

**CAPITOLATO TECNICO E PROCEDURA DI SELEZIONE DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE PER LA
REALIZZAZIONE DI UN PROGRAMMA MULTIPLO
COFINANZIATO AI SENSI DEL REG (UE) 1144/2014**

**GARA EUROPEA A PROCEDURA APERTA PER L'APPALTO DI ESECUZIONE DI UNA PARTE DEL
PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI NEI PAESI TERZI N.
101194420 DENOMINATO ECCEUKCH "L'ECCELLENZA DELL'OLIVICOLTURA EUROPEA NEL REGNO
UNITO E IN SVIZZERA"**

approvato da REA in data 18/09/2024 - Ref. Ares (2024)6594343

1 Premessa ed informazioni preliminari

Il Collegio Toscano degli Olivicoltori OL.MA. Società Agricola Cooperativa, con sede in Località Madonnino n. 3, 58100 Frazione Montepescali Scalo (GR) - ITALIA, P. IVA 00127960532 e C.F. 00127960532, e-mail progetti@oleificioolma.it, (di seguito per brevità "OL.MA." o Ente appaltante o committente) a cui non si applica la definizione di Organismo di diritto pubblico ex art 2, paragrafo 1, punto 4, direttiva 2014/24/UE, con il presente atto, in qualità di **Capofila del gruppo di Organizzazioni** composto da:

- **I'Organizzazione di Produttori Olivicoli Latium** Società Cooperativa Agricola con sede in Via Raffaele Piria n. 6, 00156 Roma (RM) - ITALIA, P. IVA 11612581006, (di seguito per brevità "OP LATIUM"), e
- **I'Associazione Esportatori di Creta - Syndesmos Exagogeon Kritis**, con sede in 20 Dimokratias Av., 71306 Heraclion - Greece, Fiscal Code 099462557, (di seguito per brevità "EAC")

tra le quali è stato sottoscritto un accordo di collaborazione volto allo svolgimento del **Programma triennale (da svolgere tra il 01/04/2025 – 31/03/2028)** denominato "**L'ECCELLENZA DELL'OLIVICOLTURA EUROPEA NEL REGNO UNITO E IN SVIZZERA**" (acronimo "ECCEUKCH"), ammesso a cofinanziamento dalla Commissione Europea ai sensi del Regolamento UE n. 1144/2014 – relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel Mercato Interno e nei Paesi Terzi, di cui OL.MA. rappresenta il "*lead beneficiary*",

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, con applicazione del criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa individuata sulla base del miglior rapporto qualità prezzo, di un organismo di esecuzione** incaricato della realizzazione delle azioni (attività/iniziative) rivolte al raggiungimento degli obiettivi previsti nell'ambito del suddetto **Programma triennale** denominato "**ECCEUKCH**", che si svolgerà nei paesi target di Svizzera e Regno Unito e riguarderà l'olio extravergine di oliva prodotto in Europa.

Bando di gara per la selezione, mediante Procedura Competitiva Aperta di un organismo di esecuzione incaricato della realizzazione delle azioni (attività/iniziative) rivolte al raggiungimento degli obiettivi previsti nell'ambito del suddetto Programma triennale "L'ECCELLENZA DELL'OLIVICOLTURA EUROPEA NEL REGNO UNITO E IN SVIZZERA" ("ECCEUKCH"), che si svolgerà nei paesi target di Svizzera e Regno Unito e riguarderà l'olio extravergine di oliva prodotto in Europa.

Premessa

DEFINIZIONI E SINONIMI

Elenco delle definizioni e dei sinonimi utilizzabili nell'ambito del Capitolato tecnico e del disciplinare di gara:

- a) **PROCEDURA DI SELEZIONE DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE:** "Gara" o "Procedura di selezione";
- b) **OP OL.MA.** o "Collegio Toscano degli Olivicoltori OL.MA. Soc. Coop." o "Organizzazione appaltante" o "Organismo appaltante" o "Appaltante";
- c) **PROGRAMMA:** "ECCEUKCH" o "Programma di Progetto" o "Progetto";
- d) **ACRONIMO DEL PROGRAMMA:** ECCEUKCH;
- e) **PARTECIPANTE ALLA PRESENTE PROCEDURA DI SELEZIONE:** "Operatore economico" o "Ente partecipante alla gara" o "Partecipante";
- f) **AGGIUDICATARIO:** "Organismo di esecuzione";
- g) **CONTRATTO PER L'ATTUAZIONE DEL PROGRAMMA:** "Convenzione di sovvenzione" o Grant Agreement;
- h) **CONTRATTO STIPULATO CON L'ORGANISMO DI ESECUZIONE SELEZIONATO:** il contratto con cui si affida definitivamente il servizio oggetto del presente capitolato tecnico. Anche detto "Contratto di appalto di servizi" o "Contratto di appalto";
- i) **DOCUMENTI DI GARA:** il presente documento, comprensivo delle premesse e degli allegati, che contiene il capitolato tecnico (PARTE A: contenente le disposizioni tecniche da applicare all'oggetto del contratto di appalto) e il disciplinare di gara (PARTE B: documento che fornisce agli operatori economici le informazioni necessarie alla preparazione e presentazione dei documenti che costituiscono l'offerta e i criteri di aggiudicazione). Si farà riferimento al presente documento anche utilizzando i termini "bando" o "bando di gara" o "avviso";
- j) **PACCHETTO DI LAVORO:** insieme di attività classificabili in modo omogeneo e finalizzate al raggiungimento di obiettivi comuni o WP o Work package;
- k) **SETTORE DI ATTIVITA':** i settori di attività coincidono con le azioni che saranno affidate in appalto all'aggiudicatario, sono contenuti nel pacchetto di lavoro e includono diverse attività finalizzate al raggiungimento di obiettivi comuni;
- l) **SERVIZIO ANALOGO A QUELLO POSTO A BASE DI GARA¹:** servizio rientrante nel medesimo settore imprenditoriale o professionale cui afferisce l'appalto, cosicché possa ritenersi che grazie ad esso il concorrente abbia maturato la capacità di svolgere quest'ultimo².
- m) **OFFERTA:** L'insieme dei documenti necessari per la partecipazione alla gara da parte dell'operatore economico e, segnatamente: Allegato A, Allegato B, Proposta tecnica e documentazione a supporto e Allegato C. L'allegato A, l'allegato B e l'Allegato C devono corrispondere ai modelli allegati al presente bando.

¹ Decreto direttoriale MASAF n. 0532478 del 10 ottobre 2024, – Dipartimento della sovranità alimentare e dell'ippica – DG affari generali e bilancio

² Consiglio di Stato, Sez. V, Sentenza n. 5944 del 18 dicembre 2017.

1.1 NORMATIVA E DOCUMENTAZIONE DI RIFERIMENTO

Il quadro dei riferimenti normativi e documentali essenziali 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.

Orientamenti sulla procedura di gara di cui alla nota della Commissione europea DDG1.B5/MJ/DB D (2016)321077 del 7 luglio 2016;

Comunicazione della Commissione europea (2006/C)179/02, paragrafo 2.1.2;

Invito REA per i programmi semplici e per i programmi multipli, a presentare proposte relative a “*Sovvenzioni per azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei Paesi terzi*” del 18 gennaio 2024”;

Modello di Grant Agreement (Convenzione di Sovvenzione) fra i beneficiari delle sovvenzioni disposte dalla normativa europea e REA (European Research Executive Agency) che è l'agenzia esecutiva dell'UE, l'autorità che concede l'aiuto nell'ambito dei poteri delegati dalla Commissione europea.

1.2 STAZIONE APPALTANTE

Il Collegio Toscano degli Olivicoltori OL.MA. Società Agricola Cooperativa, **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 nella normativa sopra citata, non è tenuto ad applicare le norme nazionali che recepiscono le Direttive europee sugli appalti pubblici (in Italia il **Decreto Legislativo 31 marzo 2023, n. 36**). OL.MA. 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. 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.

1.3 CHIARIMENTI

È possibile ottenere chiarimenti sulla presente procedura mediante la proposizione di quesiti scritti da inoltrare **almeno 8 giorni prima della scadenza del termine fissato per la presentazione delle offerte** via e-mail all'indirizzo: progetti@oleificioolma.it.

Le richieste di chiarimenti e le relative risposte sono formulate in lingua italiana e/o in inglese.

Le risposte alle richieste di chiarimenti presentate in tempo utile sono fornite in **formato elettronico almeno 4 giorni prima della scadenza del termine fissato per la presentazione delle offerte**, mediante pubblicazione delle richieste in forma anonima e delle relative risposte sul sito istituzionale www.oleificioolma.it. Si invitano i concorrenti a visionare costantemente il sito istituzionale.

PARTE A: CAPITOLATO TECNICO

2. Informazioni principali di progetto

Titolo e descrizione del progetto: il progetto "L'ECCELLENZA DELL'OLIVICOLTURA EUROPEA NEL REGNO UNITO E IN SVIZZERA" (acronimo "ECCEUKCH"), nell'ambito della priorità tematica 4 (AGRIP-MULTI-2024-TC-ALL) dell'invito REA del 2024 a presentare proposte (programmi Multipli nei Paesi terzi), altresì esplicitata nel Programma di lavoro per il 2024 della Commissione e la decisione finanziaria per l'attuazione delle azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi (Commission Implementing Decision of 14.11.2023 N. 7602)

Organismo appaltante: Collegio Toscano degli Olivicoltori OL.MA.

Paesi target: REGNO UNITO E SVIZZERA

Obiettivi generali del Programma:

Gli obiettivi di questi programmi sono conformi agli obiettivi generali e specifici di cui agli articoli 2 e 3 del regolamento (UE) n. 1144/2014. 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 tanto all'interno quanto all'esterno dell'Unione;
- c) rafforzare la consapevolezza e il riconoscimento dei regimi di qualità dell'Unione;
- d) 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 maggior potenziale di crescita;

Le azioni di informazione e di promozione sono destinate a rafforzare la competitività del settore agricolo dell'Unione. In particolare, le azioni di informazione e di promozione del Programma sono rivolte a:

- migliorare il grado di conoscenza dello specifico prodotto agricolo dell'Unione e degli elevati standard applicati ai metodi di produzione europei;
- aumentare la competitività e il consumo dell'olio di oliva ottimizzandone l'immagine;
- rafforzare la consapevolezza e il riconoscimento dei regimi di qualità dell'Unione, invitando a percepire le differenze e le garanzie offerte dai prodotti a denominazione (DOP e IGP) e dei prodotti ottenuti con metodo biologico;
- aumentare la quota di mercato dell'olio di oliva dell'Unione nel Regno Unito e in Svizzera;
- evidenziare le specificità dei metodi di produzione dell'olio di oliva adottati nell'Unione, in particolare in termini di sicurezza alimentare, tracciabilità, autenticità, etichettatura, aspetti nutrizionali e sanitari, rispetto per l'ambiente e sostenibilità (comprendendo l'impegno delle aziende olivicole a beneficio del clima come la riduzione delle emissioni di gas serra e/o l'aumento dell'assorbimento di carbonio) e le caratteristiche fisiche dell'olio extravergine di oliva in termini di qualità, gusto, diversità organolettica e tradizioni culturali.

