PRESENTAZIONE DELL'OPERATORE ECONOMICO partecipante al Bando in termini di esperienza maturata nel settore della promozione/informazione su prodotti alimentari, esperienza nella realizzazione delle azioni previste.
2. STRATEGIA COMPLESSIVA - L’operatore economico dovrà articolare la propria proposta proponendo tipologie di attività e le modalità realizzative che ritiene maggiormente efficaci per la realizzazione degli obiettivi.
3. APPROCCIO METODOLOGICO E STRUTTURA DELLE ATTIVITÀ – Per ogni tipologia di attività riportata nel capitolato, dovranno essere descritti gli specifici interventi che s'intendono porre in essere per raggiungere gli obiettivi. Le attività e i relativi interventi dovranno essere coerenti con la strategia proposta.
4. CAPACITA' OPERATIVA - Le esperienze e i ruoli specifici del Gruppo di Lavoro da dedicare al Programma e le esperienze specifiche raggiunte nei paesi target.

Modalità di invio tramite PEC della BUSTA B - offerta tecnica

MAX 30 CARTELLE (ES. 30 FOGLI WORD – 30 SLIDE PPT). MAX 30 CARTELLE (ES. 30 FOGLI WORD (30 battute per venti righe times new roman 14 – 30 SLIDE PPT). Le parti eccedenti i limiti sopra indicati non verranno considerate ai fini dell’attribuzione del punteggio.

1. PRESENTAZIONE DELL'OPERATORE ECONOMICO partecipante al Bando in termini di esperienza maturata nel settore della promozione/informazione su prodotti alimentari, esperienza nella realizzazione delle azioni previste.
2. STRATEGIA COMPLESSIVA - L’operatore economico dovrà articolare la propria proposta proponendo tipologie di attività e le modalità realizzative che ritiene maggiormente efficaci per la realizzazione degli obiettivi.
3. APPROCCIO METODOLOGICO E STRUTTURA DELLE ATTIVITÀ – Per ogni tipologia di attività riportata nel capitolato, dovranno essere descritti gli specifici interventi che s'intendono porre in essere per raggiungere gli obiettivi. Le attività e i relativi interventi dovranno essere coerenti con la strategia proposta.
4. CAPACITA' OPERATIVA - Le esperienze e i ruoli specifici del Gruppo di Lavoro da dedicare al Programma e le esperienze specifiche raggiunte nei paesi target.

**NB: A PENA DI ESCLUSIONE, le offerte tecniche presentate in formato cartaceo dovranno essere sottoscritte, in ogni pagina, da tutti gli operatori. In caso di raggruppamenti RTI o consorzi non ancora costituiti le offerte dovranno essere sottoscritte con le medesime modalità da tutti i membri del costituendo raggruppamento o consorzio.**

**A PENA DI ESCLUSIONE, le offerte presentate in formato digitale dovranno essere sottoscritte con firma digitale Cades o Pades da tutti gli operatori. In caso di raggruppamenti RTI o consorzi non ancora costituiti le offerte dovranno essere sottoscritte con le medesime modalità da tutti i membri del costituendo raggruppamento o consorzio.**

**Le offerte tecniche non dovranno contenere alcun riferimento a quanto indicato dal concorrente nell’offerta economica, pena l’ESCLUSIONE DALLA PROCEDURA.**

BUSTA C - Offerta economica in formato cartaceo o digitale contenete il ribasso percentuale rispetto all’importo complessivo di 1.844.600, IVA esclusa.

La percentuale di ribasso andrà indicata sia in lettere, che in cifre; in caso di discordanza prevarrà l’indicazione espressa in lettere.

**A pena di esclusione dovranno essere indicati i costi del personale**.

**NB: A PENA DI ESCLUSIONE, le offerte economiche presentate in formato cartaceo dovranno essere sottoscritte, in ogni pagina, da tutti gli operatori. In caso di raggruppamenti RTI o consorzi non ancora costituiti le offerte dovranno essere sottoscritte con le medesime modalità da tutti i membri del costituendo raggruppamento o consorzio.**

**A PENA DI ESCLUSIONE, le offerte economiche presentate in formato digitale dovranno essere sottoscritte con firma digitale Cades o Pades da tutti gli operatori. In caso di raggruppamenti RTI o consorzi non ancora costituiti le offerte dovranno essere sottoscritte con le medesime modalità da tutti i membri del costituendo raggruppamento o consorzio.**

\*

**8.2 Modalità di apertura delle offerte**

8.1 La Commissione giudicatrice sarà nominata dall’Organismo appaltante dopo la scadenza del termine per la presentazione delle offerte.

