

## CAPITOLATO TECNICO

### PROCEDURA DI SELEZIONE DELL'ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DENOMINATO: SAVOR QUALITY FROM EUROPE ("SQE")

#### 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI

Il **BENEFICIARIO, CONSORZIO VINO NOBILE MONTEPULCIANO** (qui nominato come "organismo proponente"), con legale e operativa in Via di San Donato, 21 - CAP 53035 Montepulciano (Siena)- ITALIA, P.IVA IT00944360528, tel. +39 0578 757812 e-mail: p.solini@consorziovinonobile.it, PEC: consorziovinonobilemontepulciano@pec.it in qualità di capofila.

#### *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 (qui nominato "organismo di esecuzione") incaricato della realizzazione delle azioni rivolte al raggiungimento degli obiettivi previsti dal Programma triennale denominato "SAVOR QUALITY FROM EUROPE ("SQE"). avente come mercati target CANADA e USA e come prodotti VINO e OLIO. Il suddetto programma è stato presentato alla Commissione Europea nell'ambito della "Call for proposals AGRIP-SIMPLE-2024 – Promotion of agricultural products (AGRIP-SIMPLE-2024-IM-EU QS)".

Gli operatori economici in possesso dei requisiti indicati nei Regolamenti UE sopra menzionati, così come specificato nei paragrafi seguenti, sono invitati a presentare un'offerta (proposta tecnica ed economica) attenendosi puntualmente alle indicazioni contenute all'interno del presente CAPITOLATO TECNICO.

#### 2 NORMATIVA E DOCUMENTAZIONE DI RIFERIMENTO

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

- **regolamento (UE) n. 1144/2014** del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 22 ottobre 2014, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi e che abroga il regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio,
- **regolamento delegato (UE) 2015/1829** della Commissione, del 23 aprile 2015, che integra il regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi,
- **regolamento di esecuzione (UE) 2015/1831** della Commissione, del 7 ottobre 2015, recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi.

- **Orientamenti sulla procedura di gara** di cui alla nota della Commissione Europea ddg1.B5/MJ/db D(2016)3210777
- **Decreto del Direttore Generale del Dipartimento della sovranità alimentare dell'ippica** - Direzione generale degli affari generali del bilancio del Ministero dell'Agricoltura della Sovranità Alimentare e delle Foreste (MASAF- Prot. Interno N.0532478 del 10/10/2024).

### 3 INFORMAZIONI PRINCIPALI

#### 3.1 Prodotti oggetto di promozione

**Vino Nobile di Montepulciano - DOCG – vino – 2204 21 66**

**Vino Rosso di Montepulciano - DOC**

**Vin Santo di Montepulciano - DOC**

**Tuscan PGI extra virgin olive oil - grassi vegetali – 1509 10 20**

**Siena extra virgin olive oil PDO**

**Lucca extra virgin olive PDO**

**Seggiano extra virgin olive oil PDO**

**Chianti Classico Olive Oil PDO**

#### 3.2 Mercati Target

**Canada e Usa**

#### 3.3 Obiettivi del Programma

**Obiettivo generale 1:** Migliore riconoscimento della qualità dei prodotti UE (e del ruolo delle politiche agricole UE) da parte dei consumatori di fascia alta e dei professionisti e della stampa Ho.Re.Ca., raggiunto attraverso attività di informazione e promozione specifiche basate sulla narrazione tecnica, culturale ed esperienziale dei prodotti testimonial. Il livello finale di consapevolezza sarà misurato attraverso un sondaggio qualitativo distribuito su un campione, definito come rappresentativo dei target group

**Obiettivo generale 2:** Aumento della competitività sui mercati target, ottenuto attraverso maggiori ricavi, principalmente legati a un maggiore volume di consumo (derivante sia da un maggiore consumo complessivo che dalla sostituzione di prodotti locali di qualità inferiore). Questo aumento di competitività è misurato dal ROI del progetto.

#### 3.4 Durata del programma

In caso di approvazione del progetto, il servizio ha la durata di 36 mesi decorrenti dalla data di avvio del programma, salvo potenziali periodi di sospensione.

### **3.5 Budget relativo alle azioni comprensivo di fee dell'Organismo di Esecuzione per il quale viene indetto il bando di gara**

#### **€ 1.458.540 al netto di IVA**

I soggetti interessati a partecipare al bando di gara dovranno presentare un'offerta tenendo in considerazione il budget complessivo sopra evidenziato, comprensivo del compenso dell'Organismo di Esecuzione che dovrà essere compreso tra un **minimo del 9% ed un massimo del 11%** del costo totale delle azioni e dovrà essere calcolato scorporandolo dal costo totale dell'azione.

### **3.6 Suddivisione in lotti**

Il Programma non è suddiviso in lotti

## **4 OGGETTO DELL'APPALTO**

### **4.1 Descrizione del servizio**

Il servizio consiste nell'esecuzione del Programma. L'organismo di esecuzione dovrà quindi assicurare:

- lo sviluppo e lo svolgimento del programma di durata triennale, a partire dalla sottoscrizione del contratto;
- la realizzazione delle attività informative e promozionali previste dal Programma, sulla base degli obiettivi descritti nella strategia di azione e di comunicazione e mediante il monitoraggio dei risultati e dell'impatto;
- la gestione amministrativa-finanziaria del Programma, comprensiva delle relazioni tecniche periodiche e della relazione tecnica finale.

Lo sviluppo e l'esecuzione del Programma deve svolgersi in maniera coerente rispetto agli obiettivi generali e specifici previsti dalla strategia di comunicazione, tenendo in considerazione le Priorità e gli obiettivi del Reg. UE 1144/2014, 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, 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. Le parti concordano che tutti gli scambi epistolari e/o qualsiasi reciproca comunicazione, dovranno essere effettuati mediante l'utilizzo della forma scritta ed inoltrati a mezzo posta elettronica o Posta Elettronica Certificata o modalità precedentemente concordate tra l'Organismo appaltante e l'Ente Esecutore.

#### **4.3 Gruppo di lavoro**

L'organismo di esecuzione deve garantire prestazioni di servizio svolte da personale con legittimi e regolari rapporti di lavoro e avente i requisiti professionali e tecnici adeguati all'impiego ed alla realizzazione del progetto. Il team 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 esecutore si assume la piena ed esclusiva responsabilità dei vari rapporti di lavoro che in alcun modo potranno essere ricondotti in capo all'organismo proponente; l'organismo esecutore garantirà il pieno rispetto di tutti gli adempimenti contributivi e fiscali, nonché contrattuali in genere, impegnandosi altresì ad osservare tutte le norme poste a tutela dell'incolumità fisica dei lavoratori, sollevando l'organismo proponente da qualsiasi onere o responsabilità in merito.

