

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

Granlatte Società Cooperativa Agricola a.r.l., con sede in via Cadriano 36 – 40127 Bologna, in qualità di organismo proponente del **Programma triennale “EU Dairy: Integrated Supply Chain & High Quality”** (acronimo “EDIS”), programma di informazione e promozione e cofinanziato dalla Commissione Europea ai sensi dei Regg. 1144/2014, 1829/2015 e 1831/2015, e approvato con decisione della Commissione Europea N. C (2016) 7319 del 18.11.2016, come da comunicazione MIPAAF DG PQAI - PQAI 05 - Prot. Uscita N.0092299 del 12/12/2016,

ai sensi dei regolamenti suddetti e dell’”Invito a presentare proposte - Programmi semplici - Azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi in conformità al regolamento (UE) n. 1144/2014 (2016/C 41/03)”, in conformità ai principi fissati nella “Guidance on competitive procedure” della Commissione Europea - DG Agri (Ref. Ares(2016)2631202 del 7/6/2016), alle FAQ 1.4 (Ref. Ares(2016)1196729 del 9/3/2016) e DM MIPAAF del 23/12/2016 relativo alla procedura di selezione degli organismi di esecuzione per i programmi semplici.

INDICE

un **bando di gara per la selezione, mediante Procedura Competitiva Aperta, di un organismo di esecuzione** incaricato della realizzazione delle azioni rivolte al raggiungimento degli obiettivi previsti nell’ambito del Programma “EU Dairy: Integrated Supply Chain & High Quality”, acronimo EDIS, che si svolgerà nei seguenti Paesi Terzi: Cina, Corea del Sud, Libia e Nuova Zelanda e riguarderà i seguenti prodotti: latte e prodotti lattiero caseari (in particolare latte fresco di alta qualità, latte per l’infanzia e tutti i derivati dal latte fresco di alta qualità).

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

INFORMAZIONI PRINCIPALI

BREVE DESCRIZIONE: L’azione “EU Dairy: Integrated Supply Chain & High Quality” risponde al topic 10 “Programmi d’informazione e di promozione del latte e dei prodotti lattiero-caseari, destinati ad un paese terzo”.

PRODOTTI OGGETTO DI PROMOZIONE: latte e prodotti lattiero caseari (in particolare latte fresco di alta qualità, latte per l’infanzia e tutti i derivati dal latte fresco di alta qualità).

ORGANISMO PROPONENTE: Granlatte Società Cooperativa Agricola

PAESI TARGET: Cina, Corea del Sud, Libia, Nuova Zelanda

OBIETTIVI: migliorare la conoscenza e la reputazione dei prodotti lattiero-caseari europei, in particolare di quelli ottenuti da latte di alta qualità, come prodotti contraddistinti da elevata qualità organolettica e nutritiva, tracciati e garantiti sotto il profilo della sicurezza alimentare.

GRUPPI TARGET

a. CONSUMATORI

- mamme (25-34 anni) con bambini piccoli (1-5 anni);
- adulti food lovers (25-54 anni),

b. OPERATORI

- Operatori media: stampa generalista, food&beverage, cucina, benessere, alimentazione infanzia, donna.
- Operatori trade: canale GDO, Normal trade ed Horeca, ristoratori e chef.
- Operatori sanitari, in particolare pediatri.

ATTIVITÀ CHE VERRANNO REALIZZATE: definizione della strategia di comunicazione e l'identità visiva della campagna, canali elettronici (sito web, social media), pubbliche relazioni (ufficio stampa), promozione sui punti vendita (dimostrazioni e degustazioni instore), eventi (fiere di settore, cooking show, sponsorizzazione eventi, giornate informative nei reparti maternità e con studi pediatrici), strumenti di comunicazione (video promozionali, materiali informativi, gadget).

DURATA DEL PROGRAMMA: 36 mesi (suddiviso in 3 fasi annuali)

BUDGET TOTALE: 4.197.074,16 €

BUDGET COSTI AZIONI COMPRENSIVI DEL FEE ORGANISMO ESECUTORE: € 3.747.162,00 così suddivisi: € 1.275.025,00 per il 1° anno, € 1.275.302,00 per il 2° anno, € 1.196.835,00 per il 3° anno.