8.2 La Commissione si riunirà per l’inizio delle operazioni relative all’ammissione e alla valutazione delle offerte in seduta pubblica, alla quale potrà partecipare il legale rappresentate o suo delegato per ciascun concorrente, il giorno 03 maggio 2024 dalle ore 10 presso la sede operativa dell’Organismo appaltante o con collegamento da remoto, previa richiesta da inviare all’indirizzo e-mail opas@legalmail.it entro le ore 18 del giorno 02 maggio 2024.

8.3 Nella prima riunione la Commissione procederà in seduta pubblica all’apertura dei plichi e dei file relativi alla Busta A – documentazione amministrativa, procedendo all’esame della stessa ed assegnando eventuali termini per il soccorso istruttorio nei casi previsti dal successivo art. 9.1 del presente Capitolato, rinviando ad una successiva seduta pubblica l’esame della documentazione ricevuta in virtù del suddetto soccorso istruttorio.

8.4 Concluso l’esame della documentazione amministrativa ed individuati i concorrenti ammessi alla procedura, la Commissione procederà, in seduta pubblica, all’apertura dei plichi e dei file relativi alla Busta B, riunendosi poi in seduta riservata per la valutazione delle offerte tecniche e per l’attribuzione dei relativi punteggi.

8.5 Terminate le valutazioni delle offerte tecniche la Commissione procederà in seduta pubblica, previo avviso ai concorrenti ammessi alla procedura, alla comunicazione dei punteggi assegnati alle suddette offerte e, nella medesima seduta, all’apertura delle Buste C contenenti le offerte economiche e alla valutazione delle stesse. Verranno di seguito attribuiti i punteggi definitivi e formulata la relativa graduatoria. Concluse queste operazioni la Commissione formulerà la proposta di aggiudicazione della procedura, che verrà sottoposta all’Organismo Appaltante per le conseguenti determinazioni in merito all’ aggiudicazione e, previa verifica sul possesso dei requisiti, alla successiva stipula del contratto, ove ne sussistano i presupposti e le condizioni, anche alla luce delle previsioni di cui al precedente art. 7.15

8.6 Tutti i partecipanti saranno tempestivamente informati dell'esito della procedura di valutazione via e-mail. I risultati saranno **pubblicati anche sul sito** [**https://opas-coop.it**](https://opas-coop.it) **entro il giorno 6 maggio 2024.**

Ulteriori informazioni possono essere richieste al seguente indirizzo e-mail: antonio.roda@opas-coop.it

\*\*\*

**9 Documenti di gara**

- AVVISO

- CAPITOLATO TENICO

- ALLEGATO A

**9.1 Indicazioni rispetto alle irregolarità della documentazione amministrativa**

Le carenze di qualsiasi elemento formale della domanda possono essere sanate attraverso le richieste di integrazioni e/o documentazione da parte dell’Organismo Appaltante. In particolare, in caso di mancanza, incompletezza e di ogni altra irregolarità essenziale della documentazione presentata, con esclusione di quelle afferenti all'offerta economica e all'offerta tecnica, l’Organismo Appaltante assegna al concorrente un termine, non superiore a dieci giorni, perché siano rese, integrate o regolarizzate le dichiarazioni necessarie, indicandone il contenuto e i soggetti che le devono rendere. In caso di inutile decorso del termine di regolarizzazione, il concorrente è escluso dalla gara. Costituiscono irregolarità essenziali non sanabili le carenze della documentazione che non consentono l'individuazione del contenuto o del soggetto responsabile della stessa.