#### **L'organismo di esecuzione si impegna:**

- a. ad adibire al servizio personale idoneo, di comprovata capacità e riservatezza, il quale dovrà mantenere il più assoluto riserbo su quanto sia venuto a conoscere nell'espletamento del servizio;
- b. a garantire la stabilità e la continuità del servizio in ogni circostanza, assicurando personale quantitativamente e qualitativamente adeguato alle necessità e nel rispetto dei contenuti dell'offerta tecnica;
- c. a rispettare, nei confronti del proprio personale, i contratti di lavoro relativi al trattamento salariale, normativo, previdenziale ed assicurativo;
- d. a predisporre tutti i possibili mezzi di comunicazione che possano semplificare il coordinamento, il monitoraggio e il controllo del Programma;
- e. a dare esecuzione al programma che verrà redatto e controfirmato dalle parti, in ogni sua parte e nei modi e tempi ivi stabiliti, e previsti anche dalla Convenzione di Sovvenzione.

#### **4.4 Durata del servizio**

In caso di approvazione del progetto, il servizio avrà durata di **trentasei mesi** - decorrenti dalla data di stipula del contratto- ed è suddiviso in tre fasi di dodici mesi ciascuna. Il contratto avrà per oggetto lo svolgimento delle attività indicate nel presente bando alle condizioni ivi riportate e verrà sottoscritto successivamente alla firma, da parte dell'Organismo appaltante, della Convenzione di sovvenzione con lo Stato Membro e l'Ente Pagatore (AGEA).

L'organismo di esecuzione si impegna ad eseguire le prestazioni per i tempi di durata ed entro le singole scadenze previste dalla Convenzione di Sovvenzione, dal presente Capitolato Tecnico, e, ove non altrimenti previsto, secondo le tempistiche indicate dall'organismo proponente.

## **5 CONCEPT E STRATEGIE D'AZIONE**

### **Premessa:**

Le strategie d'azione del programma verranno sviluppate per raggiungere gli obiettivi prefissati con la massima efficacia. Si baseranno su un'analisi combinata:

- Fabbisogni dei target di riferimento
- Analisi SWOT del mercato
- Caratteristiche intrinseche dei prodotti europei di qualità

L'obiettivo sarà comunicare al meglio i messaggi chiave a ciascun target, diretto e indiretto, utilizzando modalità e strumenti differenti.

### **Strategia di Progetto: "Savor Quality from Europe"**

#### **Obiettivo:**

- Promuovere il Vino Nobile di Montepulciano e gli oli extravergine di oliva DOP/IGP elencati al punto 3.1 nei mercati statunitense e canadese.
- Posizionare questi prodotti come esempi di eccellenza dell'agroalimentare europeo.

#### **Target:**

- Trade e Consumatori nordamericani interessati a prodotti alimentari di alta qualità, con particolare attenzione a enofili e appassionati di cucina.

#### **Messaggio chiave:**

- Qualità: Sottolineare la superiorità dei prodotti italiani grazie a tradizioni secolari e rigorosi standard di produzione.
- Autenticità: Evidenziare l'origine europea e le denominazioni/indicazioni di origine protetta (DOP/IGP).
- Esperienza: Invitare i consumatori a un'esperienza sensoriale completa, valorizzando il gusto e la tradizione.

**Strategie:**

- Comunicazione:
  - Campagne pubblicitarie mirate sui social media e altri canali digitali.
  - Eventi di degustazione e seminari educativi.
  - Relazioni pubbliche e attività di press.
  - Collaborazioni con influencer e chef.
  
- Distribuzione:
  - Creare partnership con importatori e distributori locali.
  - Posizionare i prodotti in negozi specializzati e ristoranti di alta gamma.
  
- Educazione:
  - Fornire informazioni dettagliate sui prodotti, sulle loro caratteristiche e sulla loro produzione.
  - Organizzare workshop e corsi di degustazione.

**Vantaggi competitivi:**

- Denominazioni di origine protetta: Garanzia di qualità e autenticità.
- Tradizione: Secoli di esperienza nella produzione di vino e olio extravergine di oliva.
- Gusto unico: Sapori intensi e caratteristiche organolettiche distintive.

**Risultati attesi:**

- Aumento della consapevolezza del marchio e dei prodotti.
- Crescita delle vendite nei mercati target.
- Posizionamento dei prodotti come referenti di qualità nel settore.
- Rafforzamento dell'immagine dell'Italia come paese di eccellenza agroalimentare.

In sintesi: Il progetto "Savor Quality from Europe" punta a conquistare il palato dei consumatori nordamericani attraverso una comunicazione efficace, valorizzando la qualità, l'autenticità e l'esperienza che contraddistinguono il Vino Nobile di Montepulciano e gli oli extravergine di oliva DOP/IGP elencati al punto 3.1.

## 6 Le Attività specifiche ed i Gruppi Target

La strategia d'azione si baserà sull'abbinamento di diverse tipologie di azioni a gruppi target specifici. Le attività terranno conto delle peculiarità di ogni gruppo e troveranno il modo ottimale per raggiungerlo.

I gruppi target selezionati saranno in grado di incorporare, riprodurre e diffondere il messaggio legato alla produzione e al consumo dei prodotti europei di qualità. Rappresenteranno un modo concreto per diffondere il messaggio della proposta e incorporeranno un effetto moltiplicatore per il progetto.

Sarà importante creare una rete di contatti diretti con i target che saranno in grado di massimizzare l'efficacia delle azioni. La priorità chiave sarà quella di identificare quei partner influenti che saranno in grado di dare la giusta risonanza al messaggio chiave della proposta.

Le attività saranno rivolte sia al trade che ai consumatori, facendo leva sul primo gruppo (operatori commerciali) al fine di rendere la proposta più sostenibile in termini economici e di "effetto moltiplicatore". Attraverso degustazioni ed eventi informativi, gli operatori diventeranno più competenti e saranno in grado di gestire e guidare i consumatori nella scelta e nell'introduzione di prodotti con certificazioni di qualità nel loro stile di vita.

### Attività specifiche per gli USA:

- **Seminari educativi:** Contenuti su misura per appassionati di vino, amanti del cibo e consumatori attenti alla salute, affrontando i loro interessi e preferenze specifiche. Verranno particolarmente esposte le caratteristiche organolettiche e le procedure di sicurezza alimentare per differenziarsi dalle alternative di olio extravergine di oliva esistenti.
- **Degustazioni itineranti:** Abbinamento con cucina locale per soddisfare gusti diversi e migliorare l'esperienza. Degustazioni di vino guidate da sommelier e collaborazioni con chef per elevare l'esperienza culinaria, migliorando la percezione del marchio e la visibilità tra i professionisti Horeca.
- **Impegno sui social media:** Utilizzo di piattaforme come Instagram e Facebook per raggiungere un pubblico digitalmente esperto, con contenuti mirati e campagne pubblicitarie.
- **Relazioni pubbliche:** Creazione e pubblicazione di comunicati stampa sfruttando l'organizzazione dell'evento stampa all'inizio della campagna.
- **Campagna visiva:** Progettazione, produzione e distribuzione di materiali promozionali e gadget, da utilizzare in fiere ed esposizioni alimentari, tra i rivenditori e attraverso canali digitali.