INIZIO DELLE ATTIVITÀ': orientativamente a fine febbraio 2017

Il programma non è suddiviso in lotti.

Si precisa che i soggetti interessati a partecipare al presente bando di gara dovranno presentare un'offerta prendendo in considerazione il budget dei costi di 3.747.162,00 €, comprensivo del compenso dell'organismo di esecuzione.

CAPITOLATO TECNICO

OBIETTIVI PRINCIPALI DEL PROGRAMMA

In linea con gli obiettivi strategici fissati dalla Commissione nell'ambito del Regolamento (UE) 1144/2014 e in particolare per il topic 10, l'azione "EU Dairy: Integrated Supply Chain & High Quality" si propone di: **migliorare la conoscenza e la reputazione dei prodotti lattiero-caseari europei, in particolare di quelli ottenuti da latte di alta qualità, come prodotti contraddistinti da elevata qualità organolettica e nutritiva,**

tracciati e garantiti sotto il profilo della sicurezza alimentare. In particolare, si vuole raggiungere tale obiettivo presso specifici gruppi di consumatori in Cina, Sud Corea, Libia, e Nuova Zelanda.

Rispetto a quanto indicato negli artt. 2 e 3 del reg. UE 1144/2014, gli obiettivi del presente programma sono del tutto coerenti con l'obiettivo generale delle azioni di informazione e promozione, che è quello di "rafforzare la competitività del settore agricolo dell'Unione", con particolare riferimento al latte e ai derivati del latte. Sono inoltre coerenti con gli obiettivi specifici delle azioni di informazione e promozione, in particolare:

- a) "migliorare il grado di conoscenza dei meriti dei prodotti agricoli dell'Unione e degli elevati standard applicabili ai metodi di produzione nell'Unione";
- b) "aumentare la competitività e il consumo dei prodotti agricoli e di determinati prodotti alimentari dell'Unione e ottimizzarne l'immagine";
- c) "aumentare la quota di mercato dei prodotti agricoli e di determinati prodotti alimentari dell'Unione, prestando particolare attenzione ai mercati di paesi terzi che presentano il maggiore potenziale di crescita.

Risultano infine in linea con le indicazioni del Work Programme 2016, in cui viene data priorità ai programmi presentati sui paesi terzi e, nello specifico, sui mercati più promettenti, come appunto quelli sopra indicati, target del presente programma.

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

TEMATICHE DA TRATTARE

L'azione "EU Dairy: Integrated Supply Chain & High Quality" si propone il miglioramento da parte dei sopradetti gruppi di consumatori in Cina, Sud Corea, Libia e Nuova Zelanda della conoscenza e dell'immagine dei prodotti lattiero-caseari europei, posizionandoli come prodotti ottenuti con specifici metodi di produzione, contraddistinti da elevata qualità nutritiva, tracciati e garantiti sotto il profilo della sicurezza alimentare.

I messaggi principali diffusi saranno, dunque, i seguenti:

- specificità dei metodi di allevamento e di produzione del latte e dei derivati (allevamenti selezionati, vacche nutrite in modo naturale, controllo della alimentazione, della mungitura in stalla fino e del prodotto finito), in particolare sul piano della tracciabilità e degli aspetti nutrizionali;
- caratteristiche intrinseche dei prodotti lattiero caseari europei, specie in termini di qualità, sapore, diversità e tradizione;
- sicurezza alimentare.

TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ E INIZIATIVE AMMISSIBILI

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

Titolo dell'attività	STRATEGIA		
	DEFINIZIONE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE		
Obiettivi specifici	Definire la strategia di comunicazione più corretta per conseguire gli obiettivi dell'azione nei 4 paesi target, Obiettivo legato all'indicatore di impatto dell'azione.		
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi finali	Strategia di comunicazione comprensiva di claim tradotti nelle varie lingue dei paesi target (cinese, coreano, arabo, inglese).		
Budget previsto			
	€ 20.000	€ 0	€ 0