L'impatto finale previsto è quello di migliorare la competitività e il consumo dell'olio di oliva dell'Unione, elevandone il profilo di immagine e aumentando la quota di mercato in questo ambito geografico particolarmente interessante.

Obiettivi specifici:

- Campagna di informazione personalizzata verso i consumatori con messaggi emozionali relativi alla certificazione di qualità degli oli di oliva DOP e IGP e agli elementi che definiscono un prodotto di qualità superiore (bio, tracciabilità, sostenibilità, aspetti nutrizionali ed organolettici, etc.);

- Campagna di informazione personalizzata verso gli operatori del settore e opinionisti (gastronomi, cuochi, food blogger, ristoratori, giornalisti, nutrizionisti) relativi alla certificazione di qualità degli oli di oliva DOP e IGP e agli elementi che definiscono un prodotto di qualità superiore (bio, tracciabilità, sostenibilità, aspetti nutrizionali ed organolettici, etc.).

Pacchetti di lavoro ed attività che verranno realizzate:

- WP2 - PUBBLICHE RELAZIONI - UK E SVIZZERA
 - 2.1 Press Office
 - 2.2 Creazione e aggiornamento di una mailing list
 - 2.3 Realizzazione archivio digitale
- WP3: SITO WEB - UK E SVIZZERA
 - 3.1 Sito Web
 - 3.2 Social Media
- WP4 - ADVERTISING - UK E SVIZZERA
 - 4.1 Advertising sui social media
- WP5 - COMMUNICATIONS TOOLS - UK E SVIZZERA
 - 5.1 Strumenti di comunicazione e gadget
- WP6 - EVENTI - UK E SVIZZERA
 - 6.1 Fiere nel Regno Unito
 - 6.2 Fiere in Svizzera
 - 6.3 Incoming per gli operatori
 - 6.4 Promozione nei ristoranti e attività delivery in Svizzera
- WP7 - PUNTI VENDITA - UK E SVIZZERA
 - 7.1 Promozione nei punti di vendita

Durata del Programma: 36 mesi (3 fasi annuali)

Budget totale di progetto: € 4.040.353,65

Budget dei costi delle azioni in capo all'Organismo esecutore: € 3.533.253,65

Inizio dell'attività: indicativamente il 1° aprile 2025.

Si precisa che i soggetti interessati a partecipare al presente bando di gara dovranno presentare un'offerta prendendo in considerazione il budget dei costi pari a **euro 3.533.253,65** (al netto di IVA), comprensivo del compenso dell'organismo di esecuzione. Tale importo non deve essere superato.

3. Oggetto dell'appalto

3.1 Descrizione generale del servizio

L'appalto è costituito da un unico lotto in ragione della natura specialistica dell'intervento, composto da un insieme di operazioni tra loro correlate, e della necessità di rendere organica la realizzazione dei servizi e delle forniture. Le diverse attività in cui si articolano le prestazioni oggetto dell'appalto, definite “pacchetti di lavoro del programma” o WP, sono infatti assolutamente interdipendenti e lo sviluppo dei diversi aspetti tecnici ed organizzativi deve essere condotto in stretta e costante collaborazione tra le diverse professionalità coinvolte e coordinate da un unico soggetto.

Il servizio consiste nell'esecuzione di una parte del Programma.

L'organismo di esecuzione dovrà quindi assicurare:

- lo sviluppo progettuale delle parti concordate del Programma di durata triennale, a partire dalla sottoscrizione del contratto;
- 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;
- la gestione finanziario-amministrativa delle parti concordate del Programma, comprensiva delle relazioni tecniche periodiche

Il servizio deve caratterizzarsi per un qualificato supporto tecnico e operativo, tradotto in un'elevata qualità di prodotti e servizi realizzati; deve inoltre distinguersi per efficacia dei messaggi, potenzialità degli strumenti con cui veicolarli ed efficienza 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 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.

L'organismo di esecuzione prescelto si obbligherà quindi a:

- Pianificare e attuare i pacchetti di lavoro affidati durante tutto il triennio di esecuzione del programma, dal momento della sottoscrizione del contratto fino alla conclusione delle attività, secondo le scadenze definite nel programma di progetto.
- Attenersi alla strategia di comunicazione individuata nel programma di progetto, lavorare per il raggiungimento degli obiettivi previsti dal programma di progetto prestando attenzione al monitoraggio costante delle attività realizzate e dei relativi effetti ed impatti.
- Garantire una rendicontazione trasparente delle spese e una sana gestione amministrativo-finanziaria dei pacchetti di lavoro affidati che comprende attività di reportistica periodica e la relazione tecnica finale, secondo le scadenze previste dalla normativa di riferimento.
- Rispettare la normativa di riferimento assicurando un'esecuzione dei pacchetti coerente rispetto agli obiettivi generali e specifici previsti dal programma di progetto e dal Reg (UE) 1144/2014, assicurando una chiara riconducibilità al programma di progetto e al soggetto appaltante e ai suoi partner.
- Assegnare al progetto individui qualificati in grado di realizzare le attività, dando vita ad un gruppo di lavoro incaricato di gestire ed attuare i pacchetti di lavoro, che rispetti i requisiti di partecipazione.
- Impegnarsi ad eseguire le prestazioni per i tempi di durata ed entro le singole scadenze previste dal Grant Agreement stipulato tra il Committente e REA, nonché quelle riportate dal presente Capitolato Tecnico, e, ove non altrimenti previsto, secondo le tempistiche indicate dall'organismo appaltante e/o dai suoi partner di coordinamento.
- Assicurare un supporto tecnico e operativo qualificato.

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 e i suoi partner.

È previsto che uno o più componenti del Gruppo di lavoro siano disponibili per riunioni periodiche presso la sede dell'organismo appaltante o dei suoi partner del Programma, 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 e i soggetti partner 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.

Il Coordinamento dell'Organismo appaltante ha il compito di garantire la coerenza della strategia progettuale durante la sua intera durata. Il coordinamento integra le varie linee di intervento, orienta le risorse disponibili

rispetto alle varie azioni, raccorda costantemente e, quindi, assicura sempre la massima rispondenza fra le risorse individuate e gli obiettivi operativi da raggiungere.

In ogni caso qualsiasi variazione dei piani di esecuzione, rispetto a quanto precedentemente concordato dovrà essere previamente autorizzata dall'Organismo appaltante in forma scritta.

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 o collaborazione e 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 esigenze che potranno determinarsi nel corso dello svolgimento delle attività e deve parlare anche la lingua italiana.

In particolare, lo staff del gruppo di lavoro dedicato dovrà possedere un ventaglio di competenze in questi settori: project management, team working, comunicazione, grafica, eventi, conoscenza ed esperienza di attività promozionali svolte in relazione ai corrispondenti mercati in ambito internazionale.

L'organismo di esecuzione, per la durata del contratto, si impegna a:

- 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;
- 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;
- rispettare, nei confronti del proprio personale, i contratti di lavoro relativi al trattamento salariale, normativo, previdenziale ed assicurativo previsto dalla normativa vigente e rispettare la normativa vigente in materia di parità di genere e di lavoro delle persone con disabilità, per tutta la durata del servizio affidato;
- prevedere un “Referente di progetto” che presenzi alle riunioni di monitoraggio presso la sede dell'appaltante o dei suoi partner (queste avranno una periodicità definita dall'appaltante), per dare supporto operativo alle attività del Programma;
- predisporre tutti i possibili mezzi di comunicazione che possano semplificare il coordinamento, monitoraggio e controllo del Programma;
- concordare e condividere tutte le attività del gruppo di lavoro per l'esecuzione del progetto con il soggetto appaltante e i suoi partner.

4. Durata del servizio

Il servizio ha la durata di **36 mesi**, decorrenti dalla data di stipula del contratto di appalto, che verrà stipulato tra il committente e l'aggiudicatario entro 60 giorni dall'aggiudicazione ed avrà per oggetto lo svolgimento delle attività indicate nel presente bando alle condizioni ivi riportate.

Il committente si riserva la facoltà di richiedere un differimento del termine di esecuzione del servizio per massimo ulteriori 6 mesi, al fine di assicurare il completamento delle attività previste dal Programma, a parità di condizioni economiche.

Il contratto con cui il committente affiderà definitivamente il servizio all'Organismo di esecuzione prescelto, sarà sottoscritto solo dopo la firma del *Grant Agreement* (Convenzione di Sovvenzione) fra l'Organismo appaltante (il committente) e REA (European Research Executive Agency).

Gli operatori economici prendono atto del fatto che, nel caso in cui non si dovesse addivenire alla sottoscrizione del Grant Agreement, non sarà possibile addivenire alla sottoscrizione del contratto di

affidamento definitivo del servizio all'Organismo di esecuzione, senza che quest'ultimo possa chiedere alcun risarcimento del danno al committente.

Il contratto di affidamento del servizio avrà ad oggetto esclusivamente lo svolgimento delle attività descritte nel presente bando, secondo le condizioni e modalità operative previste in questa sede, e altresì sviluppate nella proposta esecutiva elaborata dall'Organismo Esecutore prescelto, nonché articolate secondo i dettagli che costituiscono la proposta programmatica dell'Organismo appaltante ammessa a finanziamento europeo.

Il contratto di affidamento del servizio richiamerà tutte le disposizioni rilevanti per la realizzazione del programma di progetto, contenute nel Grant Agreement che sarà sottoscritto dall'Organismo appaltante con REA.

5. Tipologia di attività e iniziative previste dal Progetto

Concetto e strategia d'azione

Il Programma parte dal presupposto che il consumatore inglese e svizzero abbia una buona base conoscitiva dell'olio d'oliva e che abbia già inserito nei propri stili e abitudini di consumo l'utilizzo del prodotto, sia come ingrediente e condimento sia come sostanza grassa utile per eseguire cotture come semplici frittura.

Occorre pertanto proseguire per migliorare il livello di conoscenza sul prodotto, particolarmente le caratteristiche derivanti dai vari luoghi di provenienza europea, specialmente le diversità organolettiche. Va inoltre offerto un approfondimento sulle garanzie di professionalità produttiva, sulle varie possibilità di utilizzo del prodotto in gastronomia e, non ultimo per importanza, sulle capacità di percepire e valutare la qualità.