### **Pubblico target specifico per gli Stati Uniti:**

- **Appassionati di vino:** Evidenziando il prestigio e la qualità del Vino Nobile di Montepulciano per i palati più raffinati, differenziandolo nettamente dal vitigno abruzzese.
- **Gourmet:** Sottolineando la versatilità in cucina e gli eccezionali profili aromatici degli oli extravergine di oliva DOP/IGP elencati al punto 3.1 per gli amanti del cibo, evidenziando anche il rispetto delle rigorose norme di sicurezza alimentare dell'UE.
- **Comunità multiculturali:** Celebrando l'eredità europea e il significato culturale dei prodotti per favorire un senso di appartenenza e apprezzamento tra la popolazione multiculturale degli Stati Uniti, ampliando il consumo di vino e olio extravergine d'oliva nelle comunità di origine latina.
- **Consumatori sensibili alle tematiche della sostenibilità:** Sottolineando l'impegno dei produttori di Vino Nobile di Montepulciano e gli oli extravergine di oliva DOP/IGP elencati al punto 3.1 verso la sostenibilità e la tutela ambientale, per promuovere prodotti biologici, prodotti in modo responsabile e rispettoso dell'ambiente. Certificazioni, pratiche di approvvigionamento trasparente e iniziative educative sottolineano la dedizione alla sostenibilità e alla qualità.
- **Professionisti dell'off-trade:** Coinvolgendoli in seminari educativi per fornire preziose informazioni a importatori, distributori e rivenditori, migliorando la loro conoscenza e comprensione della qualità superiore dei prodotti e mostrando così il potenziale di maggiori ricavi.
- **Professionisti Horeca:** Fornendo loro un'esperienza immersiva e un marketing esperienziale (ad esempio, degustazioni itineranti), sia per celebrare la provenienza unica e il terroir del Vino Nobile di Montepulciano e gli oli extravergine di oliva DOP/IGP elencati al punto 3.1, sia per condividere abbinamenti gastronomici che coinvolgono entrambi i prodotti.

### **Attività specifiche per il Canada:**

- **Seminari educativi:** Presentazioni coinvolgenti e degustazioni su misura per soddisfare le diverse preferenze culinarie dei consumatori canadesi.
- **Degustazioni itineranti:** Abbinamento con cucina locale canadese per migliorare l'esperienza di degustazione e attirare diversi background culturali.
- **Impegno sui social media:** Utilizzo strategico di piattaforme come Instagram e Facebook per connettersi con i consumatori e gli influencer canadesi, con contenuti su misura per risuonare con le loro preferenze, in particolare focalizzati sulla salute e la sostenibilità.



- **Relazioni pubbliche:** Creazione e pubblicazione di comunicati stampa continui e un evento annuale per sviluppare una connessione più profonda con questi iconici prodotti toscani.
- **Campagna visiva:** Progettazione, produzione e distribuzione di materiali promozionali e gadget, da utilizzare in fiere ed esposizioni alimentari, tra i rivenditori e attraverso canali digitali.

#### **Target Audience Specifico per il Canada:**

- **Appassionati di cucina:** Evidenziando gli eccezionali profili aromatici e la versatilità culinaria dei prodotti presentati per attirare gli appassionati di cibo canadesi.
- **Consumatori attenti alla salute:** Sottolineando la sostenibilità degli oli extravergine di oliva DOP/IGP elencati al punto 3.1 per risuonare con i consumatori canadesi attenti alla salute e le caratteristiche biologiche del Vino Nobile di Montepulciano.
- **Generazioni più giovani e consumatori sensibili alle tematiche della sostenibilità:** Sottolineando l'impegno dei produttori di Vino Nobile di Montepulciano e gli oli extravergine di oliva DOP/IGP elencati al punto 3.1 verso la sostenibilità e la tutela ambientale, l'iniziativa promuove prodotti eticamente reperiti, prodotti in modo responsabile e rispettoso dell'ambiente. Certificazioni, pratiche di approvvigionamento trasparente e iniziative educative sottolineano la dedizione alla sostenibilità e alla qualità. Evidenziando il legame...
- **Comunità francofone e anglofone:** Celebrando l'eredità europea e il significato culturale dei prodotti per favorire un senso di appartenenza e apprezzamento tra la popolazione multiculturale del Canada, ampliando il consumo di vino e olio extravergine d'oliva nelle diverse comunità.
- **Importatori/monopolio:** Evidenziando il potenziale di ricavo generato da prodotti iconici come il Vino Nobile di Montepulciano e gli oli extravergine di oliva DOP/IGP elencati al punto 3.1 attraverso seminari ed eventi informativi.
- **Horeca:** Fornendo loro un'esperienza immersiva e un marketing esperienziale (ad esempio, degustazioni itineranti), per garantire sia la qualità organolettica che la provenienza unica e il terroir del Vino Nobile di Montepulciano e gli oli extravergine di oliva DOP/IGP elencati al punto 3.1, e condividere abbinamenti gastronomici che coinvolgono entrambi i prodotti.

#### **Target Group Trasversali: Giornalisti e Media**

**Obiettivo:** Coinvolgere giornalisti, blogger e influencer del settore food & beverage per diffondere il messaggio della campagna.

**Strategia:**

- Collaborare con giornalisti ed esperti del settore per creare contenuti di qualità.
- Organizzare eventi e degustazioni per coinvolgere i media.
- Utilizzare i social media per raggiungere un pubblico più ampio.

**Obiettivo finale:** Posizionare il Vino Nobile di Montepulciano e gli oli extravergine di oliva DOP/IGP elencati al punto 3.1 come prodotti di alta qualità, apprezzati e ricercati dai consumatori.

## 7 I Key Messages

L'identificazione dei messaggi chiave è stata potenziata incrociando gli obiettivi generali di promozione della consapevolezza e della competitività dell'eccellenza e della qualità agroalimentare dell'UE con le opportunità e le sfide identificate nei mercati nordamericani per il Vino Nobile di Montepulciano e gli oli extravergine di oliva DOP/IGP elencati al punto 3.1.

**Sperimenta l'Eccellenza Europea:** Posizionare gli schemi di qualità dell'UE, come la Denominazione di Origine Protetta (DOP) e l'Indicazione Geografica Protetta (IGP), come garanzie di eccellenza e autenticità. Comunicare gli standard rigorosi, le misure di tracciabilità e i protocolli di sicurezza alimentare che sostengono i prodotti agroalimentari dell'UE, instillando fiducia e credibilità nei consumatori più esigenti.

**Gusta la Qualità, in Modo Sostenibile:** Celebrare l'impegno dei produttori dell'UE per le pratiche agricole sostenibili, la tutela ambientale e i metodi di produzione responsabili. Presentare tecniche innovative di agricoltura intelligente che privilegiano la conservazione ambientale, la preservazione della biodiversità e l'efficienza delle risorse, assicurando un futuro sostenibile per le generazioni future.