Titolo dell'attività	STRATEGIA		
	DEFINIZIONE DELL'IDENTITÀ VISIVA DELLA CAMPAGNA		
Obiettivi specifici	Tale attività rende possibile declinare la strategia generale di comunicazione nei materiali necessari a realizzare le attività di informazione e promozione dell'azione. L'indicatore di risultato sarà pertanto indicato in fase di descrizione delle varie attività.		
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi finali	Immagine della campagna declinata nei vari strumenti, con testi tradotti nelle varie lingue dei paesi target.	Eventuale restyling dei vari strumenti, con nuovi eventuali testi tradotti nelle varie lingue dei paesi target.	Eventuale restyling dei vari strumenti, con nuovi eventuali testi tradotti nelle varie lingue dei paesi target.
Budget previsto	€ 35.800	€ 12.900	€ 10.700

Titolo dell'attività	RELAZIONI PUBBLICHE		
	ATTIVITÀ PERMANENTI DI PR		
Obiettivi specifici	7 comunicati stampa diffusi ogni anno in ciascun paese. Ripresa dei suddetti comunicati da parte della stampa on e off line per una readership totale di 30.000.000 / anno = 90.000.000 nel triennio		

	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi finali	7 comunicati stampa diffusi ogni anno in ciascun paese (per un totale di 28) + 1 ricerca + rassegna stampa corredata da analisi risultati	7 comunicati stampa diffusi ogni anno in ciascun paese (per un totale di 28) + 1 ricerca + rassegna stampa corredata da analisi risultati	7 comunicati stampa diffusi ogni anno in ciascun paese (per un totale di 28) + 1 ricerca + rassegna stampa corredata da analisi risultati
Budget previsto	€ 74.100	€ 74.100	€ 74.100

Titolo dell'attività	SITO WEB, MEDIA SOCIALI CREAZIONE, AGGIORNAMENTO E MANUTENZIONE SITO		
Obiettivi specifici	Visite totali al sito N. 180.000 / anno		
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi finali	Sito web multilingue	Sito web multilingue	Sito web multilingue
Budget previsto	€ 52.000	€ 8.500	€ 4.500

Titolo dell'attività	SITO WEB, MEDIA SOCIALI MEDIA SOCIALI (CREAZIONE DI ACCOUNT, PUBBLICAZIONE PERIODICA)		
Obiettivi specifici	Liker su Facebook N. 60.000 / anno, per un totale di complessivi N. 180.000 nel triennio. Follower su Instagram N. 60.000 / anno, per un totale di complessivi N. 180.000 nel triennio.		
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi finali	Pagina Facebook e profilo Instagram multilingue	Pagina Facebook e profilo Instagram multilingue	Pagina Facebook e profilo Instagram multilingue
Budget previsto	€ 128.000	€ 144.000	€ 144.000

Titolo dell'attività	STRUMENTI DI COMUNICAZIONE PUBBLICAZIONI, MEDIA KIT, ARTICOLI PROMOZIONALI		
Obiettivi specifici	La numerica stampata dei materiali è funzionale al loro utilizzo nelle diverse attività (in store, fiere, eventi). Pertanto sembra corretto rimandare a queste ultime per i collegati indicatori di risultato.		
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3

Prodotti/servizi finali	LEAFLET: 313.800 LOCANDINE: 1.866 TOTEM: 425 BROCHURE: 1.240 ROLL UP: 13 GADGET: 19.100	LEAFLET: 337.000 LOCANDINE: 2.004 TOTEM: 494 BROCHURE: 1.240 ROLL UP: 13 GADGET: 19.100	LEAFLET: 320.000 LOCANDINE: 1.812 TOTEM: 478 BROCHURE: 1.080 ROLL UP: 12 GADGET: 16.400
Budget previsto	€ 132.246	€ 138.128	€ 125.780

Titolo dell'attività	STRUMENTI DI COMUNICAZIONE VIDEO PROMOZIONALI		
Obiettivi specifici	N. 60.000 visualizzazioni su Instagram al 1° anno N. 120.000 al 2° anno N. 180.000 al 3° anno.		
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi finali	N. 1 video storytelling nelle varie lingue del progetto N. 4 video ricette realizzate da chef locali con i diversi prodotti	N. 1 video storytelling nelle varie lingue del progetto N. 3 video ricette realizzate da chef locali con i diversi prodotti	N. 1 video storytelling nelle varie lingue del progetto N. 2 video ricette realizzate da chef locali con i diversi prodotti
Budget previsto	€ 37.500	€ 30.000	€ 22.500