E’, pertanto, responsabilità dell'aggiudicatario:

1. Esecuzione dei Servizi oggetto del contratto, in piena e incondizionata accettazione del contenuto delle presenti Specifiche;

2. Rispetto di tutte le indicazioni contenute nel presente disciplinare, anche se non specificamente richiamate nel presente articolo, delle norme e dei regolamenti vigenti sia a livello nazionale che regionale, nonché di quelli che potranno essere emanati durante il periodo contrattuale (ivi compresi i regolamenti e le ordinanze comunali), con particolare riguardo a quelli relativi all'igiene e alla sicurezza e comunque relativi all'oggetto del contratto.

\*\*\*

**10. RELAZIONI TRA L'ORGANISMO DI ESECUZIONE E L'ORGANISMO APPALTANTE**

L'aggiudicatario dovrà individuare il Referente, responsabile del servizio che avrà l'obbligo di collaborare strettamente con l’Organismo Appaltante e il comitato direttivo del progetto nella realizzazione del Servizio oggetto del contratto, nonché nella risoluzione operativa di problemi relativi a particolari esigenze delle attività.

L’aggiudicatario dovrà impegnarsi a rispettare il modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.lgs. 231/01, con i relativi Codice Etico e sistema disciplinare adottati dall’Organismo Appaltante e reperibili all’indirizzo <https://opas-coop.it/noi-di-opas/modello-231-e-codice-etico/> (il “*MOG*”). In particolare, l’aggiudicatario dovrà formalmente impegnarsi a rispettare i contenuti, i principi, e le procedure del MOG e ad astenersi da qualsivoglia comportamento atto a configurare le ipotesi di reato indicate nel D.Lgs 231/01 e sue successive modifiche ed integrazioni, riportate nel MOG. Gli impegni di cui sopra dovranno essere assunti dall’aggiudicatario anche dal Gruppo di Lavoro e da ogni soggetto coinvolto nell’esecuzione dei Pacchetti di Lavoro.

\*\*\*

**11. SUBAPPALTO**

È ammesso il subappalto alle condizioni di seguito indicate. L’Organismo di Esecuzione dovrà indicare nel Capitolato Tecnico le prestazioni che intende subappaltare.

In caso di mancata indicazione il subappalto sarà vietato.

Resta inteso che non può essere subappaltata l’integrale esecuzione delle prestazioni oggetto di affidamento.

Il subappalto è ammesso esclusivamente previa autorizzazione dell’Organismo Appaltante nei termini che verranno stabiliti dal contratto, stipulato successivamente all’aggiudicazione.

\*\*\*

**12. RISOLUZIONE PER GRAVE INADEMPIMENTO**

12.1 Ferma l’applicabilità degli artt. 1453 e 1454 del codice civile, il contratto tra l’aggiudicatario/Organismo di Esecuzione e l’Organismo Appaltante potrà essere risolto di diritto da quest’ultimo ai sensi dell’art. 1456 in caso di:

12.1.1 interruzione o sospensione delle prestazioni, da parte dell’Organismo di Esecuzione, senza giustificato motivo per oltre 15 giorni lavorativi;

12.1.2 inadempienza grave alle norme di legge sulla prevenzione degli infortuni, la sicurezza sul lavoro, l’assunzione, regolarizzazione, protezione e assistenza dei lavoratori, le assicurazioni obbligatorie del personale e al pagamento delle spettanze a questi dovute;

12.1.3 frode nell’esecuzione del contratto e delle prestazioni;

12.1.4 manifesta e accertata incapacità o inidoneità, anche solo legale, nell’esecuzione del contratto e delle prestazioni;

12.1.5 perdita, da parte dell’Organismo di Esecuzione, dei requisiti di cui ai precedenti artt. 6, 6.1, 6.2 e 6.3 del presente capitolato, nonché di ogni altro requisito necessario per l’esecuzione delle prestazioni, quali ad esempio l’avvio di una qualunque delle procedure disciplinata dal codice della crisi d’impresa di cui al Decreto Legislativo 12 gennaio 2019, n. 14 e s.m.i. o normative analoghe del Paese dell’aggiudicatario;

12.1.6 non rispondenza delle prestazioni fornite alle specifiche di contratto e allo scopo del l’opera;

12.1.7 subappalto non autorizzato;

12.1.8 gravi violazioni delle disposizioni in materia di tracciabilità dei flussi finanziari di cui all’art. 3 della legge 136/2010 nei casi di sua applicabilità.