**Immergiti nell'Essenza della Toscana:** Invitare i consumatori a intraprendere un viaggio sensoriale in Toscana, dove tradizioni secolari, ricco patrimonio culturale e paesaggi incontaminati convergono per produrre il miglior vino e olio d'oliva. Evidenziare il terroir unico e la provenienza del Vino Nobile di Montepulciano e gli oli extravergine di oliva DOP/IGP elencati al punto 3.1, offrendo un assaggio dell'autentica maestria artigianale e della tradizione toscana.

**Indulgi nella Salute e nel Benessere:** Evidenziare i benefici per la salute del consumo di prodotti premium dell'UE, comprese le proprietà benefiche per il cuore dell'olio extravergine di oliva e le caratteristiche antiossidanti del vino Nobile di Montepulciano. Soddisfare la consapevolezza della salute e del benessere dei consumatori statunitensi e canadesi, offrendo prodotti che non solo deliziano il palato ma anche nutrono il corpo e la mente.

**Celebra la Diversità Culinaria:** Riconoscere le diverse comunità multiculturali nei mercati target, abbracciando la fusione di sapori, cucine e tradizioni. Mostrare la versatilità dei prodotti vinicoli e oleari dell'UE in contesti culinari multiculturali, invitando i consumatori a esplorare nuovi gusti ed esperienze che celebrano la diversità e l'inclusione.

**Eleva Ogni Momento:** Invitare i consumatori a elevare i loro momenti quotidiani con prodotti premium dell'UE che incarnano sofisticazione, eleganza e raffinatezza. Evidenziare le caratteristiche premium, la qualità superiore e l'impareggiabile maestria del Vino Nobile di Montepulciano e gli oli extravergine di oliva DOP/IGP elencati al punto 3.1, offrendo ai consumatori un'esperienza indulgente da assaporare e condividere.

Condividendo questi messaggi chiave, l'iniziativa può comunicare efficacemente la proposta di valore dei prodotti vinicoli e oleari dell'UE, risuonando con le preferenze salutiste, di qualità e culturalmente diverse dei consumatori statunitensi e canadesi.

Come considerazione finale riguardo all'uso di marchi commerciali, la campagna non sarà affatto orientata al marchio. Tuttavia, la menzione di marchi commerciali sarà necessaria per illustrare i prodotti, ma dovrà essere presentata attraverso prodotti che necessariamente hanno marchi commerciali incorporati. Pertanto, i marchi aziendali potrebbero essere visibili durante dimostrazioni o degustazioni, e sui materiali informativi esposti o distribuiti durante dimostrazioni e degustazioni, rispettando il principio di non discriminazione, garantendo così parità di trattamento, accesso e visibilità per tutti i marchi. Questo principio sarà garantito dai seguenti elementi:

- I marchi commerciali saranno esposti insieme in modo ugualmente visibile, in un'area separata da quella dedicata al messaggio principale dell'Unione;
- L'esposizione dei marchi commerciali non indebolirà né oscurerà il messaggio principale dell'Unione;
- Il messaggio principale dell'Unione sarà sovrapposto all'esposizione del materiale marchiato;
- L'esposizione dei marchi sarà limitata al materiale visivo, esclusi i regali, in un formato più piccolo del messaggio principale dell'Unione. Non verrà fatta alcuna menzione dei marchi nel materiale audio;
- Verranno sempre visualizzati almeno cinque marchi commerciali;
- I marchi commerciali saranno esposti secondo i requisiti specifici stabiliti dal Regolamento (UE) 2015/1831.

## 8 TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ E INIZIATIVE PREVISTE DAL PROGRAMMA

### Pacchetto di lavoro 2

Pacchetto di lavoro 2: Relazioni Pubbliche		
Durata:	M1 – M36	
Compito n.	Nome del compito	Descrizione
2.1	PR continuative	<p><b>Deliverables: 8 comunicati stampa all'anno</b>, focalizzati su novità, caratteristiche uniche dei prodotti e l'eccellenza dell'agricoltura europea.</p> <p><b>Attività Chiave:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Creare comunicati:</b> Personalizzati per i mercati americani e canadesi.</li> <li>● <b>Contattare giornalisti:</b> Per ottenere visibilità sui media.</li> <li>● <b>Diffondere le notizie:</b> Utilizzando vari canali, online e offline.</li> <li>● <b>Monitorare i risultati:</b> Per migliorare la strategia.</li> </ul>
2.2	Eventi Stampa	<p><b>Deliverables: 2 Eventi Stampa ogni anno</b> (uno negli USA e uno in Canada) per coinvolgere giornalisti, influencer e altri importanti opinion leader con l'obiettivo di</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Promuovere i prodotti europei, come il Vino Nobile di Montepulciano e gli oli extravergine di oliva DOP/IGP elencati al punto 3.1.</li> <li>● Creare relazioni con i media.</li> <li>● Generare visibilità attraverso la stampa.</li> </ul> <p><b>Attività Chiave:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Invitare:</b> Circa 30 persone, tra giornalisti, influencer e esperti del settore.</li> <li>● <b>Organizzare:</b> Degustazioni di prodotti europei.</li> <li>● <b>Preparare:</b> La location con tutto il necessario per presentazioni e degustazioni.</li> <li>● <b>Assicurare:</b> La presenza di un team di PR per gestire l'evento e comunicare con i partecipanti.</li> </ul>
<b>Budget complessivo pacchetto 2</b>		<b>EUR 154.512</b>

Pacchetto di lavoro 3

Pacchetto di lavoro 3: SITO WEB; SOCIAL MEDIA; APP		
Durata:	M1 – M36	
Compito n.	Nome del compito	Descrizione
3.1	PORTALE INFORMATIVO	<p><b>Deliverables: 1 Sito Web di progetto.</b> Il sito, facile da usare e accessibile da tutti i dispositivi, sarà il cuore della campagna promozionale e fornirà informazioni dettagliate sui prodotti europei, come il Vino Nobile di Montepulciano e gli oli extravergine di oliva DOP/IGP elencati al punto 3.1, e sulla campagna stessa.</p> <p><b>Principali sezioni del sito:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Informazioni sui prodotti:</b> Descrizioni dettagliate, origine, produzione e qualità.</li> <li>● <b>Obiettivi della campagna:</b> Spiegazione degli obiettivi e delle strategie.</li> <li>● <b>Notizie ed eventi:</b> Aggiornamenti sulle attività e gli eventi della campagna.</li> <li>● <b>Area stampa:</b> Materiali per i giornalisti, come comunicati stampa e foto.</li> <li>● <b>Contatti:</b> Per domande e informazioni.</li> </ul>
3.2	SOCIAL MEDIA	<p><b>Deliverables:</b> allestimento di <b>2 pagine di progetto</b> sui social <b>Facebook e Instagram</b> e Pubblicazione di <b>48 post all'anno per ciascuna piattaforma</b> con l'obiettivo di coinvolgere gli utenti americani e canadesi organizzandoli in una community, promuovendo la qualità del Vino Nobile di Montepulciano e gli oli extravergine di oliva DOP/IGP elencati al punto 3.1 ed aumentare la loro visibilità.</p> <p><b>Attività Chiave:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Publicare:</b> 48 post all'anno su ogni piattaforma.</li> <li>● <b>Condividere:</b> Informazioni sui prodotti, curiosità, eventi e immagini.</li> <li>● <b>Interagire:</b> Rispondere ai commenti, fare sondaggi e coinvolgere gli utenti.</li> <li>● <b>Monitorare:</b> I risultati per migliorare la strategia.</li> </ul>
<b>Budget complessivo pacchetto 3</b>		<b>EUR 54.279</b>