Titolo dell'attività	EVENTI		
Obiettivi specifici	n. operatori contattati in fiera: 2.000; n. consumatori contattati negli eventi: 160.000, di cui 52.000 mamme negli ospedali, 96.000 mamme negli studi pediatrici e 12.000 consumatori negli eventi sponsorizzati; n. operatori contattati negli eventi: 1.560, di cui 600 ristoratori e operatori stampa nei cooking show e 960 pediatri (totale nei 3 anni)		
	CINA		
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi finali	3 fiere (FHC, HOFEX e World Food Beijing edizione 2017); 70 giornate informative per le mamme dei reparti maternità e invio di materiale informativo a 90 pediatri nelle principali città come Hong Kong, Pechino, Shanghai, Shenzhen, Guangzhōu, Fuzhou e altre	2 fiere (FHC e World Food Beijing edizione 2018); 70 giornate informative per le mamme dei reparti maternità e invio di materiale informativo a 90 pediatri nelle principali città come Hong Kong, Pechino, Shanghai, Shenzhen, Guangzhōu, Fuzhou e altre	3 fiere (FHC, HOFEX e World Food Beijing edizione 2019); 18 giornate informative per le mamme dei reparti maternità e invio di materiale informativo a 30 pediatri nelle principali città come Hong Kong, Pechino, Shanghai, Shenzhen, Guangzhōu, Fuzhou e altre
Budget previsto	€	€	€

	121.311	89.041	110.711
	COREA DEL SUD		
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi finali	2 fiere (Seoul Food & Hotel e FoodWeek Korea edizione 2017). 94 giornate informative per le mamme dei reparti maternità e invio di materiale informativo a 150 pediatri delle città principali come Seul, Incheon, Ulsan, Daegu e altre	2 fiere (Seoul Food & Hotel e FoodWeek Korea edizione 2017). 94 giornate informative per le mamme dei reparti maternità e invio di materiale informativo a 150 pediatri delle città principali come Seul, Incheon, Ulsan, Daegu e altre	2 fiere (Seoul Food & Hotel e FoodWeek Korea edizione 2017). 94 giornate informative per le mamme dei reparti maternità e invio di materiale informativo a 150 pediatri delle città principali come Seul, Incheon, Ulsan, Daegu e altre
Budget previsto	€ 84.049	€ 84.049	€ 84.049
	LIBIA		
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi finali	1 fiera (Libya Food Expo edizione 2017). 8 eventi informativi presso ospedali, cliniche maternità e pediatriche delle principali città come Tripoli, Bengasi, Misurata, Tarhuna, El-Azizia e altre	1 fiera (Libya Food Expo edizione 2018). 8 eventi informativi presso ospedali, cliniche maternità e pediatriche delle principali città come Tripoli, Bengasi, Misurata, Tarhuna, El-Azizia e altre	1 fiera (Libya Food Expo edizione 2019). 8 eventi informativi presso ospedali, cliniche maternità e pediatriche delle principali città come Tripoli, Bengasi, Misurata, Tarhuna, El-Azizia e altre
Budget previsto	€ 59.100,00	€ 59.100,00	€ 59.100,00
	NUOVA ZELANDA		
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi finali	1 fiera (The Great NZ Food Show edizione 2017). 6 eventi di cui 4 cooking show e 2 sponsorizzazioni di eventi nelle principali città come Wellington, Auckland, Hamilton, Hastings, Queenstown, Tauranga, e altre	2 fiere (The Great NZ Food Show e Fine Food NZ edizione 2018). 6 eventi di cui 4 cooking show e 2 sponsorizzazioni di eventi nelle principali città come Wellington, Auckland, Hamilton, Hastings, Queenstown, Tauranga, e altre	1 fiera (The Great NZ Food Show edizione 2019). 6 eventi di cui 4 cooking show e 2 sponsorizzazioni di eventi nelle principali città come Wellington, Auckland, Hamilton, Hastings, Queenstown, Tauranga, e altre
Budget previsto	€ 70.234	€ 91.834	€ 70.234
Totale	€ 334.694	€ 324.023	€ 324.094

