

**BANDO DI GARA MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE
DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA TRIENNALE
DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI NEI PAESI TERZI
DENOMINATO "PURE FLOUR FROM EUROPE: YOUR ORGANIC AND SUSTAINABLE
CHOICE!" – ACRONIMO "POS EU FLOUR" - INVITO A PRESENTARE PROPOSTE N.
2021/C 31/06 DEL 28.01.2021**

CAPITOLATO TECNICO

1 – Informazioni preliminari

ITALMOPA – Associazione Industriali Mugnai d'Italia – con sede legale ed operativa in Via Lovanio N. 6 – 00198 Roma – Italia – C.F. 80045090588 – Tel. +39 06 6785409 – Fax +39 06 6783054 – e-mail italmopa@italmopa.com - PEC italmopa.associazione@pec.it di seguito denominata anche "Committente", indice un Bando di Gara per la selezione, mediante Procedura Competitiva Aperta, di un "Organismo di Esecuzione".

1.1 – Quadro di riferimento

In attuazione dei Regolamenti UE n. 1144/2014, n. 1829/2015 e n. 1831/2015, ITALMOPA ha il compito di **selezionare un Organismo di Esecuzione per la realizzazione del programma triennale di informazione e di promozione denominato "Pure Flour from Europe: Your Organic and Sustainable Choice!" (Acronimo "POS EU FLOUR") – ID 101046180** - di seguito anche denominato il "Programma" - **presentato a maggio 2021 a valere sul Bando 2021/C 31/06 "Call for proposals for simple programmes 2021" – AGRIP – SIMPLE – 2021 - TC-ORGANICS - ed approvato con decisione della Commissione Europea N. C (2021) 8537 del 30/11/2021.**

ITALMOPA non è un organismo di diritto pubblico ai sensi dell'art. 2, paragrafo 1, punto 4 della Direttiva 2014/24/UE e, pertanto, non è tenuta ad applicare le norme nazionali che recepiscono le Direttive europee sugli appalti pubblici (in Italia il Decreto legislativo 50/2016). L'Associazione è, comunque, tenuta ad 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.

ITALMOPA, in qualità di Organismo proponente del su citato Programma, indice, pertanto, un Bando di Selezione mediante Procedura Competitiva Aperta per la selezione di un "Organismo di esecuzione" incaricato della realizzazione del Programma triennale "Pure Flour from Europe: Your Organic and Sustainable Choice!" - Acronimo "POS EU FLOUR".

1.2 – Quadro normativo e documentazione di riferimento

Il quadro dei riferimenti normativi essenziali ai fini dell'esecuzione del Programma e della presente procedura comprende:

- a) 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 e che abroga il regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio (GU L 317 del 4.11.2014, pag. 56);
- b) il regolamento delegato (UE) n. 1829/2015 della Commissione 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 (GU L 266 del 13.10.2015, pag. 3);
- c) il regolamento di esecuzione (UE) 1831/2015 della Commissione 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 (GU L 266 del 13.10.2015, pag. 14);
- d) le indicazioni fornite con gli Orientamenti sulla procedura di gara di cui alla nota della Commissione europea DDG1.B5/MJ/db D (2016) 3210777 del 7 luglio 2016;
- e) l'invito a presentare proposte 2021 - Programmi semplici – Sovvenzioni per azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi in conformità al regolamento (UE) n. 1144/2014 (2021/C 31/06);
- f) i Decreti MIPAAF del 06/05/2021 – Prot. N. 0208929 – e del 06/12/2021 – Prot. N. 0639624 - relativi alla procedura di selezione degli organismi di esecuzione per i programmi semplici.

1.3 – Informazioni principali sul Programma

Prodotti oggetto del Programma:

I prodotti che l'Azione intende promuovere sono la farina di frumento tenero (codice 110100) e le semole di frumento duro (110311). Più in particolare, il programma è finalizzato a promuovere le due tipologie BIOLOGICHE dei suddetti prodotti.

Mercati / Paesi target:

Stati Uniti d'America e Canada

Obiettivo generale:

Aumentare la competitività, il consumo e la quota di mercato delle farine di frumento e semole biologiche europee nei due mercati target ottimizzandone l'immagine e migliorando il grado di conoscenza della loro qualità, tracciabilità, sicurezza e specificità.