12.1.9 per violazione da parte dell’aggiudicatario e/o dei soggetti dallo stesso coinvolti nell’esecuzione dei Pacchetti di Lavoro dei precetti del MOG, nonché in caso di commissione di reati presupposto ai sensi del D.Lgs. 231/2001;

12.1.10 la irrogazione di misure sanzionatorie o cautelari che non consentano, o limitino fortemente, l’esercizio dell’attività.

12.2 In caso di risoluzione del contratto e/o in tutte le altre ipotesi di scioglimento del vincolo contrattuale, l’Organismo appaltante avrà facoltà di affidare il contratto agli operatori economici che hanno partecipato alla presente procedura e sono stati ammessi nella graduatoria definitiva, tramite scorrimento della stessa.

L’Organismo Appaltante ha la facoltà di verificare la buona attuazione del servizio con il supporto di agenti scelti a sua discrezione. In caso di risoluzione del contratto, l'aggiudicatario si impegna in ogni caso a proseguire l'incarico, alle medesime condizioni, per un massimo di tre mesi. L’Organismo Appaltante sostituirà l'offerente con i successivi candidati nella graduatoria della gara.

\*\*\*

**13. CONTENZIOSO**

Per la risoluzione di tutte le controversie che dovessero insorgere nell'esecuzione del servizio, che non possono essere definite brevemente dalle parti contraenti, il foro competente in via esclusiva quello di Modena (Italia).

\*\*\*

**14. PROPRIETÀ E DIRITTI D'USO**

I diritti di proprietà e/o di utilizzo e di sfruttamento economico dei risultati, predisposti o creati dall'aggiudicatario o dai suoi dipendenti e collaboratori nell'ambito o in occasione dell'esecuzione del servizio, rimarranno di proprietà esclusiva dell’Organismo Appaltante che potrà, pertanto, disporre senza alcuna restrizione la pubblicazione, diffusione, utilizzo, duplicazione di tali opere intellettuali o materiali, salvo quanto previsto dal diritto dell'Unione Europea.

Tali diritti, ai sensi della Legge n. 633/41 "Tutela del diritto d'autore e degli altri diritti concessi al suo esercizio" come modificata e integrata dalla Legge 248/00, devono intendersi trasferiti, acquisiti e concessi in licenza in modo perpetuo, illimitato e irrevocabile. L'aggiudicatario si impegna a consegnare tutti i prodotti in un formato aperto e modificabile e si impegna espressamente a fornire all’Organismo Appaltante, in qualità di Organismo Appaltante, tutta la documentazione e il materiale necessari per l'effettivo sfruttamento dei diritti di proprietà esclusiva, nonché a firmare tutti i documenti necessari per l'eventuale trascrizione di tali diritti a favore dell’Organismo Appaltante i in eventuali registri o elenchi pubblici.

\*\*\*

**15. TRATTAMENTO DEI DATI**

15.1 Ai sensi del D.Lgs. 196/2003, così come integrato dal D.Lgs. 101/2018 e dal Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 (di seguito collettivamente il "*GDPR*"), **il conferimento dei dati indicati nel presente documento e previsti dagli allegati, che verranno raccolti dall’Organismo Appaltante, è necessario ai fini della partecipazione alla procedura o per l’aggiudicazione del contratto con l'Organismo Appaltante**. **Pertanto, il mancato conferimento dei dati richiesti dal Quadro Normativo, dalla normativa applicabile e dal presente documento, comportando l’impossibilità di trattamento dei dati, determina l’esclusione dalla gara poiché impedisce l’analisi dei documenti d’offerta.**

15.2 Le finalità del trattamento dei dati conferiti sono:

1. la gestione della procedura di gara e dell’aggiudicazione;
2. la stipula e la gestione del contratto con l’aggiudicatario per l’esecuzione dei Pacchetti di Lavoro;
3. la gestione delle comunicazioni e delle informazioni richieste dagli enti pubblici e da quelli di controllo, necessari per una corretta gestione e rendicontazione delle attività svolte nell’ambito del Programma ed in esecuzione dei Pacchetti di Lavoro;
4. adempimenti previsti dal Quadro Normativo e dalla normativa applicabile al presente bando;