PROMOZIONI NEI PUNTI VENDITA		
2.642 giornate promozionali, da cui derivano: 387.600 consumatori informati in profondità dalla promoter e che hanno avuto il materiale +2.642.000 di consumatori che sono entrati in contatto con il messaggio dell'azione.		
CINA		
ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
110 punti vendita localizzati nelle maggiori aree metropolitane come Hong Kong, Pechino, Shanghai, Shenzhen, Guǎngzhōu, Fuzhou e altre, (catene Walmart, Sams, OLE, Citymart e negozi specializzati per bambini come BabyGro, Baby International Blu e altri), 2 gg promozionali a pdv	149 punti vendita localizzati nelle maggiori aree metropolitane come Hong Kong, Pechino, Shanghai, Shenzhen, Guǎngzhōu, Fuzhou e altre, (catene Walmart, Sams, OLE, Citymart e negozi specializzati per bambini come BabyGro, Baby International Blu e altri), 2 gg promozionali a pdv	132 punti vendita localizzati nelle maggiori aree metropolitane come Hong Kong, Pechino, Shanghai, Shenzhen, Guǎngzhōu, Fuzhou e altre, (catene Walmart, Sams, OLE, Citymart e negozi specializzati per bambini come BabyGro, Baby International Blu e altri), 2 gg promozionali a pdv
€ 134.309	€ 181.700	€ 161.523
COREA DEL SUD		
ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
116 punti vendita localizzati nelle maggiori aree metropolitane, come Seul, Incheon, Ulsan, Daegu e altre (catene Hyundai Department Store, Lotte Department Store, Shinsegae e negozi specializzati per bambini come The Korean Baby e altri) 2 gg promozionali a pdv, 1 promoter, allestimento pdv, materiale consumo per degustazione, spedizione prodotto per la degustazione e materiale informativo	125 punti vendita localizzati nelle maggiori aree metropolitane, come Seul, Incheon, Ulsan, Daegu e altre (catene Hyundai Department Store, Lotte Department Store, Shinsegae e negozi specializzati per bambini come The Korean Baby e altri) 2 gg promozionali a pdv, 1 promoter, allestimento pdv, materiale consumo per degustazione, spedizione prodotto per la degustazione e materiale informativo	118 punti vendita localizzati nelle maggiori aree metropolitane, come Seul, Incheon, Ulsan, Daegu e altre (catene Hyundai Department Store, Lotte Department Store, Shinsegae e negozi specializzati per bambini come The Korean Baby e altri) 2 gg promozionali a pdv, 1 promoter, allestimento pdv, materiale consumo per degustazione, spedizione prodotto per la degustazione e materiale informativo
€ 133.056	€ 142.711	€ 134.611
LIBIA		
ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
92 punti vendita localizzati nelle maggiori città della Libia come Tripoli, Bengasi, Misurata, Tarhuna, El-Azizia e altre (catene Monoprix, Price Club), 2 gg promozionali a pdv, 1 promoter, allestimento pdv, materiale consumo per degustazione, spedizione prodotto per la degustazione e materiale informativo	218 punti vendita localizzati nelle maggiori città della Libia come Tripoli, Bengasi, Misurata, Tarhuna, El-Azizia e altre (catene Monoprix, Price Club), 2 gg promozionali a pdv, 1 promoter, allestimento pdv, materiale consumo per degustazione, spedizione prodotto per la degustazione e materiale informativo	178 punti vendita localizzati nelle maggiori città della Libia come Tripoli, Bengasi, Misurata, Tarhuna, El-Azizia e altre (catene Monoprix, Price Club), 2 gg promozionali a pdv, 1 promoter, allestimento pdv, materiale consumo per degustazione, spedizione prodotto per la degustazione e materiale informativo