La strategia per incrementare la conoscenza degli oli d'oliva europei passa attraverso due fasi formativo-esperienziali, ovvero:

- **organolettica** (assaggi, esperienze di avvicinamento con la tradizione culinaria delle zone di produzione): è importante che il prodotto non sia visto solo come un prodotto necessario alla salute, come una "medicina", ma anche come un alimento piacevole e versatile in campo gastronomico, edonistico per l'arricchimento in sapore, e di pregio, per lo stile e l'eleganza che caratterizza il processo di produzione del prodotto agro-alimentare;
- **affidabilità**. L'olio di oliva europeo è un prodotto ad alto contenuto di servizio e di garanzie in termini di sicurezza. Le normative europee, la tracciabilità e la rintracciabilità delle informazioni produttive, i costanti controlli a cui si sottopone il settore sono tutti elementi altamente qualificanti. È importante radicare un senso di fiducia nel consumatore che sia fondato su solide basi, garantite e verificabili. Questo rappresenta il principale punto di forza del prodotto europeo e costituisce il perno per elevarne l'immagine ed eventualmente difenderlo da tante contraffazioni e da attacchi scandalistici che periodicamente contrassegnano il mercato alimentare.

La strategia che si intende perseguire, pertanto, è quella di creare attorno al prodotto "olio extravergine di oliva europeo" una tendenza di consumo strettamente connessa all'immagine positiva di "cultura e stile di vita". Un'immagine che parte dal sano stile della "dieta mediterranea" e arriva alla "raffinata arte gastronomica" che il continente europeo di fatto esprime con il proprio retaggio di secoli di storia, trascorsi nella ricerca del senso artistico, della massima espressione dell'eleganza, nel culto del bello, del buono e del benessere. Ne costituiscono validi esempi internazionali settori come la moda, il design, l'arte e lo sport, che vengono "esportati" nel mondo come valori prima ancora che come beni.

I mercati del Regno Unito e della Svizzera sono importanti per l'agroalimentare europeo e costituiscono un bacino di consumo e di domanda commerciale per l'olio extravergine d'oliva che ha ancora possibilità di crescita e di sviluppo, favorita da un'offerta ben strutturata di operatori del retail che si adoperano per soddisfare tale richiesta. Questa importanza di mercato va mantenuta e ulteriormente sostenuta attraverso

i moderni canali mediatici come il web e i social. Risulta importante il ruolo di influencer e opinion leader, così come il ruolo di comunicazione svolto dalla ristorazione e dalla distribuzione alimentare.

La sfida è evitare che questi mercati europei, aperti a una sempre crescente multietnicità e coinvolti in pieno nella globalizzazione culturale, possano allontanarsi dallo stile alimentare mediterraneo e possano orientarsi verso stili alimentari meno salubri e a più buon mercato. Occorre elevare il fascino del prodotto oleicolo, facendo leva sui giovani, sui segmenti distributivi più dinamici del retail e del catering, sull'accorciamento delle catene distributive che consentono rapporti più diretti e collaborativi, nonché facendo leva sui valori della nostra storia europea e mediterranea che ci accomuna e che ispira la salvaguardia di un sistema che non è solo produttivo, ma è anche turistico-ambientale.

Le attività e le iniziative ammissibili, nell'ambito del Programma presentato dall'Organismo appaltante, nel rispetto della normativa di riferimento, sono assimilabili a quelle classiche di informazione e promozione di prodotti agricoli ed eno-gastronomici di alta qualità, tenuto conto delle tematiche da trattare e degli obiettivi sopra elencati sopra, e sono le seguenti per i due paesi target, complete di descrizione, output richiesti, tempistiche:

Descrizione attività

WP2	PUBBLICHE RELAZIONI
Gruppo o gruppi di destinatari	Giornalisti, bloggers e KOL (Key Opinion Leaders) del settore food e lifestyle, oltre alla categoria di operatori commerciali del settore.
Descrizione dell'attività	Attività di pubbliche relazioni e di media relation
2.1 Press Office	<p>Si prevede di eseguire una costante copertura informativa attraverso la redazione di comunicati stampa verso una selezionata mailing list di destinatari, distinta per paese target e composta soprattutto da operatori della comunicazione, opinion leader e maker, ma anche da stakeholders del settore distributivo e del settore HoReCa, capaci di generare in termini significativi, attenzione, sensibilità, consenso, coinvolgimento e visibilità, verso il target bersaglio destinatario delle azioni.</p> <p>Un team di esperti curerà la predisposizione e l'invio dei comunicati stampa (n. 6 in UK e n. 4 in CH per anno) seguendo il successivo follow up per un obiettivo minimo di 30 uscite generate in UK e 20 in CH. Lo stesso gruppo seguirà la stesura dei contenuti di sintesi e di aggiornamento sui singoli eventi in programma, con focus sulle caratteristiche di unicità dell'Olio Evo DOP e IGP (territorialità, qualità legata all'origine ed ai metodi a basso impatto ambientale, tracciabilità, valori nutrizionali, sostenibilità produttiva, ecc.). Questa attività verrà realizzata monitorando la pianificazione dei media coinvolti, per massimizzare il ritorno in termini di redazionali off e on-line. Inoltre, la produzione di news verrà condotta in sinergia con le professionalità interessate negli altri pacchetti di lavoro del Programma (ad esempio WP3 per pubblicazione su Sito Web e Social, WP6 e WP7 per massimizzare il raggiungimento di consumer ed operatori).</p>
2.2 Creazione e aggiornamento di una mailing list	<p>Per la diffusione dei messaggi promozionali, si ritiene strategico il coinvolgimento di figure chiave come giornalisti, bloggers e KOL (Key Opinion Leaders) del settore food e lifestyle, oltre alla categoria di operatori commerciali del settore.</p> <p>Verrà perciò predisposta e, successivamente, aggiornata nell'arco del triennio di promozione una mailing list per ciascun paese target composta da almeno 100 nominativi, che saranno i principali destinatari dei comunicati stampa e delle news che riguarderanno l'Olio Evo DOP e IGP e le iniziative che saranno sviluppate con il Programma di promozione.</p>

2.3 Realizzazione archivio digitale	Verrà realizzato e aggiornato nel triennio un archivio digitale multimediale on-line con fotografie, immagini, video (ad es. tutorial per ricette e modalità di utilizzo dell'Olio Evo DOP o IGP) destinato agli operatori dell'informazione.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	n. 6 press release in UK e 4 in CH; n. 2 mailing list (1 in UK e 1 in CH); n. 1 image bank; n. 30 uscite in UK e 20 in CH	n. 6 press release in UK e 4 in CH; n. 2 mailing list (1 in UK e 1 in CH); n. 1 image bank; n. 30 uscite in UK e 20 in CH	n. 6 press release in UK e 4 in CH; n. 2 mailing list (1 in UK e 1 in CH); n. 1 image bank; n. 30 uscite in UK e 20 in CH
Totale budget triennio WP2	€ 265.781,65		

WP3	SITO WEB E SOCIAL MEDIA
Gruppo o gruppi di destinatari	consumatori finali, giornalisti, bloggers e KOL (Key Opinion Leaders) del settore food e lifestyle, operatori commerciali del settore.
Descrizione dell'attività	Realizzazione sito web e gestione social media
3.1 Realizzazione sito web	Il sito web del progetto sarà realizzato con dominio .eu e fruibile in tutte le lingue dei paesi target. Avrà la funzione di portale di informazione per tutti i consumer coinvolti nell'attività (WP3, WP6 e WP7) e per gli operatori del settore (WP2, WP6). Un'analisi SEO ex ante in ciascuna annualità fornirà gli elementi necessari per un'ottimizzazione dell'indicizzazione del portale sui principali motori di ricerca. Ampio spazio verrà inoltre dedicato alla tematica della sostenibilità della filiera produttiva oleicola certificata DOP o IGP, ospiterà contenuti educational, news relative alle eccellenze europee a denominazione e alle attività progettuali, la banca immagini video/fotografica e link diretti ai social media. Continuerà ad avere tutte le caratteristiche per una consultazione "responsive". Verrà quindi richiesta la realizzazione del sito con tecnologia responsive web design (RWD) così da essere "user friendly" con qualsiasi tipo di device. Sarà realizzata inoltre una sezione dedicata alle ricette realizzate nell'ambito del WP 5. Si prevede di raggiungere minimo 5.000 ingressi al sito web per ciascuna annualità.
3.2 Social media	Il Programma, per massimizzare il raggiungimento di consumer ed operatori, prevede l'utilizzo dei social media più diffusi nei paesi destinatari. I social hanno la peculiarità di essere utilizzati da utenti la cui fascia di età ricalca quella del target obiettivo del Programma e per questo rappresentano un mezzo strategico e molto efficace. L'attività sarà dunque finalizzata a implementare una strategia di social media marketing adattata, da un punto di vista tecnico e contenutistico, alle piattaforme social che saranno prescelte tra facebook ed instagram in base all'analisi che verrà condotta dall'esecutore in relazione alle diverse caratteristiche in rapporto agli obiettivi. L'attività sui social comprenderà l'attivazione di una pagina dedicata alla campagna per ciascun paese target. I principali obiettivi dei social media saranno: <ul style="list-style-type: none">• Sviluppare engagement e conversazioni per stimolare l'interesse verso l'ortofrutta europea, il suo uso, le proprietà nutrizionali e qualitative e aumentare le quote di vendita e consumo;• Costruire una base di utenti della pagina;

- Portare traffico al sito web della campagna;
- Promuovere e diffondere il programma di attività.

Per una migliore performance dell'attività 3.2 si prevede di dedicare un account alla realizzazione di reportistiche di web listening e social media listening preventive. Questi strumenti permettono di ricevere utili informazioni rispetto a trends, preferenze, target e geolocalizzazioni delle preferenze dei consumer dei paesi target sia in termini di traffico social, sia in termini di visualizzazioni web.

Ne consegue un beneficio diretto non solo nei risultati dei social media, ma anche nella strategia dedicata al sito web e nel digital ADV previsto dal WP 4. Verranno attivati 2 profili social (uno per paese target) e, ogni anno, verrà impostato un piano editoriale (PED) per ciascun di essi con un minimo di 40 contenuti in UK e 30 in CH (al netto dei live update relativi alle attività progettuali previste dai WP 6 e 7).

Si stima il raggiungimento di minimo 5.000 interazioni/anno (fan, follower, commenti, like, interazioni, etc) su ciascun profilo.

Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	n. 1 sito web creato; n. 2 social media (1 in UK e 1 in CH); n. 40 contenuti social in UK e 30 in CH; n. 5.000 ingressi sul sito web; n. 5.000 follower (fan, interazioni, like commenti) in UK e 3.000 in CH	n. 1 sito web aggiornato; n. 2 social media (1 in UK e 1 in CH); n. 40 contenuti social in UK e 30 in CH; n. 5.000 ingressi sul sito web; n. 5.000 follower (fan, interazioni, like commenti) in UK e 3.000 in CH	n. 1 sito web aggiornato; n. 2 social media (1 in UK e 1 in CH); n. 40 contenuti social in UK e 30 in CH; n. 5.000 ingressi sul sito web; n. 5.000 follower (fan, interazioni, like commenti) in UK e 3.000 in CH
Totale budget triennio WP3.1	€ 348.548,50		

WP4	ADVERTISING
Gruppo o gruppi di destinatari	Consumatori finali, opinion leader
Descrizione dell'attività	Pubblicità online

La promozione eseguita attraverso gli annunci promozionali display (noti anche come banner pubblicitari online) costituisce sempre più un punto fermo della pubblicità su internet. Registrano un'alta potenzialità di diffusione del messaggio e sono in grado di generare enormi percentuali di impressions e di conseguenza click alla call to action desiderata.