Pacchetto di lavoro 5

<b>Pacchetto di lavoro 5: COMMUNICATION TOOLS</b>		
<b>Durata:</b>	M1 – M36	
<b>Compito n.</b>	<b>Nome del compito</b>	<b>Descrizione</b>
5.1	CONCEPT VISIVO E STRUMENTI DI COMUNICAZION E	<p><b>Deliverables:</b> Creare <b>1 Visual Campaign</b> di progetto (comprensiva di Campaign Logo e Brand Book) realizzazione di <b>6.500 materiali promozionali all'anno</b> quali poster, volantini e brochure, saranno distribuiti in fiere, negozi specializzati e online e <b>100 libri all'anno</b> per promuovere il Vino Nobile di Montepulciano e gli oli extravergine di oliva DOP/IGP elencati al punto 3.1 in USA e Canada e far conoscere e apprezzare i prodotti europei di alta qualità in Nord America.</p> <p><b>Attività Chiave:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Creazione:</b> Realizzare materiali accattivanti e informativi.</li> <li>● <b>Distribuzione:</b> Distribuire i materiali in diversi canali (fiere, negozi, online).</li> <li>● <b>Misurazione:</b> Monitorare l'efficacia della campagna.</li> </ul>
<b>Budget complessivo pacchetto 5</b>		<b>EUR 114.052,50</b>

Pacchetto di lavoro 6

<b>Pacchetto di lavoro 6: EVENTI</b>		
<b>Durata:</b>	M1 – M36	
<b>Compito n.</b>	<b>Nome del compito</b>	<b>Descrizione</b>
6.1	SEMINARI E WORKSHOPS	<p>La campagna promozionale include una serie di seminari educativi e degustazioni interattive, strategicamente pianificate negli Stati Uniti e in Canada. Questi eventi sono strutturati per fornire un'esperienza immersiva a consumatori, professionisti del settore e rappresentanti dei media, approfondendo la loro comprensione e apprezzamento di questi distinti prodotti agroalimentari europei.</p> <p><b>Deliverables Eventi annuali: 2 Seminari</b> (1 Canada e 1 USA); <b>4 Workshops</b> (2 Canada e 2 USA); <b>4 Walk around tasting</b> (2 Canada e 2 USA)</p> <p><b>Seminari:</b> I seminari mirano ad approfondire la conoscenza dei partecipanti sul Vino Nobile di Montepulciano, esplorando le sue</p>

		<p>qualità uniche, i processi di produzione e il ricco patrimonio culturale che accompagna questo stimato vino. Questi eventi vedranno la partecipazione di esperti relatori, tra cui vignaioli, sommelier e specialisti del settore, che condivideranno approfondimenti e si impegneranno in discussioni sulle caratteristiche distintive del vino e le sue certificazioni di qualità europea.</p> <p><b>Workshop:</b> I workshop, uno tenuto in ogni paese, promuoveranno esclusivamente gli oli extravergine di oliva DOP/IGP elencati al punto 3.1. Queste sessioni sono progettate per educare i partecipanti sui processi di estrazione, i benefici per la salute e la versatilità culinaria dell'olio d'oliva. Presentazioni e degustazioni interattive aiuteranno i partecipanti ad apprezzare le sfumature di gusto e qualità che distinguono questo olio d'oliva europeo dagli altri sul mercato.</p> <p><b>Degustazioni:</b> Oltre ai seminari educativi e ai workshop, la campagna include due degustazioni itineranti in Canada e tre negli Stati Uniti. Queste degustazioni consentono ai partecipanti di assaggiare sia il vino Nobile di Montepulciano e gli oli extravergine di oliva DOP/IGP elencati al punto 3.1 in un ambiente rilassato e interattivo. Fornisce un'esperienza pratica che completa le informazioni fornite nei seminari e nei workshop, migliorando la comprensione e il godimento dei prodotti da parte dei partecipanti.</p> <p><b>Attività Chiave:</b></p> <p><b>Selezione dei partecipanti:</b> Verranno selezionate annualmente circa 80 Operatori/Consumatori per i Seminari; 150 Operatori/Consumatori per i Workshops; 200 Operatori/Consumatori per i Walk Around Tasting.</p> <p><b>Location:</b> Saranno scelte location adatte all'apprendimento e all'interazione.</p> <p><b>Relatori:</b> Esperti del settore terranno presentazioni coinvolgenti.</p> <p><b>Rinfresco:</b> Verranno offerti pasti e degustazioni per accompagnare l'esperienza.</p> <p><b>Logistica:</b> Tutta la parte organizzativa, dalla preparazione dei materiali alla gestione dei partecipanti, sarà curata nei minimi dettagli.</p>
<b>Budget complessivo pacchetto 6</b>	<b>EUR 1.135.696,50</b>	

*NB: i budget sono indicati al netto della fee del soggetto esecutore*

## **9 REQUISITI PER LA PARTECIPAZIONE ALLA GARA**

### **9.1 Requisiti di idoneità**

Iscrizione nel Registro tenuto dalla Camera di Commercio Industria e Artigianato e Agricoltura per attività coerenti con quelle oggetto della presente procedura di gara (da attestare tramite copia di visura camerale). Nel caso di operatore economico non stabilito in Italia, documentazione conforme alla normativa vigente del rispettivo Paese o dichiarazione giurata.

### **9.2 Inesistenza di cause di esclusione dalla partecipazione alla gara**

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

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

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

Nel caso di partecipazione alla Gara come RTI non ancora costituiti, l'offerta (tecnica ed economica) deve essere sottoscritta da tutti gli operatori economici che costituiranno il raggruppamento temporaneo e contenere una dichiarazione che espliciti l'impegno che, in caso di aggiudicazione della Gara (e di eventuale approvazione del Programma), gli stessi operatori conferiranno mandato collettivo speciale con rappresentanza ad uno di essi, da indicare in sede di offerta e qualificata come mandatario, il quale stipulerà il contratto in nome e per conto proprio e dei mandanti.