€ 92.880	€ 109.620	€ 89.100
NUOVA ZELANDA		
ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
81 punti vendita localizzati nelle maggiori aree metropolitane, come Wellington, Auckland, Hamilton, Hastings, Queenstown, Tauranga, e altre (catene Foodstuffs, Progressive), 2 gg promozionali a pdv, 1 promoter, allestimento pdv, materiale consumo per degustazione, spedizione prodotto per la degustazione e materiale informativo	85 punti vendita localizzati nelle maggiori aree metropolitane, come Wellington, Auckland, Hamilton, Hastings, Queenstown, Tauranga, e altre (catene Foodstuffs, Progressive), 2 gg promozionali a pdv, 1 promoter, allestimento pdv, materiale consumo per degustazione, spedizione prodotto per la degustazione e materiale informativo	86 punti vendita localizzati nelle maggiori aree metropolitane, come Wellington, Auckland, Hamilton, Hastings, Queenstown, Tauranga, e altre (catene Foodstuffs, Progressive), 2 gg promozionali a pdv, 1 promoter, allestimento pdv, materiale consumo per degustazione, spedizione prodotto per la degustazione e materiale informativo
€ 100.440	€ 109.620	€ 105.927
€ 460.685	€ 543.651	€ 491.161

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

I anno - 2017/2018				
CINA 2017	COREA SUD 2017	LIBIA 2017	NUOVA ZELANDA 2017	TOTALE I ANNO - 2017
€ 375.531	€ 337.016	€ 271.891	€ 290.585	€ 1.370.342

II anno - 2018/2019				
CINA 2018	COREA SUD 2018	LIBIA 2018	NUOVA ZELANDA 2018	TOTALE II ANNO - 2018
€ 372.647	€ 328.667	€ 270.627	€ 303.361	€ 1.370.620

III anno - 2019/2020				
CINA 2019	COREA SUD 2019	LIBIA 2019	NUOVA ZELANDA 2019	TOTALE III ANNO - 2019
€ 367.629	€ 314.055	€ 243.595	€ 271.555	€ 1.292.152

PROCEDURA DI SCELTA DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE DEL PROGRAMMA

REQUISITI PER LA PARTECIPAZIONE ALLA GARA

Inesistenza di cause di esclusione dalla partecipazione alla Gara

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

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

L'inesistenza di questi motivi di esclusione dovrà essere attestata tramite la dichiarazione allegata (Allegato A), firmata dal legale rappresentante.

Requisiti di capacità economica e finanziaria

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione, nel triennio 2013-2014-2015:

- deve aver realizzato un fatturato medio non inferiore ad Euro 4.000.000,00 in lettere: Euro quattro milioni) al netto dell'IVA, risultante dalle dichiarazioni IVA o imposta equivalente in ambito UE.
- deve aver realizzato un fatturato medio, per attività specifiche come indicate nel precedente articolo: **TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ E INIZIATIVE AMMISSIBILI**, nel settore dell'agroalimentare non inferiore ad Euro 3.000.000,00 in lettere: Euro tre milioni) al netto dell'IVA come desunto dalle voci di bilancio.

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato A), firmata dal legale rappresentante.

Requisiti di capacità tecnica e professionale

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione, deve aver realizzato, in qualità di esecutore / prestatore di servizi, nel triennio 2013-2014-2015:

- **almeno 5 (cinque) progetti** articolati di comunicazione, promozione e relativa campagna pubblicitaria;
- **almeno un progetto** in qualità di esecutore o mandatario in riferimento al reg. UE n. 3/2008 e successive modifiche e integrazioni e relativi regolamenti applicativi;
- **almeno un progetto di promo-comunicazione** in **almeno due dei paesi target** indicati nel presente capitolato;
- avere un rapporto di almeno il 40% del fatturato medio del triennio, dedicato al settore agroalimentare come desunto dalle voci di bilancio.

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato A), firmata dal legale rappresentante.

CRITERI DI AGGIUDICAZIONE

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

In presenza di una sola offerta valida, l'OP Granlatte Società Cooperativa Agricola a.r.l., ha facoltà di procedere o meno a all'affidamento dell'appalto.

In caso di parità di punteggio ottenuto, l'appalto verrà aggiudicato al concorrente che avrà riportato il maggior punteggio nell'offerta tecnica. In caso di parità di punteggio sia dell'offerta economica che dell'offerta tecnica, si procederà mediante sorteggio.

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

- OFFERTA TECNICA: MASSIMO 80 PUNTI, MINIMO 50 PUNTI
- OFFERTA ECONOMICA: MASSIMO 20 PUNTI, MINIMO 10 PUNTI

Per ogni criterio è stabilito un punteggio minimo al di sotto dei quali la proposta è da ritenersi esclusa.