Per il programma è stata prevista un'intensa attività di digital advertising focalizzata sui due principali piattaforme native che offre soluzioni pubblicitarie specifiche per il web in tutto il mondo, ovvero Meta ads e Google ads.

Queste piattaforme, oltre a permettere il raggiungimento di importanti numeriche di consumer, permettono una dettagliata profilazione (in termini di interessi, geolocalizzazione, età, abitudini) che può essere imposta ed ottimizzata in base alla calendarizzazione delle attività on side (WP6 e WP7) grazie anche al supporto di importanti strumenti come la web listening e la social media listing (WP3)

I banner utilizzati, realizzati in linea con l'identità visiva progettuale realizzata nel WP5, saranno coinvolti in campagne sviluppate in armonia e a supporto sinergico alla conduzione delle altre attività del Programma, in particolare in riferimento agli eventi nel WP6 e WP7. La call to action sarà prevalentemente quella alla visita al sito web progettuale (WP3) al fine di offrire a consumer ed operatori coinvolti, ulteriori spazi di approfondimento e informazioni offerti dal programma e da tutte le professionalità coinvolte (comprese quelle dei WP2 attive per la redazione di news/comunicati/approfondimenti/image bank).

Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	n. 1 campagna per 3 settimane (21 gg) in UK; n. 1 campagna per 2 settimane (14 gg) in CH; n. 1.900.000 impression in UK; n. 1.500.000 impression in CH	n. 1 campagna per 3 settimane (21 gg) in UK; n. 1 campagna per 2 settimane (14 gg) in CH; n. 1.900.000 impression in UK; n. 1.500.000 impression in CH	n. 1 campagna per 3 settimane (21 gg) in UK; n. 1 campagna per 2 settimane (14 gg) in CH; n. 1.900.000 impression in UK; n. 1.500.000 impression in CH
Totale budget triennio WP4	€ 130.140,00		

WP5	STRUMENTI DI COMUNICAZIONE
Gruppo o gruppi di destinatari	Consumatori finali, operatori della distribuzione e del Food service
Descrizione dell'attività	Strumenti di comunicazione e gadget
	L'ideazione di un "visual" e di un'identità visiva del progetto è di fondamentale importanza per la buona riuscita del progetto e per l'implementazione di tutti i WPs. Dal sito web alle grafiche da utilizzare sui social media e per i banner adv fino agli strumenti di comunicazione che andranno a personalizzare e veicolare i principali messaggi progettuali nel corso delle attività previste dal WP6 e WP7. Si procederà alla realizzazione di un'immagine coordinata, in linea con le abitudini e i trend grafici dei paesi target, e che possa essere implementata nel corso del triennio parallelamente all'incremento della conoscenza e consapevolezza di consumatori e operatori raggiunti. La "Headline" del Programma ispirerà reazioni immediate associate

alle connotazioni positive del messaggio e del prodotto, che saranno poi ritrovate nella body-copy. Il messaggio individuato rimanderà al valore unionale del progetto ed evidenzierà la dimensione europea della campagna. L'elaborazione richiederà il coinvolgimento di esperti in grafica digitale. Altrettanto vale per il contenuto di carattere altamente educativo dei testi. Si prediligerà la diffusione "digitale" e solo una piccola parte verrà prodotta considerando esclusivamente soluzioni che prevedano l'utilizzo di carta e/o materiali certificati.

Ogni anno verrà organizzato uno shooting video/fotografico finalizzato alla realizzazione di 10 ricette che vedranno come protagonista l'Olio Evo DOP o IGP. Sarà realizzato con la collaborazione di uno Chef stellato che presterà le proprie professionalità al Programma. Produzione, stampa, stoccaggio e distribuzioni degli strumenti di comunicazione a supporto delle attività promozionali previste nel WP6 e nel WP7.

Nel corso di ciascuna annualità, verranno realizzati i seguenti strumenti di comunicazione:

- 1 ricettario digitale ed 1 leaflet digitale fruibili dall'homepage del sito web progettuale, raggiungibile attraverso il QR code inserito negli strumenti di comunicazione stampati
- 30.000 business card piantabili, ovvero biglietti da visita speciali, realizzati in carta biodegradabile al 100%, che si piantano perchè contenenti semi non OGM e che germinano a contatto con l'acqua e la terra. Sarà personalizzata con i credits della campagna e attraverso un QRcode permetterà di accedere al sito web e ai relativi contenuti di approfondimento. Avrà un formato di mm 55x85. I semi contenuti nei biglietti da visita potranno appartenere a piante di fiori o aromatiche o di ortaggi.
- 200 poster realizzati in stampa monofacciale a colori su carta certificata. Saranno destinati agli allestimenti durante le attività del Programma, in particolare quale integrazione dell'allestimento durante gli eventi (WP6) e le In Store Promotion (WP7).
- 20 ECO roll up con poster avvolgibile realizzato su un telo in materiale ecologico e riciclabile. Stampa monofacciale in quadricromia e alta definizione con stampanti latex che utilizzano inchiostri ecologici, per una dimensione di 55x200 cm. Saranno destinati agli allestimenti durante le attività del Programma, in particolare quale integrazione dell'allestimento durante gli eventi (WP6) e le In Store Promotion (WP7).
- 500 Collarini per le bottiglie di olio realizzati su cartoncino certificato resistente (360 gr) in formato mm 65x140 e in stampa monofacciale a colori. I collarini saranno applicati dal personale di assistenza alle bottiglie destinate alle degustazioni previste nell'ambito del WP6 e WP7.

Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	n. 1 report strategia di comunicazione; n. 10 ricette; n. 1 leaflet digitale; n. 1 ricettario digitale; n. 30.000 business card; n. 200 poster; n. 20 ECO roll up; n. 500 collarini; n. 50.000 consumatori raggiunti	n. 1 report strategia di comunicazione; n. 10 ricette; n. 1 leaflet digitale; n. 1 ricettario digitale; n. 30.000 business card; n. 200 poster; n. 20 ECO roll up; n. 500 collarini; n. 50.000 consumatori raggiunti	n. 1 report strategia di comunicazione; n. 10 ricette; n. 1 leaflet digitale; n. 1 ricettario digitale; n. 30.000 business card; n. 200 poster; n. 20 ECO roll up; n. 500 collarini; n. 50.000 consumatori raggiunti
Totale budget triennio WP5	€ 321.372,00		

WP6	EVENTI
Gruppo o gruppi di destinatari	Operatori Ho.Re.Ca.; Scuole e Istituti di alta formazione gastronomica
Descrizione dell'attività	Seminari e settimane nei ristoranti
6.1 Fiere nel Regno Unito	<p>Al fine di incontrare e formare direttamente quanti più operatori possibile nel paese target UK, sono state selezionate n. 2 eventi fieristici di richiamo internazionale per il settore agroalimentare.</p> <p>In entrambi i casi la partecipazione sarà strutturata con uno stand promozionale di 18 mq ed è prevista per l'intero periodo fieristico la presenza di personale addetto all'attività promozionale (hostess/promoter) coadiuvato da formatori specializzati incaricati dagli Organismi Proponenti e provenienti dall'Italia e/o dalla Grecia. La hostess/promoter si occuperà di distribuire gli strumenti di comunicazione (WP5) ai partecipanti alla fiera. L'attività godrà inoltre del supporto delle figure professionali coinvolte negli altri WP (WP2 Pubbliche relazioni, WP3 Social Media, WP4 Advertising).</p> <p>Gli eventi fieristici selezionati sono:</p> <p>IFE - International Food&Drink Event: si svolge con cadenza annuale a Londra (presso l'ExCel London). Si tratta della più importante manifestazione fieristica del Regno Unito dedicata al settore Food e, grazie alla presenza di oltre 25.000 operatori in tre giorni di manifestazione, rappresenta un'appuntamento imperdibile per la promozione delle tematiche progettuali.</p> <p>SFFF – Speciality Fine Food Fair London: da 25 anni vetrina di riferimento nel Regno Unito per l'industria alimentare. Vanta una media annuale di oltre 7.500 visitatori attratti dagli oltre 550 espositori provenienti da 33 paesi del mondo.</p>
6.2 Fiere in Svizzera	<p>Al fine di incontrare e formare direttamente quanti più operatori possibile nel paese target CH, come evento fieristico di richiamo internazionale per il settore agroalimentare è stata scelta OLMA, la fiera svizzera dell'agricoltura e dell'alimentazione. Per numero di visitatori (circa 320.000 all'anno) è la maggiore in Svizzera e ospita in media circa 500 espositori. Dall'edizione 2024 (l'81esima) sarà aggiunta all'area espositiva la nuova Halle 1 di oltre 9.000 mq. La partecipazione sarà strutturata con uno stand promozionale di 18 mq ed è prevista per l'intero periodo fieristico la presenza di personale addetto all'attività promozionale (hostess/promoter) coadiuvato da formatori specializzati incaricati dagli Organismi Proponenti e provenienti dall'Italia e/o dalla Grecia. La hostess/promoter si occuperà di distribuire gli strumenti di comunicazione (WP5) ai partecipanti alla fiera. L'attività godrà inoltre del supporto delle figure professionali coinvolte negli altri WP (WP2 Pubbliche relazioni, WP3 Social Media, WP4 Advertising).</p>
6.3 Incoming per gli operatori	<p>Questo WP è stato ideato come massima espressione dell'attività formativa realizzata all'interno del WP6.1 e WP6.2 con la partecipazione ad n.3 eventi fieristici internazionali in ciascuna annualità.</p> <p>L'idea è quella di terminare annualmente il percorso formativo e promozionale selezionando gli operatori maggiormente ricettivi incontrati e formati durante le fiere e di premiarli con un educational tour in Europa che gli permetta di scoprire dal vivo cosa si cela dietro la salubrità, la sicurezza, la tracciabilità e la qualità degli Oli extravergini di Oliva certificati DOP e IGP. È stata prevista la selezione il coinvolgimento di n.10 operatori in ciascuna annualità, 5 dal Regno Unito e 5 dalla Svizzera. I 3 viaggi di incoming non dovranno essere necessariamente contemporanei ma si terrà conto del calendario</p>