### **9.3 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 ad € 2.000.000,00 (Euro duemilioni/00) al netto di IVA.

Tali requisiti devono essere posseduti dall'operatore economico singolo o dal raggruppamento temporaneo d'impresе nel suo complesso.



Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato A), firmata dal legale rappresentante, che – nel caso di partecipazione in RTI – deve essere compilata da ogni soggetto facente parte dell'RTI.

Si richiede, pertanto, di allegare i bilanci di esercizio delle annualità del triennio necessari ad attestare il raggiungimento del fatturato globale sopra indicato.

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato anche tramite la dichiarazione allegata (**Allegato A**) firmata dal Legale Rappresentante.

#### **9.4 Requisiti di capacità tecnica e professionale**

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione deve aver realizzato, nel corso del triennio 2021/2022/2023, progetti e attività analoghi a quelli promozionali destinati al mercato interno/paesi terzi, per un importo non inferiore complessivamente a Euro 1.000.000,00 (in lettere: un milione di Euro) al netto dell'IVA. Deve essere allegata dichiarazione con indicazione dei rispettivi importi di progetto, date, mercati, destinatari pubblici o privati.

Tali requisiti devono essere posseduti dall'operatore economico o dal raggruppamento temporaneo d'impreses nel suo complesso, fatto salvo che in tale ultimo caso la mandataria in ogni caso deve possedere i requisiti ed eseguire le prestazioni in misura maggioritaria.

Il possesso di questo requisito dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (**Allegato A**) firmata dal Legale Rappresentante e dall'Autodichiarazione sopra menzionata.

## **10 CRITERI DI AGGIUDICAZIONE**

L'appalto è aggiudicato in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa secondo la ripartizione dei punteggi di seguito descritta ma tenendo conto anche dei criteri di qualità.

Si terrà conto **congiuntamente degli aspetti qualitativi del servizio e dell'offerta economica**, pertanto i 100 punti complessivi saranno valutati secondo il seguente ordine:

**QUALITÀ DELL'OFFERTA TECNICA: max punti 85**

**OFFERTA ECONOMICA: max punti 15**

**TOTALE PUNTEGGIO ATTRIBUIBILE: max punti 100**

La Commissione giudicatrice procederà alla valutazione degli elementi di natura qualitativa sulla base degli elementi di valutazione indicati nella tabella sotto riportata:

<b>Criteria</b>	<b>Sub criteria</b>	<b>Maximum score</b>
1. STRATEGIA COMPLESSIVA	Adeguatezza della metodologia proposta e qualità dell'articolazione della strategia di comunicazione: in particolare, dimostrazione della capacità di produrre i risultati previsti dal progetto	Fino a 3 punti
	Coerenza tra la strategia complessiva progettuale e le singole attività e coerenza tra la strategia complessiva progettuale e gli obiettivi previsti a progetto	Fino a 3 punti
<b>Punteggi massimi attribuibili</b>		<b>6</b>
2. OUTPUT DI PROGETTO	Creatività ed innovazione nelle modalità realizzative e nei contenuti della proposta di realizzazione degli output di progetto richiesti (es. gestione ufficio stampa, realizzazione del materiale informativo e della comunicazione on-line, realizzazione di eventi ed incoming, etc.)	Fino a 15 punti
	Efficacia e capacità degli output previsti di comunicare il messaggio del progetto	Fino a 5 punti
	Qualità della proposta grafica e del concept e contenuto dei messaggi promozionali adeguati alla realizzazione dei risultati previsti dal progetto	Fino a 15 punti
	Qualità del gruppo di lavoro dedicato all'attività di comunicazione, di grafica, di gestione eventi, etc. del progetto (valutazione CV del gruppo di lavoro dedicato)	Fino a 10 punti
<b>Punteggi massimi attribuibili</b>		<b>45</b>
3. APPROCCIO METODOLOGICO	Adeguatezza nelle modalità di realizzazione ed esecuzione delle azioni	Fino a 8 punti
	Adeguatezza della pianificazione in termini di coerenza con gli obiettivi della strategia di comunicazione e coerenza rispetto alle tempistiche della programmazione: in particolare, coerenza tra il cronoprogramma delle attività proposto ed efficacia della realizzazione delle singole azioni, anche in relazione alle risorse professionali coinvolte	Fino a 3 punti
	Adeguatezza dei meccanismi di controllo per monitorare la corretta esecuzione economico-finanziaria del progetto e il rispetto del cronoprogramma: qualità ed efficacia delle modalità di esecuzione delle azioni previste	Fino a 3 punti

	Qualità del gruppo di lavoro dedicato all'attività di gestione del progetto (valutazione CV del gruppo di lavoro dedicato)	Fino a 6 punti
	Adeguatezza ed efficacia degli strumenti previsti per la valutazione dei risultati di progetto	Fino a 3 punti
	Qualità del gruppo di lavoro dedicato all'attività di valutazione dei risultati di progetto (valutazione CV del gruppo di lavoro dedicato)	Fino a 6 punti
<b>Punteggi massimi attribuibili</b>		<b>29</b>
	Altri servizi proposti	Fino a 3 punti
	Attività di assistenza fornita al Consorzio	Fino a 2 punti
<b>Punteggi massimi attribuibili</b>		<b>5</b>

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

<b>ELEMENTO DI VALUTAZIONE</b>	<b>CRITERIO MOTIVAZIONALE</b>	<b>PUNTEGGIO MASSIMO</b>
<b>ANALISI ECONOMICA ONORARIO</b>  <b>Max 15 punti</b>	Analisi di economicità sulle iniziative proposte, secondo i prezzi di mercato	3
	Congruità dell'onorario, espresso in giornate/uomo, richiesto per la realizzazione di ogni azione, in base al costo di ogni azione e ai benefici attesi	12

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

<b>GIUDIZIO QUALITATIVO COEFFICIENTI</b>	
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.

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

La commissione giudicatrice verrà nominata ad hoc dopo la scadenza del termine per la presentazione delle offerte ed espletterà le procedure di selezione.

## 11 MODALITÀ DI PRESENTAZIONE

Gli organismi interessati a partecipare al Bando di Gara dovranno, a pena di esclusione, inviare la propria proposta entro il giorno **11/12/2024 alle ore 10:00**, in un unico plico contenente i 3 seguenti Allegati (se l'invio avverrà per via cartacea) o in uno o più file (se l'invio avverrà per via telematica):

### **Allegato A) Documentazione amministrativa:**

- Allegato A compilato e firmato dal Legale Rappresentante
- Bilanci degli ultimi 3 anni
- Visura aggiornata
- Autodichiarazione e documentazione relativa ai requisiti descritti al punto 4.3:
  - CV aziendale
  - Cv dei componenti del gruppo di lavoro

- elenco dei progetti e attività promozionali realizzati, come richiesto a dimostrazione del requisito di capacità tecnica e professionale con indicazione dei rispettivi importi di progetto, date, mercati, destinatari pubblici o privati.
- C.I. sottoscrittore

### **Allegato B) Proposta tecnica:**

L'operatore economico che parteciperà alla gara di selezione, nell'Allegato B) Proposta tecnica, dovrà presentare un servizio articolato rispetto alle diverse tipologie di attività.