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

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

CRITERI PER VALUTAZIONE QUALITA' OFFERTA TECNICA			
Criteri	Sottocriteri	Punteggio minimo	Punteggio massimo
1. STRATEGIA COMPLESSIVA	a) articolazione della strategia: coerenza tra gli obiettivi previsti a progetto e la strategia adottata per paesi target	8	15
	b) proposta concept di comunicazione e di ideazione grafica sui temi trattati dal Programma: coerenza del concept di comunicazione con il Programma;	8	15
	c) declinazione del concept a seconda dei diversi gruppi target destinatari per i diversi paesi obiettivo dei messaggi promozionali.	6	10
Punteggi minimi e massimi attribuibili		25	40

2. APPROCCIO METODOLOGICO E ARTICOLAZIONE DELLE ATTIVITA'	a) modalità di esecuzione delle azioni: descrizione delle modalità operative utilizzate per la prestazione dei servizi e relativa coerenza con le finalità e con gli obiettivi della campagna di comunicazione proposta e con il Programma	7	12
	b) modalità di raggiungimento degli obiettivi specifici indicati nel programma.	8	14
	c) coerenza con la strategia generale e le modalità esecutive degli interventi sopra proposti.	5	9
	d) cronoprogramma: adeguatezza di tempi e risorse, previsti nel cronoprogramma e sua coerenza con il Programma che dovrà articolarsi in tre anni.	3	5
Punteggi minimi e massimi attribuibili		25	40

CRITERI PER VALUTAZIONE QUALITA' OFFERTA ECONOMICA			
Criteri	Sottocriteri	Punteggio minimo	Punteggio massimo
1. ONORARIO	a) valutazione della congruità dell'onorario, espresso in giornate/uomo	10	20
Punteggi minimi e massimi attribuibili		10	20

MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLE PROPOSTE

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

- BUSTA A - documentazione amministrativa, che dovrà contenere:

- Allegato A compilato e firmato dal legale rappresentante;

- BUSTA B - offerta tecnica, che dovrà contenere:

- Presentazione dell'operatore economico partecipante alla Gara di Selezione;
- Descrizione dettagliata delle attività utilizzando i riferimenti indicati nel successivo capitolo:
MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA TECNICA – BUSTA B

- BUSTA C - offerta economica, che dovrà contenere:

- Onorario dell'esecutore come descritto nel successivo capitolo: MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA ECONOMICA – BUSTA C

Nelle sezioni successive (Modalità di predisposizione dell'offerta tecnica e Modalità di predisposizione dell'offerta economica) si forniscono indicazioni su come dovranno essere redatte l'offerta tecnica e quella economica.

La documentazione potrà essere redatta in lingua italiana o inglese, dovrà essere presentata in formato cartaceo e in formato elettronico – stampabile e copiabile su CD o chiavetta USB, a cura del partecipante alla gara entro e non oltre le ore 12.00 del 30/01/2017. Il recapito del plico rimane ad esclusivo rischio del mittente ove, per qualsiasi motivo, non giunga a destinazione entro il suddetto termine perentorio.

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

Contestualmente all'invio del plico, le proposte dovranno essere anticipate, sempre entro e non oltre le ore 12.00 del 30/01/2017, via PEC.

Indirizzo postale al quale far pervenire le proposte entro il termine suddetto: Granlatte Società Cooperativa Agricola a.r.l., via Cadriano 36 – 40127 Bologna – ITALIA

All'attenzione del dott. ENRICO BELSITO

Indirizzo PEC: granlatte@legalmail.it

Nell'oggetto della PEC scrivere quanto segue: Bando di Gara "EDIS" e il nome dell'organismo/agenzia/società partecipante alla Gara di Selezione.

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

Il Comitato di selezione, organo che verrà creato ad hoc appositamente per la valutazione e selezione delle proposte pervenute e costituito da rappresentanti dell'OP, si riunirà in data 31/01/2017 al fine di espletare le procedure di selezione.

Sarà data tempestiva comunicazione a tutti i partecipanti, sull'esito della Gara di Selezione, via PEC. I risultati verranno anche pubblicati sul sito dell'OP Granlatte - <http://www.granlatte.it/> entro il 3/2/2017.