	produttivo dell’Olio Extravergine di Oliva, prediligendo nella prima annualità il periodo di raccolta e frangitura delle Olive, per poi arrivare con un percorso altamente formativo al periodo del rilascio delle certificazioni DOP e IGP sulle nuove produzioni.		
6.4 Promozione nei ristoranti e attività delivery in Svizzera	<p>Questa attività è stata immaginata con lo scopo di unire la classica promozione attraverso le settimane nei ristoranti con quello che ormai è uno dei servizi più richiesti dal target bersaglio del progetto: il delivery.</p> <p>L’attività è stata ideata per il solo paese target Svizzera con il chiaro obiettivo di mantenere alto il livello qualitativo di attività coinvolte nelle consegne a domicilio.</p> <p>Sono state prese in considerazione catene rinomate come DIECI (https://www.dieci.ch/). Questa realtà può infatti contare su 4 ristoranti pizzerie oltre a 43 locali sparsi in tutti i cantoni adibiti all’attività di delivery.</p> <p>L’idea progettuale è quella di impostare un accordo con la catena per la realizzazione di almeno 200 gg/anno che saranno realizzate sia grazie all’allestimento e alla personalizzazione con gli strumenti di comunicazione dei ristoranti/pizzerie e con la degustazione di Olio Evo DOP e IGP, sia attraverso un’attività di guerrilla marketing con la capillare consegna attraverso il servizio delivery di pizze accompagnate da campioni monodose di Olio Extravergine di Oliva per condire il proprio pasto poco prima di degustarlo.</p> <p>I campioni, da 0,100 ml ciascuno, saranno realizzati in una tiratura di 40.000 pz/anno e, oltre ad essere caratterizzati dall’identità visiva del Programma, avranno un QR code che rimanderà ad un’apposita pagina del sito web che gli permetterà di avere maggiori informazioni sull’Olio Evo DOP o IGP che ha ricevuto e sugli obiettivi progettuali. Questa attività capillare permetterà il raggiungimento di almeno n. 80.000 consumatori all’anno.</p>		
Calendario	ANNO 1 ANNO 2 ANNO 3		
Prodotti/servizi da fornire	n. 2 fiere in UK n. 1 fiera in CH n. 1 incoming da UK e 1 da CH; n. 200 giornate ristoranti in CH; n. 5 operatori UK x incoming; n. 5 operatori CH coinvolti nell’incoming; n. 40.000 sampling di Olio Evo distribuiti con il delivery; n. 80.000 consumatori raggiunti	n. 2 fiere in UK n. 1 fiera in CH n. 1 incoming da UK e 1 da CH; n. 200 giornate ristoranti in CH; n. 5 operatori UK x incoming; n. 5 operatori CH coinvolti nell’incoming; n. 40.000 sampling di Olio Evo distribuiti con il delivery; n. 80.000 consumatori raggiunti	n. 2 fiere in UK n. 1 fiera in CH n. 1 incoming da UK e 1 da CH; n. 200 giornate ristoranti in CH; n. 5 operatori UK x incoming; n. 5 operatori CH coinvolti nell’incoming; n. 40.000 sampling di Olio Evo distribuiti con il delivery; n. 80.000 consumatori raggiunti
Totale budget triennio WP6	€ 1.364.305,50		

WP7	PUNTI VENDITA
Gruppo o gruppi di destinatari	Operatori Ho.Re.Ca.; Scuole e Istituti di alta formazione gastronomica
Descrizione dell’attività	Promozione nei punti di vendita
	I punti di vendita rappresentano uno dei principali luoghi in cui incontrare il consumatore per promuovere la conoscenza ed il consumo di Olio Evo DOP e IGP. L’attività prevede

l'organizzazione in collaborazione con i punti vendita di un'area personalizzata con un allestimento identificativo del Progetto nella quale poter mettere in contatto diretto i consumatori con il prodotto.

A questi si vuole fornire un'esperienza di assaggio che contestualmente possa informare ed accrescere il livello di conoscenza sugli oli extravergini di oliva certificati DOP e IGP.

Il Regno Unito, a differenza della Svizzera, è caratterizzato da un'alta densità di popolazione.

Mettendo in relazione l'efficacia di un'azione con la possibilità di raggiungere un'alta percentuale della popolazione target, per il mercato UK si è pensato che sarebbe stato più opportuno colpire il target del consumatore anglosassone solo nei luoghi di acquisto, dove si genera un numero di contatti maggiore rispetto agli eventi nei ristoranti (WP6). Inoltre, nel Regno Unito il sistema dei centri commerciali è molto più diffuso e di proporzioni maggiori rispetto a quello svizzero, riuscendo a raggruppare una vasta clientela e a veicolare messaggi pubblicitari di massa. Concentrandosi solo sui punti vendita, si è deciso di ottimizzare le risorse nel Regno Unito.

Saranno coinvolti per l'attività promozionale una serie di punti vendita della grande distribuzione organizzata, dislocati nelle principali città di tutti e due i Paesi Target

Ciascun punto vendita sarà fornito del materiale di allestimento dedicato che sarà posizionato in corrispondenza del reparto dedicato agli Oli e sarà messa a disposizione una postazione per gli assaggi in purezza o in accompagnamento a pizza, pane, etc. Lo spazio degustazione nell'area dedicata sarà presidiato da personale appositamente incaricato e formato per presentare il prodotto. L'Olio Evo DOP e IGP sarà presentato ai consumatori nei suoi requisiti qualitativi e verranno suggerite quindi le nozioni di base per le modalità di consumo, proponendo un'esperienza degustativa. Presso il corner saranno distribuiti gli strumenti di comunicazione e il pubblico verrà invitato alla consultazione del materiale di supporto online.

Si prevede la realizzazione di complessive 260 gg promozionali/anno (di cui 160 in UK e 100 in Svizzera), che saranno ripartite nei punti di vendita che aderiranno all'evento.

Al fine di massimizzare l'attenzione da parte del consumatore nei confronti dell'attività è prevista la realizzazione di n. 8 interventi promozionali (5 in UK e 3 in Svizzera) veicolati attraverso supporti espositivi fissi (espositori, totem etc.) e/o mobili (magazine, depliant, house organ) presenti nei punti vendita.

Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	n. 160 gg promozionali in UK e 100 in CH; n. 5 interventi fissi e/o mobili nei POS in UK e 3 in CH; n. 50.000 consumatori raggiunti in UK e 30.000 in CH	n. 160 gg promozionali in UK e 100 in CH; n. 5 interventi fissi e/o mobili nei POS in UK e 3 in CH; n. 50.000 consumatori raggiunti in UK e 30.000 in CH	n. 160 gg promozionali in UK e 100 in CH; n. 5 interventi fissi e/o mobili nei POS in UK e 3 in CH; n. 50.000 consumatori raggiunti in UK e 30.000 in CH
Totale budget triennio WP7	€ 1.103.106,00		

RIEPILOGO

WP n.	Descrizione servizi/beni/lavori	Importo
2	Relazioni pubbliche	265.781,65
3	Sito web e media sociali	348.548,50
4	Advertising su social media	130.140,00
5	Strumenti di comunicazione e gadget	321.372,00
6	Eventi	1.364.305,50
7	Promozione nei punti di vendita	1.103.106,00
	Importo complessivo in euro	3.533.253,65

PARTE B: PROCEDURA DI SCELTA DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE DEL PROGRAMMA

6. Requisiti per la partecipazione alla gara

Ai fini dell'ammissibilità alla presente procedura di gara, l'operatore economico deve rispettare le prescrizioni di invio dell'offerta, deve avere personalità giuridica e deve essere stabilito in uno Stato Membro dell'Unione Europea.

Gli operatori economici possono partecipare alla presente gara in forma singola o associata.

Ai soggetti costituiti in forma associata si applicano le disposizioni di cui agli articoli 67 e 68 del Codice degli appalti, e dovranno essere posseduti da tutti i partecipanti al momento di presentazione dell'offerta.

I consorzi di cui agli articoli 65, comma 2, lettere b) e c) del Codice che intendono eseguire le prestazioni tramite i propri consorziati sono tenuti ad indicare per quali consorziati il consorzio concorre.

Possono essere esclusi dalla gara, previo contraddirittorio, i raggruppamenti temporanei costituiti da due o più operatori economici che singolarmente hanno i requisiti per partecipare alla gara. Tale facoltà non opera nel caso in cui i raggruppamenti sono costituiti da imprese controllate e/o collegate ai sensi dell'articolo 2359 del Codice civile.

Il concorrente che partecipa alla gara in una delle forme di seguito indicate è escluso nel caso in cui la stazione appaltante accerti la sussistenza di rilevanti indizi tali da far ritenere che le offerte degli operatori economici siano imputabili ad un unico centro decisionale a cagione di accordi intercorsi con altri operatori economici partecipanti alla stessa gara:

- partecipazione in più di un raggruppamento temporaneo o consorzio ordinario di concorrenti o aggregazione di operatori economici aderenti al contratto di rete (nel prosieguo, aggregazione di retisti);
- partecipazione sia in raggruppamento o consorzio ordinario di concorrenti sia in forma individuale;
- partecipazione sia in aggregazione di retisti sia in forma individuale. Tale esclusione non si applica alle retiste non partecipanti all'aggregazione, le quali possono presentare offerta, per la medesima gara, in forma singola o associata;
- partecipazione di un consorzio che ha designato un consorziato esecutore il quale, a sua volta, partecipa in una qualsiasi altra forma.

Nel caso venga accertato quanto sopra, si provvede ad informare gli operatori economici coinvolti i quali possono, entro 5 giorni, dimostrare che la circostanza non ha influito sulla gara, né è idonea a incidere sulla capacità di rispettare gli obblighi contrattuali.

6.1 Inesistenza di cause di esclusione dalla partecipazione alla Gara

A pena di esclusione, la partecipazione alla presente procedura di gara è riservata agli operatori economici che alla data di presentazione dell'offerta non si trovano in una delle situazioni indicate dagli articoli 94 e 95 D.lgs. n. 36 del 31 marzo 2023 (Nuovo Codice dei contratti pubblici) e dalla Direttiva 2014/24/UE che qui devono considerarsi integralmente richiamate, e non deve aver mostrato significative carenze nell'adempimento dei principali obblighi previsti da un contratto di appalto, una convenzione di sovvenzione, un premio, un contratto di esperti o simili dell'UE (anche se dovute a persone aventi poteri di rappresentanza, di decisione o di controllo, beneficiari effettivi o persone che sono essenziali per la concessione/l'attuazione della sovvenzione).

L'assenza delle cause di esclusione sopra individuate dovrà essere attestata sotto responsabilità penale nell'**Allegato a**, tramite dichiarazione resa e sottoscritta dal Legale Rappresentante, ai sensi del DPR 445/2000. In caso di associazioni temporanee d'impresa o reti di impresa ciascun Legale Rappresentante dovrà sottoscrivere l'**Allegato a**.

Non possono partecipare i concorrenti che si trovano, rispetto ad un altro partecipante, in una situazione di controllo di cui all'art. 2359 cod. civ. o in qualsiasi relazione, anche di fatto, qualora il controllo o la relazione implichi l'imputabilità, al medesimo centro decisionale, delle offerte presentate.

6.2 Requisiti di capacità economica e finanziaria

L'operatore economico (singolo o in raggruppamento temporaneo d'impresa) che intende partecipare alla presente gara di selezione deve disporre di risorse finanziarie solide e sufficienti per attuare con esito positivo i pacchetti di lavoro del programma di progetto. In particolare, deve aver realizzato, nel triennio 2021-2022-2023, un fatturato globale complessivamente non inferiore a **€ 2.000.000,00** (in lettere: euro duemilioni)³ al netto dell'IVA, risultante dalle dichiarazioni IVA o imposta equivalente in ambito UE.