Per il periodo di attuazione del programma, è prevista la realizzazione di una serie di output minimi richiesti per ciascun settore di attività. I concorrenti hanno facoltà di presentare in sede di offerta tecnica una proposta che preveda la realizzazione di un numero maggiore di output, a condizione che la conseguente offerta economica rientri obbligatoriamente entro i limiti determinati dalla base d'asta.

- Presentazione dell'operatore economico partecipante:
  - Presentazione generale in termini di esperienze maturate
    - nel settore della promozione/informazione su prodotti alimentari di qualità,
    - Nella realizzazione di eventi, fiere, attività di PR e ufficio stampa
    - Elaborazione materiale promozionale/informativo
- Strategia complessiva: l'operatore dovrà descrivere in modo articolato la strategia generale del Programma, evidenziando le modalità di raggiungimento degli obiettivi del programma e la coerenza complessiva e le singole attività proposte.
- Approccio metodologico e articolazione delle attività:
  - L'operatore economico dovrà articolare la propria proposta proponendo un piano di attività che deve contenere:
    - una descrizione dettagliata di ciascun intervento, con motivazione della scelta in relazione all'efficacia nel raggiungimento degli obiettivi del Programma, delle tematiche da diffondere e trattare e della tipologia di Paesi e gruppi target, dimostrando ponderata selezione per il massimo impatto raggiungibile;
    - dovrà indicare per ciascuna attività i kpi attesi;
    - dovrà riportare indicazione del numero e la tipologia di contatti attesi (diretti e indiretti).

Il piano dovrà inoltre contenere:

- la presentazione del gruppo di lavoro responsabile della realizzazione delle attività di comunicazione e di promozione e dimostrazione della capacità del gruppo di lavoro di realizzare efficacemente le azioni.
- Presentazione degli eventuali ulteriori servizi proposti e delle modalità di assistenza fornite al Soggetto Appaltante



### Allegato C) Offerta Economica:

L'operatore economico che parteciperà alla Gara di Selezione dovrà fornire:

- Piano finanziario dettagliato per ogni attività/iniziativa proposta (compreso onorario);
- Budget riassuntivo del triennio per Paese.

Per ogni attività proposta dovranno essere dettagliati il più possibile i costi previsti, che dovranno essere indicati al netto dell'IVA. I costi devono essere organizzati e presentati in una tabella (denominata Piano finanziario dettagliato) che contenga il nome dell'iniziativa e le singole voci di costo che la compongono, al fine di giungere ad una somma totale (costo totale delle azioni), composta dai costi delle singole iniziative, a loro volta composti dalle singole voci di costo.

Per quanto riguarda i costi relativi all'onorario dell'Organismo Esecutore, questi dovranno essere presentati in forma di giornate/uomo in relazione ad ogni singola iniziativa, dettagliando le modalità e i dati necessari per quantificarli.

Si riporta una tabella a **titolo di esempio**:

Paese Target	ITALIA		
<b>2.1 Attività di Pubbliche relazioni permanenti</b>	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Segreteria organizzativa			
Ospitalità operatori			
<i>Inserire una riga per ogni voce di costo</i>			
<b>Totale annuo attività</b>			
Onorario agenzia (costo unitario al giorno, indicare se per un consulente senior o per un consulente junior o altra figura)	XXXX €	XXXX €	XXXX €
Numero giornate previste	XXXX €	XXXX €	XXXX €
<b>Totale onorario agenzia</b>	<b>XXXX €</b>	<b>XXXX €</b>	<b>XXXX €</b>
<b>Totale annuo comprensivo di onorario</b>	<b>XXXX €</b>	<b>XXXX €</b>	<b>XXXX €</b>
<b>2.1 Attività di Pubbliche relazioni permanenti</b>	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
<i>Inserire una riga per ogni voce di costo</i>			
<b>Totale annuo attività</b>			



Onorario agenzia (costo unitario al giorno per un consulente senior o per un consulente junior o altra figura)	XXXX €	XXXX €	XXXX €
Numero giornate previste	XXXX €	XXXX €	XXXX €
<b>Totale onorario agenzia</b>	<b>XXXX €</b>	<b>XXXX €</b>	<b>XXXX €</b>
<b>Totale annuo comprensivo di onorario</b>	<b>XXXX €</b>	<b>XXXX €</b>	<b>XXXX €</b>

La documentazione dovrà essere presentata in formato pdf non editabile entro e non oltre il giorno **11/12/2024 alle ore 10:00 a mezzo PEC** all'indirizzo [consorziovinonobilemontepulciano@pec.it](mailto:consorziovinonobilemontepulciano@pec.it); esclusivamente per operatori economici non stabiliti in Italia è possibile inviare la documentazione all'indirizzo [s.loriga@consorziovinonobile.it](mailto:s.loriga@consorziovinonobile.it). In alternativa, è possibile far pervenire la documentazione di gara anche in forma cartacea, in una busta chiusa contenente i 3 allegati, timbrata e controfirmata sui lembi dal legale rappresentante con la medesima scadenza sopra riportata.

Il recapito del plico e/o della comunicazione telematica nei termini previsti rimane ad **esclusivo rischio del mittente** ove, per qualsiasi motivo, non giunga a destinazione entro le ore 10.00 del 11/12/2024. Il recapito oltre tale termine perentorio non potrà essere oggetto di contestazione.

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

**CONSORZIO VINO NOBILE DI MONTEPULCIANO**  
VIA DI SAN DONATO, 21 MONTEPULCIANO (SIENA)  
Alla cortese attenzione di **SILVIA LORIGA/ PAOLO SOLINI**

Nell'oggetto della PEC e dell'e-mail, nonché sulla busta cartacea, scrivere quanto segue:

***NON APRIRE: CONTIENE BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DENOMINATO "SAVOR QUALITY FROM EUROPE" (acronimo "SQE") / nome operatore/agenzia/organismo partecipante alla gara.***

L'oggetto della comunicazione, oltre a riportare la dicitura di cui sopra, dovrà indicare il numero del messaggio sul numero totale di messaggi previsti (ad esempio parte 1 di 3, parte 2 di 3, ecc...).

## **12 MODALITÀ DI APERTURA DELLE OFFERTE**

Data: **13/12/2024**

Ora locale: 10:00 per la parte pubblica

Ora locale 15:00 per la parte riservata

Luogo: Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano, Via di San Donato n. 21 – 53045 Montepulciano, la parte pubblica avverrà con modalità telematica al link che verrà inviato via PEC ai partecipanti alla gara che ne faranno richiesta entro il giorno 08/12/2024 (5 GIORNI PRIMA DELLA VALUTAZIONE) ore 9.00 all'indirizzo PEC.