15.3 I dati conferiti verranno conservati:

- per i soggetti non risultati aggiudicatari, nei limiti dei principi di pertinenza e minimizzazione, per un periodo massimo pari ad anni 2 (due) dalla data della gara, al fine di permettere l’esercizio del diritto di difesa;

- per l’aggiudicatario, sempre in applicazione dei principi di pertinenza e minimizzazione, per un periodo di anni 6 (sei) successivi alla rendicontazione finale del Programma.

15.4 I dati saranno trattati sia su supporto cartaceo che magnetico, anche successivamente all'eventuale instaurazione del rapporto contrattuale.

15.5 I dati non saranno soggetti a diffusione, ma solo a comunicazione a fronte della necessità di adempiere obblighi imposti dal Quadro Normativo, dalla normativa applicabile al bando e/o a richieste avanzate da parte delle autorità pubbliche.

15.6 Il Regolamento UE 2016/679 (artt. da 15 a 22) conferisce agli interessati l’esercizio di specifici diritti. In particolare, in relazione al trattamento dei propri dati personali, l’interessato ha diritto di chiedere:

* 1. l’accesso: l’interessato può chiedere conferma che sia o meno in essere un trattamento di dati che lo riguardi, oltre a maggiori chiarimenti circa le informazioni di cui alla presente informativa;
	2. la rettifica: l’interessato può chiedere di rettificare o integrare i dati che ha fornito, qualora inesatti o incompleti;
	3. la cancellazione: l’interessato può chiedere che i suoi dati vengano cancellati, qualora non siano più necessari alle suddette finalità, in caso di revoca del consenso o sua opposizione al trattamento, in caso di trattamento illecito, ovvero sussista un obbligo legale di cancellazione;
	4. la limitazione: l’interessato può chiedere che i suoi dati siano trattati solo ai fini della conservazione, con esclusioni di altri trattamenti, per il periodo necessario alla rettifica dei suoi dati, in caso di trattamento illecito per il quale si oppone alla cancellazione, qualora debba esercitare i suoi diritti in sede giudiziaria e i dati conservati possano essere utili e, infine, in caso di opposizione al trattamento e sia in corso una verifica sulla prevalenza dei motivi legittimi del titolare rispetto ai suoi;
	5. l’opposizione: l’interessato può opporsi in qualunque momento al trattamento dei suoi dati, salvo che vi siano motivi legittimi per procedere al trattamento che prevalgano sui suoi, per esempio per l’esercizio o la difesa in sede giudiziaria;
	6. la portabilità: l’interessato può chiedere di ricevere i suoi dati, o di farli trasmettere ad altro titolare dallo stesso indicato, in un formato strutturato, di uso comune e leggibile da dispositivo automatico.

Inoltre, l’interessato ha diritto di proporre reclamo, qualora ritenga che i propri diritti siano stati violati, nei confronti dell’Autorità di Controllo, che in Italia è il Garante per la Protezione dei Dati Personali.

Il titolare del trattamento è O.P.A.S. Organizzazione Prodotto Allevatori Suini Soc. Coop. a r.l., con sede in Via Cappello 5 – 46100 Mantova (MN).

Per esercitare i citati diritti, l’interessato potrà, a propria scelta, inviare al Titolare:

* + una comunicazione postale, indirizzata a, titolare presso la sede legale di Via Cappello 5 – 46100 Mantova (MN);
	+ inviare una e-mail all’indirizzo: privacy@opas-coop.it

\*\*\*

**Eventuali quesiti e/o richieste di chiarimento rispetto alla presente procedura dovranno essere inviati all’indirizzo PEC** **opas@legalmail.it** **entro e non oltre le ore 12 del 24 aprile 2024. Le risposte verranno pubblicate in forma anonima sul sito** [**https://opas-coop.it/news/**](https://opas-coop.it/news/)

**Unico responsabile della procedura**

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