Nel caso di partecipazione associata il requisito dovrà essere soddisfatto globalmente dall'insieme dei partecipanti.

Per questi motivi i partecipanti alla gara di selezione dovranno allegare alla propria offerta, a pena di esclusione:

- a) Gli ultimi tre bilanci d'esercizio approvati. Solo per le imprese collegate a gruppi societari, gli ultimi tre bilanci consolidati approvati. In caso di associazioni temporanee d'impresa o reti di impresa ciascun soggetto parte dovrà presentare gli ultimi tre bilanci.
- b) Una visura aggiornata della CCIAA, oppure il certificato di iscrizione in un registro commerciale tenuto nello Stato Membro in cui l'operatore ha sede. In caso di associazioni temporanee d'impresa o reti di impresa ciascun soggetto parte dovrà presentare la visura o il certificato di iscrizione.

Unitamente all'invio della documentazione indicata, dovrà essere trasmesso l'**Allegato A**), già menzionato, attestante la sussistenza dei requisiti di **capacità finanziaria** tramite dichiarazione resa e sottoscritta digitalmente o in forma autografa dal Legale Rappresentante. In caso di associazioni temporanee d'impresa o reti di impresa non ancora costituite ciascun Legale Rappresentante dovrà sottoscrivere l'Allegato A).

6.3 Requisiti di capacità tecnica e professionale

I concorrenti devono essere in possesso, a pena di esclusione, dei requisiti di ordine generale previsti dal Codice degli appalti, nonché degli ulteriori requisiti indicati nel presente articolo e nel disciplinare.

La stazione appaltante verifica il possesso dei requisiti di ordine generale accedendo al fascicolo presentato dall'operatore economico.

Le circostanze di cui all'articolo 94 del Codice sono cause di esclusione automatica. La sussistenza delle circostanze di cui all'articolo 95 del Codice è accertata previo contraddirittorio con l'operatore economico.

In caso di partecipazione di consorzi di cui all'articolo 65, comma 2, lettere b) e c) del Codice, i requisiti di cui al punto 6 sono posseduti dal consorzio e dalle consorziate indicate quali esecutrici.

In caso di partecipazione di consorzi stabili di cui all'articolo 65, comma 2, lett. d) del Codice, i requisiti di cui al punto 6 sono posseduti dal consorzio, dalle consorziate indicate quali esecutrici e dalle consorziate che prestano i requisiti.

A pena di esclusione, l'operatore economico (singolo o in raggruppamento temporaneo d'impresa) che intende partecipare alla presenta gara di selezione deve possedere le competenze, le qualifiche e le risorse

³ Criterio introdotto dal Decreto direttoriale n. 0532478 del 10 ottobre 2024, Art 2, paragrafo 2.2 MASAF – Dipartimento della sovranità alimentare e dell'ippica – DG affari generali e bilancio “Ai fini della dimostrazione delle capacità economiche e finanziarie le Organizzazioni proponenti indicano nei documenti di gara il possesso da parte degli organismi di esecuzione di un fatturato globale non superiore al doppio del valore stimato dell'appalto, maturato nel triennio precedente a quello di indizione della procedura, in conformità con quanto previsto dalla normativa interna”.

necessarie per attuare con successo i pacchetti di lavoro del Programma di progetto che verranno affidati, compresa un'esperienza sufficiente in progetti di informazione e promozione internazionale di dimensioni e natura comparabili. I partecipanti alla presente gara di selezione dovranno, pertanto, allegare alla propria offerta:

- a) una descrizione completa e dettagliata dell'agenzia, con l'elenco dei principali clienti e servizi realizzati (**CV aziendale**). In caso di associazioni temporanee d'impresa o reti di impresa ciascun soggetto dovrà presentare il proprio Cv aziendale;
- b) i **CV di tutti i componenti del gruppo di lavoro** (indicato al punto 3) che verrà dedicato all'attuazione dei pacchetti di lavoro affidati, dai quali si evinca una comprovata esperienza in servizi analoghi a quelli oggetto della gara ed evidenziando i profili con maggior esperienza nel settore della comunicazione, delle PR e del marketing;
- c) **elenco dei principali servizi analoghi a quelli oggetto di gara, realizzati dall'operatore negli ultimi tre esercizi**: per servizi analoghi si intendono progetti internazionali di promozione e di informazione di importo complessivo minimo al netto dell'IVA pari a **€ 1.500.000,00** (in lettere: euro unmilione cinquecentomila/00) con indicazione di:
 - i. denominazione del servizio;
 - ii. descrizione breve del servizio;
 - iii. ente committente;
 - iv. anni di esecuzione;
 - v. importo fatturato per il servizio.

Per servizi analoghi si intendono (a titolo esemplificativo e non esaustivo):

- attività di gestione di progetti/programmi complessi di promozione internazionale nel settore agroalimentare;
- 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 ed incoming;
- attività di gestione di ufficio stampa;
- attività di comunicazione, PR, etc. anche on-line;
- realizzazione di materiale informativo;
- realizzazione di video promozionali.

Unitamente all'invio della documentazione indicata, dovrà essere trasmesso l'**Allegato A**), attestante la sussistenza dei requisiti di **capacità operativa** tramite dichiarazione resa e sottoscritta dal Legale Rappresentante. In caso di associazioni temporanee d'impresa o reti di impresa non ancora costituite ciascun Legale Rappresentante dovrà sottoscrivere l'Allegato A).

Tali requisiti devono essere posseduti dall'operatore economico o dal raggruppamento temporaneo d'impresa 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.

Self cleaning

Un operatore economico che si trovi in una delle situazioni di cui agli articoli 94 e 95 del Codice appalti, ad eccezione delle irregolarità contributive e fiscali definitivamente e non definitivamente accertate, può fornire prova di aver adottato misure (c.d. self cleaning) sufficienti a dimostrare la sua affidabilità.

Se la causa di esclusione si è verificata prima della presentazione dell'offerta, l'operatore economico indica nel DG la causa ostativa e, alternativamente:

- descrive le misure adottate ai sensi dell'articolo 96, comma 6 del Codice;
- motiva l'impossibilità ad adottare dette misure e si impegna a provvedere successivamente. L'adozione delle misure è comunicata alla stazione appaltante.

Se la causa di esclusione si è verificata successivamente alla presentazione dell'offerta, l'operatore economico adotta le misure di cui al comma 6 dell'articolo 96 del Codice dandone comunicazione alla stazione appaltante.

Sono considerate misure sufficienti il risarcimento o l'impegno a risarcire qualunque danno causato dal reato o dall'illecito, la dimostrazione di aver chiarito i fatti e le circostanze in modo globale collaborando attivamente con le autorità investigative e di aver adottato provvedimenti concreti, di carattere tecnico, organizzativo o relativi al personale idonei a prevenire ulteriori reati o illeciti

Se le misure adottate sono ritenute sufficienti e tempestive, l'operatore economico non è escluso. Se dette misure sono ritenute insufficienti e intempestive, la stazione appaltante ne comunica le ragioni all'operatore economico.

Non può avvalersi del self-cleaning l'operatore economico escluso con sentenza definitiva dalla partecipazione alle procedure di affidamento o di concessione, nel corso del periodo di esclusione derivante da tale sentenza.

Nel caso in cui un raggruppamento/consorzio abbia estromesso o sostituito un partecipante/esecutore interessato da una clausola di esclusione di cui agli articoli 94 e 95 del Codice, si valutano le misure adottate ai sensi dell'articolo 97 del Codice al fine di decidere sull'esclusione.

7 Criteri di aggiudicazione

L'appalto è aggiudicato in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, individuata sulla base del miglior rapporto qualità prezzo, secondo la ripartizione dei punteggi di seguito descritta, tenendo conto dell'offerta tecnica e dell'offerta economica.

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

- a) OFFERTA TECNICA: MASSIMO 85 PUNTI;
- b) OFFERTA ECONOMICA: MASSIMO 15 PUNTI.

Ad ogni operatore economico partecipante verrà assegnato punteggio secondo i criteri indicati sopra e ai sub-criteri definiti nelle tabelle che seguono. Il punteggio massimo è pari a cento punti (100).

A) QUALITÀ DELL'OFFERTA TECNICA		
Sub-Criterio	Descrizione	Punteggio
1a. Strategia generale (max 20 punti)	Adeguatezza della proposta in termini di coerenza con gli obiettivi previsti dal Reg (UE) 1144/2014 e con il Programma di progetto. Coerenza tra la strategia complessiva progettuale e le singole attività proposte.	13
	Adeguatezza degli output e numero degli output offerti rispetto a quelli richiesti	7
2a. Proposte grafiche, format e sostenibilità socio ambientale (max 24 punti)	Grado di creatività nell'ideazione della/e proposta/e di identità visiva e dell'immagine coordinata della campagna (logo campagna e visual)	8
	Comprovata esperienza nella creazione e produzione di contenuti audiovisivi e nel settore del social media management	4
	Flessibilità della/e proposta/e per canale, strumento e gruppo bersaglio: valutazione della possibilità di articolazione del messaggio ai fini dell'utilizzo nel programma triennale, anche attraverso un mix di tecniche e soluzioni coordinate, volte a dare una risposta chiara e completa alle esigenze di coinvolgimento dei differenti target.	4
	Efficacia delle proposte grafiche e coerenza del <i>concept</i> di comunicazione con il Programma adatti per garantire il raggiungimento degli obiettivi fissati	8
3a. Approccio metodologico: Gruppo di lavoro e affidabilità di controllo, esperienza, relazioni e rapporti con stakeholder (max 26 punti)	Qualità della struttura organizzativa e delle caratteristiche professionali del gruppo di lavoro proposto, in aggiunta ai requisiti previsti ai punti 3.2 e 6.3	8
	Adeguatezza dei meccanismi di controllo per monitorare la corretta esecuzione economico-finanziaria del progetto e il rispetto del cronoprogramma	5
	Grado di conoscenza dei mercati target e delle logiche di mercato negli stessi	4
	Esperienza in gestione di progetti articolati di comunicazione e promozione nello specifico segmento	4
	Capacità di operare nei paesi destinatari del progetto attraverso il coinvolgimento degli stakeholder, i contatti con referenti e fornitori nei paesi target e anche grazie all'esperienza maturata nel corso degli anni	5
4a. Sostenibilità ambientale e sociale delle proposte (max 8 punti)	Grado di compatibilità e contributo dell'offerta tecnica con i principi e gli obiettivi di sostenibilità ambientale previsti dal Green New Deal europeo dalla PAC e del F2F, attenzione alla sostenibilità sociale e trasparenza	8
5a. Servizi Extra (max 7 punti)	Servizio di magazzino e logistica per la spedizione del prodotto agli eventi previsti nel Programma di progetto	2
	Servizio di BackOffice attivo 5 giorni alla settimana	5
B) CONGRUITÀ DELL'OFFERTA ECONOMICA		
Sub-Criterio	Descrizione	Punteggio
1b. Analisi economica e onorario (max 15 punti)	Valutazione dell'offerta economica per le attività (SUBTOTALE ATTIVITÀ) secondo la formula di seguito riportata	10
	Valutazione della congruità dell'onorario, espresso in percentuale in base al costo di ogni azione, richiesto per la realizzazione del programma, secondo la formula di seguito riportata	5

La Commissione valuterà ogni offerta tecnica, assegnando per ogni sotto criterio un coefficiente di natura qualitativa:

Coefficients per la ponderazione relativa attribuita a ciascun sub-criterio	
Non riscontrabile	0
Valutazione insignificante	0,1
Valutazione appena sufficiente	0,2
Valutazione sufficiente	0,3
Valutazione tra sufficiente e discreta	0,4
Valutazione discreta	0,5
Valutazione tra discreta e buona	0,6
Valutazione buona	0,7
Valutazione tra buona e ottima	0,8
Valutazione ottima	0,9
Valutazione eccellente	1

Per quanto riguarda l'offerta economica per le attività (massimo di 10 punti su 100) il punteggio verrà attribuito sulla base della seguente formula:

Punteggio "offerta economica per le attività" considerata = Offerta X/Offerta massima * 10

dove:

Offerta massima: è l'offerta economica per le attività (SUBTOTALE ATTIVITÀ) più alta tra quelle presentate;
 Offerta X: è l'offerta economica per le attività (SUBTOTALE ATTIVITÀ) dell'operatore economico considerato.