Ulteriori informazioni possono essere richieste al seguente recapito:

dott. Enrico Belsito email: enrico.belsito@granarolo.it

DOCUMENTI DI GARA:

- BANDO
- CAPITOLATO TECNICO
- ALLEGATO A

MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA TECNICA – BUSTA B

A) Presentazione dell'operatore economico:

Presentazione generale in termini di: contatti, esperienze maturate nel settore della promozione/informazione su prodotti agricoli di alta qualità, esperienza nella realizzazione di eventi, attività di PR e Ufficio Stampa, organizzazione di degustazioni nei punti vendita e campagne stampa, elaborazione materiale promozionale/informativo, gestione siti web e social media.

Informazioni sul proprio organico (con particolare riferimento alle attività già realizzate) e sull'**eventuale appartenenza a reti** di organismi simili operanti nello stesso ambito, a livello europeo ed internazionale.

B) Dettaglio delle attività

L'operatore dovrà indicare per ogni punto sotto elencato le proprie iniziative e relative modalità di esecuzione e raggiungimento dei risultati.

1. STRATEGIA COMPLESSIVA

Il proponente dovrà articolare la propria proposta proponendo tipologie di attività che ritiene maggiormente efficaci al perseguimento degli obiettivi progettuali utilizzando le sottostanti indicazioni.

a) articolazione della strategia: descrizione della coerenza tra gli obiettivi previsti a progetto e la strategia adottata per paesi target

b) proposta concept di comunicazione e di ideazione grafica sui temi trattati dal Programma: coerenza del concept di comunicazione con il Programma;

c) declinazione del concept a seconda dei diversi gruppi target destinatari per i diversi paesi obiettivo dei messaggi promozionali.

2. APPROCCIO METODOLOGICO E ARTICOLAZIONE DELLE ATTIVITA'

Per ogni tipologia di attività riportata nel capitolato e per specifico paese dovranno essere descritti gli specifici interventi che si intendono porre in essere per raggiungere gli obiettivi progettuali. Le attività e i relativi interventi dovranno essere coerenti con le strategie proposte per i singoli paesi target e con i relativi gruppi bersaglio individuati e dovranno essere declinati in funzione dei punti sotto riportati:

- a) modalità di esecuzione delle azioni: descrizione delle modalità operative utilizzate per la prestazione dei servizi e relativa coerenza con le finalità e con gli obiettivi della campagna di comunicazione proposta e con il Programma;
- b) modalità di raggiungimento degli obiettivi specifici indicati nel programma;
- c) coerenza con la strategia generale e le modalità esecutive degli interventi sopra proposti;
- d) cronoprogramma: adeguatezza di tempi e risorse, previsti nel cronoprogramma e sua coerenza con il Programma che dovrà articolarsi in tre anni.

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

I sopracitati punti A) e B) dovranno essere inseriti nella **Busta B – Offerta tecnica**.

MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA ECONOMICA– BUSTA C

1. ONORARIO

Costo dell'onorario dell'organismo di esecuzione:

Per quanto riguarda i costi relativi all'onorario dell'organismo esecutore, questi dovranno essere dettagliati per ogni singola azione. Questi costi riguardano tutte le attività necessarie per l'organizzazione e realizzazione stessa delle attività (es.: selezione e contatto con i fornitori, ricerca dei prezzi, scelta delle location, prenotazioni, organizzazione degli eventi, ecc.).

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

AZIONE	PAESE	QUANTIFICAZIONE ONORARIO	DETTAGLIO SERVIZI ORGANISMO ESECUZIONE

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

Alla fine di questa tabella si dovranno riassumere il costo totale delle azioni (pari a 3.747.162,00 € - somma di tutte le attività/iniziative proposte) e il costo totale dell'onorario (da definire da parte dell'operatore economico partecipante alla Gara – somma degli onorari previsti per ogni attività/iniziativa proposta indicati nella tabella di cui sopra).

Il compenso dell'organismo di esecuzione dovrà essere compreso tra un minimo del 6% ed un massimo dell'11% del costo totale delle azioni e dovrà essere calcolato incorporandolo dal costo totale dell'azione.

Questa tabella formerà l'offerta economica e andrà inserita nella Busta C – Offerta economica.