Informazioni relative alle persone ammesse alla procedura di apertura: i legali rappresentanti delle ditte candidate o loro incaricati muniti di delega.

La Commissione di valutazione, organo ad hoc creato appositamente per la valutazione e selezione delle proposte pervenute, **dopo** il termine di presentazione delle offerte si riunirà in data 13/12/2024 DATA VALUTAZIONE ora locale 12:00, al fine di espletare le procedure di selezione e aggiudicazione secondo i criteri di cui al punto 6 del presente capitolato. Sarà data tempestiva comunicazione a tutti i partecipanti sull'esito della Gara di Selezione, a mezzo PEC. I risultati verranno anche pubblicati sul sito [www.consorziovinonobile.it/](http://www.consorziovinonobile.it/) entro il giorno 16/12/2024

Eventuali domande e/o richieste di chiarimenti per l'esecuzione dell'offerta dovranno essere presentate **ESCLUSIVAMENTE** per iscritto ed inviate a mezzo PEC al seguente indirizzo [consorziovinonobilemontepulciano@pec.it](mailto:consorziovinonobilemontepulciano@pec.it) alla c.a. di **Paolo Solini** alle quali seguirà risposta esclusivamente per iscritto. Le domande e le risposte saranno pubblicate nel sito del **CONSORZIO VINO NOBILE DI MONTEPULCIANO** nell'apposita sezione FAQ dedicata alla presente Gara. Non saranno prese in considerazione eventuali richieste verbali o inoltrate con modalità diverse da quella indicata.

### **13 ONERI A CARICO DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE**

Sono a carico dell'organismo di esecuzione:

1. Svolgimento dei Servizi oggetto dell'appalto, in accordo e collaborazione con l'organismo capofila e nell'accettazione integrale e incondizionata del contenuto del presente Capitolato.
2. Osservanza di ogni indicazione contenuta nel presente capitolato anche se non specificatamente richiamata nel presente articolo, di norme e regolamenti in vigore sia a livello nazionale che comunitario, nonché quelle che venissero eventualmente emanate nel corso del periodo contrattuale (comprese le norme regolamentari e le ordinanze municipali), con particolare riguardo a quelle relative all'igiene ed alla sicurezza e comunque attinenti all'oggetto dell'appalto od alla sua esecuzione.
3. L'organismo di esecuzione si assume l'intera responsabilità tecnica e finanziaria delle azioni di cui all'articolo 6, compresa quella relativa alla loro compatibilità con le vigenti normative dei paesi target e con le regole di concorrenza applicabili in materia. Il contraente assume se necessario personale per il controllo e la sorveglianza dell'esecuzione delle azioni previste dal programma.
4. L'organismo di esecuzione dovrà sovrintendere all'attività di monitoraggio amministrativo/finanziario del progetto, compresi la tenuta dei registri e documenti giustificativi, la trasmissione dei deliverables, e la predisposizione delle azioni e delle domande di pagamento.

### **14 MODIFICHE DEL CONTRATTO - VARIAZIONI DEI SERVIZI**

L'organismo proponente, qualora sorgessero improvvise e particolari necessità, si riserva il diritto di apportare al contratto variazioni quantitative in più o in meno entro il limite del quinto dell'importo del contratto nel rispetto degli obblighi contrattuali. L'organismo proponente si riserva inoltre di risolvere, per ragioni non imputabili all'aggiudicatario, il contratto in tutto o in parte riconoscendogli una indennità a termini di legge sulla parte del contratto non eseguita. Qualora venissero richiesti interventi straordinari non contemplati nel presente capitolato, le condizioni relative saranno di volta in volta concordate fra le parti. Tutte le modifiche sopra menzionate dovranno essere comunicate per iscritto via PEC, con specifica indicazione delle nuove condizioni di esecuzione e dei tempi di avvio.

### **15 INADEMPIENZE**

L'organismo proponente ha facoltà di contestare i servizi resi non rispondenti in tutto o in parte alle prescrizioni del capitolato o della offerta proposta in gara. In caso di contestazione, potrà richiedere al fornitore la sostituzione di personale inadeguato alla realizzazione dei servizi. In caso di ritardo o rifiuto, nonché in ogni altra ipotesi di inosservanza degli obblighi contrattuali assunti dall'operatore economico, l'organismo proponente contesterà in forma scritta all'organismo di esecuzione le inadempienze.

### **16 DECADENZA E REVOCA DELL'APPALTO**

L'organismo di esecuzione potrà essere dichiarato decaduto dall'appalto nei seguenti casi:

1. per mancato assolvimento degli obblighi contrattuali o di legge, in materia di stipendi, liquidazioni o trattamenti previdenziali ed assicurativi a favore del personale della ditta aggiudicataria;
2. per manifesta inadempienza degli impegni assunti con il contratto di appalto anche se previsti da piani esecutivi o apposite convenzioni sottoscritti tra le parti, o per variazioni successivamente apportate al piano esecutivo ai sensi del precedente art 12;
3. per inosservanza delle linee progettuali presentate e delle eventuali indicazioni integrative in ordine alla qualità del servizio;
4. per grave e reiterato mancato rispetto dei tempi di esecuzione del servizio o di una singola scadenza o fase del contratto.

## **17 RISOLUZIONE UNILATERALE DEL CONTRATTO**

L'organismo proponente ha la facoltà di controllare e verificare la buona esecuzione del servizio con ausilio di incaricati scelti a sua discrezione.

## **18 SPESE CONTRATTUALI**

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

## **19 CONTENZIOSO**

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

## **20 DIRITTI DI PROPRIETÀ E DI UTILIZZAZIONE**

I diritti di proprietà e/o di utilizzazione e sfruttamento economico degli elaborati, predisposti o realizzati dall'aggiudicatario, da suoi dipendenti e collaboratori nell'ambito o in occasione dell'esecuzione del presente servizio, rimarranno di titolarità esclusiva dell'organismo proponente, che potrà, quindi, disporre senza alcuna restrizione la pubblicazione, la diffusione, l'utilizzo, la duplicazione di dette opere dell'ingegno o materiale. Detti diritti, ai sensi della L. n. 633/41 "*Protezione del diritto d'autore e di altri diritti concessi al suo esercizio*" così come modificata ed integrata dalla L. 248/00, devono intendersi ceduti, acquisiti e licenziati in modo perpetuo, illimitato e irrevocabile.

L'organismo di esecuzione si impegna a consegnare tutti i prodotti in formato aperto e modificabile e si obbliga espressamente a fornire al committente tutta la documentazione e il materiale necessario all'effettivo sfruttamento dei diritti di titolarità esclusiva, nonché a sottoscrivere tutti i documenti necessari all'eventuale trascrizione di detti diritti a favore del committente in eventuali registri o elenchi pubblici. L'organismo di esecuzione si impegna a rispettare la vigente normativa in materia di raccolta e trattamento dei dati personali e di tutela delle banche dati.