Per quanto riguarda l'offerta economica per l'onorario dell'operatore economico partecipante (massimo di 5 punti su 100) il punteggio verrà attribuito sulla base della seguente formula:

Punteggio offerta economica per l'onorario dell'operatore economico considerato = (Onorario operatore % minimo / Onorario operatore % X) * 5.

dove:

Onorario operatore % minimo: è l'onorario relativo all'offerta economica, dell'operatore partecipante, più basso tra quelle presentate.

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

Si precisa che l'onorario non deve mai eccedere il 13% del valore dell'offerta economica sia in termini complessivi che parziali.

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

Non sono ammesse offerte in aumento.

Sulla base dei punteggi attribuiti alle offerte, verrà stilata la graduatoria.

L'aggiudicazione sarà effettuata a favore del concorrente che abbia presentato un'offerta che, in possesso di tutti i requisiti minimi obbligatori, risulti aver conseguito il punteggio complessivo (punteggio offerta tecnica + punteggio offerta economica) più elevato.

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

In presenza di una sola offerta valida, l'organismo appaltante ha facoltà di procedere o meno all'affidamento dell'appalto.

L'organismo appaltante non è tenuto a corrispondere compenso alcuno alle imprese concorrenti, per qualsiasi titolo o ragione, per le offerte presentate.

Espletati i controlli previsti circa il possesso dei prescritti requisiti si procederà con l'aggiudicazione, nei tempi e nei modi previsti dal presente Capitolato.

L'aggiudicazione vincola immediatamente il concorrente affidatario della gara, mentre l'organismo appaltante sarà impegnato definitivamente soltanto quando, a norma di legge, tutti gli atti conseguenti e necessari all'espletamento della gara avranno conseguito piena efficacia giuridica.

Nel caso in cui l'affidatario non si presenti per la stipula del contratto o in cui venga accertata la falsità delle dichiarazioni prestate, l'organismo appaltante si riserva la facoltà di conferire l'incarico al soggetto posto successivamente in graduatoria, espletati i controlli di rito.

L'Ente appaltante procederà all'aggiudicazione anche nel caso in cui venga presentata un'unica offerta valida, purché congrua.

In applicazione dell'art. 108, comma 10, del D.Lgs. 31 marzo 2023, n. 36 e s.m.i. la stazione appaltante non procederà all'aggiudicazione laddove nessuna offerta risultasse conveniente o idonea in relazione all'oggetto del contratto.

In presenza di un'offerta anormalmente bassa, la stazione appaltante adotterà le procedure previste dall'art. 110 del D.Lgs. 31 marzo 2023, n. 36 e s.m.i.

La valutazione dell'offerte tecniche verrà effettuata da una Commissione di valutazione nominata successivamente alla data di presentazione delle offerte.

I risultati saranno comunicati via PEC ai partecipanti e saranno pubblicati sul sito web dell'organismo appaltante www.oleificioolma.it.

8. MODALITÀ DI PRESENTAZIONE E VALUTAZIONE DELLE PROPOSTE

Gli operatori economici che intendono partecipare alla gara dovranno far pervenire, a pena di esclusione, la propria proposta unitamente a tutta la documentazione prevista, **entro le ore 12.00 del 14 febbraio 2025** (ora locale in Italia).

Tutta la documentazione potrà essere trasmessa con due differenti modalità:

- 1. a mezzo posta raccomandata con ricevuta di ritorno, corriere o altra modalità di consegna che garantisca certezza circa la data e l'orario di arrivo**, in un unico plico sigillato (controfirmato sui lembi) e contenente le 3 buste (di seguito descritte). Il recapito delle offerte nei termini previsti rimane ad esclusivo rischio del mittente, ove, per qualsiasi motivo l'offerta non giunga a destinazione entro data e orario previsti dal Capitolato. Nella fattispecie, la documentazione debitamente sottoscritta dal Legale Rappresentante dovrà essere presentata a cura del partecipante alla gara **sia in formato cartaceo sia nella corrispondente versione in formato elettronico** – stampabile e copiabile – su supporto CD o chiavetta USB, anch'essa debitamente sottoscritta digitalmente dal Legale Rappresentante dell'operatore economico.

L'indirizzo al quale spedire le proposte cartacee entro il termine suddetto è il seguente:

OP LATIUM – Organizzazione di Produttori Latiun Soc. Coop.va Agricola

Via Raffaele Piria 6, 00156 Roma - Italy, all'attenzione del Dr. Francesco Bosio

2. In alternativa, la documentazione prevista potrà essere inviata **telematicamente** in uno o più file a mezzo posta elettronica certificata (PEC), all'indirizzo **OPLATIUM@PEC.COLDIRETTI.IT**. La documentazione in formato elettronico dovrà contenere tutti i documenti in formato PDF stampabile non editabile, firmati digitalmente dal Legale Rappresentante dell'operatore economico partecipante. Nel caso in cui a causa del peso dei documenti allegati dovesse essere necessario l'invio di più messaggi di posta elettronica certificata, gli operatori economici dovranno scrivere nell'oggetto, prima della dicitura sottoindicata e prima della scritta NON APRIRE, il numero progressivo del messaggio e dovranno anteporre nell'oggetto dell'ultimo messaggio il numero progressivo dell'invio seguito dalla indicazione del numero degli invii aggiungendo "di n. invii", ad esempio:

- **1° invio NON APRIRE.** BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE... ETC
- **2° invio NON APRIRE.** BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE... ETC
- **3° invio di n. 3 invii NON APRIRE.** BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE... ETC

In entrambi i casi di invio (plico postale o elettronica), l'operatore interessato alla partecipazione deve nominare l'oggetto del plico o della PEC con la seguente dicitura:

BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DI UNA PARTE DEL PROGRAMMA TRIENNALE DI ATTIVITÀ DI PROMOZIONE E INFORMAZIONE N. 101194420 DENOMINATO "L'ECCELLENZA DELL'OLIVICOLTURA EUROPEA NEL REGNO UNITO E IN SVIZZERA" (acronimo "ECCEUKCH").

L'oggetto, indicato con la dicitura sopra riportata, dovrà essere preceduto dalla scritta **NON APRIRE**.

L'eventuale recapito oltre il termine perentorio, e la relativa esclusione, non potrà essere oggetto di contestazione.

Il plico o la cartella elettronica dell'offerta deve contenere le tre buste (o le sub cartelle) di seguito indicate e così nominate:

Busta 1) Documentazione amministrativa:

- **Allegato A** compilato e firmato dal Legale Rappresentante (digitalmente per i documenti trasmessi con PEC e con firma autografa per i documenti trasmessi in formato cartaceo) dovrà attestare la sussistenza dei requisiti di cui ai punti 6.1, 6.2 e 6.3, l'assenza di cause di esclusione previste al punto 6.4 e gli altri elementi utili alla valutazione. In caso di associazioni temporanee d'impresa o reti di impresa non ancora costituite ciascun Legale Rappresentante dovrà sottoscrivere l'Allegato A).

L'allegato dovrà essere trasmesso, a pena di esclusione, unitamente ai seguenti documenti:

- **Documento di identità del Legale Rappresentante.** In caso di associazioni temporanee d'impresa o reti di impresa non ancora costituiti, ciascun soggetto che ne farà parte dovrà presentare il documento di identità del Legale Rappresentante;
- **Gli ultimi tre bilanci d'esercizio approvati.** Solo per le imprese collegate a gruppi societari, gli ultimi tre bilanci consolidati approvati. In caso di associazioni temporanee d'impresa o reti di impresa ciascun soggetto parte dovrà presentare gli ultimi tre bilanci;
- **CV aziendale** concernente la descrizione completa e dettagliata dell'agenzia, dell'eventuale gruppo, con l'elenco dei principali clienti e servizi realizzati. In caso di associazioni temporanee d'impresa o reti di impresa ciascun soggetto parte dovrà presentare il proprio CV aziendale;
- **I CV di tutti i componenti del gruppo di lavoro che verrà dedicato all'attuazione dei pacchetti di lavoro** affidati, evidenziando i profili con maggior esperienza nel settore della comunicazione, delle PR e del marketing;

- Elenco dei **principali servizi** analoghi a quelli oggetto di gara, realizzati dall'operatore negli ultimi tre esercizi;
 - **La visura aggiornata della CCIAA**, oppure il certificato di iscrizione in un registro tenuto nello Stato Membro in cui l'operatore ha sede. In caso di associazioni temporanee d'impresa o reti di impresa ciascun soggetto parte dovrà presentare la propria visura o certificato;
 - **Ogni altro documento o indicazione utile alla verifica della sussistenza dei criteri di aggiudicazione** previsti, dato che la mancata indicazione degli elementi necessari per la verifica della sussistenza dei criteri di aggiudicazione comporta l'impossibilità di attribuire il relativo punteggio utile ai fini della graduatoria.
- **Allegato C.** Si tratta di una **Dichiarazione sostitutiva ex DPR 445/2000 attestante l'assenza di conflitto di interesse** con l'organizzazione proponente, terzietà e/o assenza di interessi finanziari, economici che possono determinare un'influenza nel contesto della procedura di aggiudicazione o nella fase di esecuzione ai sensi dell'art 2 REG UE n. 1831 del 2015. Dovrà essere compilato e firmato dal Legale Rappresentante (digitalmente per il documento trasmesso con PEC e con firma autografa per il documento trasmesso in formato cartaceo). In caso di associazioni temporanee d'impresa o reti di impresa non ancora costituite ciascun Legale Rappresentante dovrà sottoscrivere l'Allegato C).

Busta 2) Proposta tecnica:

- Presentazione dell'operatore economico partecipante alla gara di selezione
- Descrizione dettagliata delle attività/iniziative richieste/proposte creative.
L'operatore economico partecipante dovrà fornire una descrizione dettagliata delle attività da realizzare e delle proposte grafiche richieste, secondo quanto previsto dal presente bando.

Busta 3) Offerta economica:

- **L'Allegato B - Tabella di dettaglio dei costi e dell'onorario dell'operatore** dovrà essere compilata e firmata dal Legale Rappresentante (digitalmente per il documento trasmesso con PEC e timbrato e siglato con firma autografa su ciascuna pagina se il documento è trasmesso in formato cartaceo). In caso di associazioni temporanee d'impresa o reti di impresa non ancora costituite ciascun Legale Rappresentante dovrà sottoscrivere l'Allegato B).
- In caso di presentazione a mezzo plico postale, supporto CD o chiavetta USB contenente copia digitale dell'intera documentazione presentata dell'operatore economico partecipante alla gara di selezione.

Modalità di apertura delle offerte e di selezione

Trascorso il termine ultimo previsto per l'arrivo delle offerte, e dopo aver constatato e verbalizzato l'arrivo dei plichi riferiti al bando, sarà nominata una Commissione ad hoc che avrà il compito di effettuare l'apertura e la valutazione delle proposte regolarmente pervenute, nonché la conseguente selezione secondo i criteri previsti nel presente bando di gara. La Commissione si riunirà presso la sede di dell'OP LATIUM Via Raffaele Piria n. 6 a Roma, al fine di espletare le procedure di selezione. I lavori della Commissione saranno adeguatamente verbalizzati con indicazione, tra l'altro, delle motivazioni a sostegno delle valutazioni effettuate. OL.MA. provvederà a dare adeguata pubblicità dell'avvenuta aggiudicazione dell'appalto. In particolare, sarà data tempestiva comunicazione a tutti i partecipanti dell'esito della Gara attraverso comunicazione formale via email, informando i concorrenti non aggiudicatari delle ragioni dell'esclusione. I risultati verranno anche pubblicati sul sito di OL.MA. – www.oleificioolma.it, non appena terminate le valutazioni da parte della Commissione.

Ulteriori informazioni possono essere richieste al seguente recapito: OL.MA. – tel. +39 0564 329090, email: progetti@oleificioolma.it

DOCUMENTI DI GARA:

- **BANDO**
- **CAPITOLATO TECNICO**

- **ALLEGATO A**
- **ALLEGATO B**
- **ALLEGATO C**

9. MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA

9. 1 MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA TECNICA – BUSTA 2

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 espresso riferimento alle attività similari già realizzate a livello europeo ed internazionale, e particolarmente ai settori e ai Paesi d'intervento del Programma.

Contenuti della Relazione tecnica

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

Qualora, oltre al documento principale costituente l'offerta tecnica in pdf, gli operatori economici dovessero presentare eventuali materiali fotografici o video che non possano essere materialmente acclusi nello stesso file, gli operatori economici dovranno aver cura di scrivere nel nome del file:

ALLEGATO PROPOSTA TECNICA

Attribuendo a ciascun allegato un numero progressivo.

STRATEGIA COMPLESSIVA

Il partecipante dovrà articolare la propria proposta proponendo le strategie realizzative che ritiene maggiormente efficaci al perseguitamento degli obiettivi progettuali utilizzando le sottostanti indicazioni:

- a) dimostrazione della capacità del gruppo di lavoro di produrre i risultati previsti dal progetto;
- b) articolazione della strategia complessiva: coerenza tra la strategia complessiva progettuale e le singole attività;
- c) modalità di raggiungimento degli obiettivi specifici e dei risultati indicati nel progetto.

OUTPUT DI PROGETTO

Il partecipante dovrà articolare la propria proposta proponendo le modalità realizzative che ritiene maggiormente efficaci per la produzione degli output progettuali. La proposta dovrà essere strutturata in particolare sviluppando i sottostanti punti:

- a) caratteristiche realizzative e contenuti degli interventi, con motivazione circa le modalità strategiche, organizzative ed esecutive prescelte, analisi di coerenza con gli obiettivi generali e specifici del Programma e descrizione degli output di progetto;
- b) presentazione del gruppo di lavoro responsabile della realizzazione delle attività, con descrizione delle capacità del gruppo di lavoro di produrre tali output, anche in riferimento alle specifiche competenze ed esperienze professionali maturate.

APPROCCIO METODOLOGICO E ARTICOLAZIONE DELLE ATTIVITA'

Per ogni tipologia di attività riportata nel capitolato dovranno essere descritti gli specifici interventi che s'intendono attuare per raggiungere gli obiettivi progettuali. Le attività e i relativi interventi dovranno

essere coerenti con la strategia complessiva del Programma e con i rispettivi sub-assi strategici proposti per i singoli Paesi target, rispetto ai relativi gruppi bersaglio individuati. Gli interventi 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) cronoprogramma: adeguatezza di tempi e risorse, previsti nel cronoprogramma e sua coerenza con il Programma che dovrà articolarsi nell'arco temporale di tre anni;
- c) coerenza con la strategia generale e le modalità esecutive degli interventi sopra proposti;
- d) descrizione dei meccanismi di monitoraggio e della corretta esecuzione delle attività;
- e) descrizione del gruppo di lavoro e delle specifiche responsabilità in relazione alle diverse attività.

9.2 MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA ECONOMICA - BUSTA 3

I costi dovranno essere dettagliati per ogni attività e tipologia di attività necessaria per l'organizzazione e realizzazione del servizio (SUBTOTALE ATTIVITA') con indicazione del valore dell'onorario dell'operatore economico considerato secondo lo schema seguente.

Tali costi concorrono alla definizione del SUBTOTALE ATTIVITA' e sono soggetti a rendicontazione e controllo secondo quanto previsto dalla normativa e dalle disposizioni indicati al punto 1.1, che regolano la concessione del cofinanziamento di cui al Regolamento UE n. 1144/2014, relativo ad azioni di informazione e di promozione dei prodotti agricoli realizzate nel Mercato Interno e nei Paesi Terzi.

Dovrà inoltre essere evidenziato l'onorario dell'operatore economico (importo forfetario).

Si riporta una tabella di esempio:

Pacchetto di lavoro/paese target/attività comuni	Tipologia attività	Costo attività per ognuna delle tre annualità (euro)	Totale complessivo (euro)
Relazioni pubbliche			
Sito web, media sociali			
Advertising su social media			
Strumenti di comunicazione e gadget			
Eventi			
Promozione nei punti vendita			
		SUBTOTALE ATTIVITÀ	
Total operatore economico (max 13%)		%	
		TOTALE OFFERTA ECONOMICA*	

*NB: IL TOTALE DELL'OFFERTA ECONOMICA deve essere pari al totale dell'importo della presente procedura di selezione (**€ 3.533.253,65**).

Il compenso dell'organismo di esecuzione (onorario dell'operatore economico) dovrà essere al massimo pari al 13% sia del costo totale (SUBTOTALE ATTIVITA') sia riferito ad ogni singola azione.

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

ONERI A CARICO DELL'AGGIUDICATARIO

Sono a carico dell'aggiudicatario.

1. Svolgimento dei Servizi oggetto dell'appalto, 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, contenuta nel Grant Agreement di sovvenzione che verrà concluso fra l'organismo proponente e REA, di norme e regolamenti in vigore sia a livello europeo e nazionale e dei paesi target, 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 o alla sua esecuzione;
3. L'organismo di esecuzione si assume l'intera responsabilità tecnica e finanziaria delle azioni di cui al punto 5, compresa quella relativa alla loro compatibilità con la vigente normativa di ciascun paese obiettivo del programma 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, delle relazioni tecniche e la predisposizione delle azioni e delle domande di pagamento.
5. L'organismo di esecuzione si impegna a conservare i registri e i documenti giustificativi, per cinque anni successivi al pagamento del saldo, al fine di dimostrare la corretta attuazione dell'azione e i costi dichiarati ammissibili, e comunque fino al termine di eventuali procedure di controllo, revisione contabile, indagine, contenziosi o azioni legali.
6. L'organismo di esecuzione si impegna a mettere a disposizione dell'Organismo proponente o delle competenti autorità tutti i documenti relativi alle azioni, anche in originale, al fine di permettere l'espletamento di verifiche o controlli.

MODIFICHE DEL CONTRATTO -VARIAZIONI QUANTITATIVE E QUALITATIVE DEI SERVIZI

OL.MA., 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.

RAPPORTI TRA L'AGGIUDICATARIO E L'AMMINISTRAZIONE

L'aggiudicatario deve individuare un referente responsabile del servizio, che avrà l'obbligo di collaborare strettamente con gli uffici di OL.MA. nella realizzazione del Servizio oggetto dell'appalto, nonché la risoluzione operativa di problematiche relative a particolari esigenze delle attività.

INADEMPIENZE

OL.MA. 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, OL.MA. 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, OL.MA. contesterà in forma scritta alla ditta aggiudicataria le inadempienze.

DECADENZA E REVOCA DELL'APPALTO

La ditta aggiudicataria potrà essere dichiarata decaduta dall'appalto nei seguenti casi:

- per mancato assolvimento degli obblighi contrattuali o di legge, in materia di stipendi, liquidazioni o trattamenti previdenziali e assicurativi a favore del personale della ditta aggiudicataria;
- per manifesta inadempienza degli impegni assunti con il contratto di appalto;
- per inosservanza delle linee progettuali presentate e delle eventuali indicazioni integrative in ordine alla qualità del servizio.

RISOLUZIONE UNILATERALE DEL CONTRATTO

OL.MA. ha la facoltà di controllare e verificare la buona esecuzione del servizio con ausilio di incaricati scelti a sua discrezione. In caso di risoluzione del contratto, la Ditta aggiudicataria è comunque impegnata a proseguire l'incarico, alle medesime condizioni, per il tempo massimo di tre mesi.

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'operatore economico aggiudicatario e per il restante 50% di OL.MA.

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 è quello di Roma.

DIRITTI DI PROPRIETÀ E DI UTILIZZAZIONE

I diritti di proprietà e/o di utilizzazione e sfruttamento economico degli elaborati, predisposti o realizzati dall'aggiudicatario o da suoi dipendenti e collaboratori nell'ambito o in occasione dell'esecuzione del presente servizio, rimarranno di titolarità esclusiva dell'Appaltante OL.MA. 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'aggiudicatario si impegna a consegnare tutti i prodotti in formato aperto e modificabile e si obbliga espressamente a fornire ad OL.MA., quale Appaltante, 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 di OL.MA. in eventuali registri o elenchi pubblici. L'aggiudicatario si impegna a rispettare la vigente normativa in materia di raccolta e trattamento dei dati personali e di tutela delle banche dati.