Obiettivi specifici:

1. Conseguire (entro la fine del 2024) un incremento complessivo dell'export di farine di frumento e semole biologiche italiane (e, conseguentemente, europee) nei due mercati target pari al 296,3% (+282,8% negli USA e +370,3% in Canada) rispetto al 2020. Questo obiettivo dovrà essere raggiunto sia attraverso le attività indirizzate ai professionisti della distribuzione e del canale HoReCa e, per il loro tramite o direttamente, anche ai produttori di pasta e agli "artisan bakers", sia attraverso quelle finalizzate ai consumatori e ai loro principali influencers (giornalisti, food bloggers, nutrizionisti, chef, ecc.).
2. Migliorare il grado di conoscenza e di riconoscimento dell'origine dei prodotti promossi, della qualità della materia prima utilizzata, della sicurezza garantita dai metodi di produzione europei, della loro unicità e specificità.

Gruppi target:

1. Professionisti della distribuzione e del canale HoReCa (imprese di distribuzione di prodotti alimentari sia B2B che B2C, canale HoReCa, produttori di pasta artigianale / industriale e forni artigianali).
2. Opinioni (giornalisti, scrittori, bloggers del settore food, enogastronomia, alimentazione e lifestyle, chefs, foodies, influencers, nutrizionisti, ecc.)
3. Consumatori dei due mercati target compresi nella fascia di età 25-64 anni, con particolare riferimento a quelli residenti nelle città individuate per le attività *on-field* (Los Angeles, Seattle, New York, Chicago e Dallas per gli USA; Montreal, Toronto e Vancouver per il Canada).

Attività da realizzare:

Adattamento strategia di comunicazione, graphic design e visual identity

Attività di relazioni pubbliche e ufficio stampa / Organizzazioni "micro" eventi stampa / Partenariati con micro-influencers

Integrazione portale, aggiornamento, manutenzione e strategia SEO

Attivazione, set-up degli account ufficiali su Facebook, Instagram e YouTube, produzione contenuti e community management

Pubblicità (social media e digitale)

Strumenti e materiale di comunicazione (immagini fotografiche e materiale di comunicazione below the line)

Workshops B2B con professionisti del settore food (importatori, distributori, retailers, HoReCa e produttori di pasta e pane)

Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali

Educational tour

Point-of-sale (POS) promotion

Durata del Programma e dell'appalto:

36 mesi (suddiviso in 3 fasi annuali con inizio indicativamente il 1° febbraio 2022)

Importo complessivo del Programma:

€ 2.413.880,00

Importo complessivo oggetto del presente appalto:

€ 2.019.400,00 comprensivo di IVA e del compenso dell'organismo di esecuzione così suddivisi:

Annualità 1: € 557.000,00

Annualità 2: € 783.000,00

Annualità 3: € 679.400,00

L'appalto è costituito da un unico lotto.

2 – Oggetto dell'appalto

2.1 – Descrizione generale del servizio

Il servizio consiste nell'esecuzione del Programma.

L'aggiudicatario dovrà, quindi, assicurare, a seguito della stipula del contratto, lo sviluppo progettuale del Programma di durata triennale e la realizzazione delle attività informative e promozionali previste dal cronoprogramma sulla base degli obiettivi generali e specifici previsti, anche attraverso il monitoraggio costante delle attività realizzate e dei relativi risultati conseguiti e la predisposizione di relazioni tecniche (periodiche e finale).

Il servizio deve caratterizzarsi per un qualificato supporto tecnico e operativo, un'elevata qualità dei prodotti realizzati, nonché distinguersi per l'innovatività dei messaggi, degli strumenti con cui veicolarli e delle modalità di coinvolgimento dei target di riferimento. Lo sviluppo e l'esecuzione 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 e assicurando una chiara riconoscibilità al Programma e al soggetto promotore.

2.2 – Modalità di esecuzione

L'aggiudicatario deve costituire e disporre per tutta la durata del contratto di un Gruppo di lavoro, nel rispetto dei requisiti di partecipazione, incaricato di gestire e attuare il Programma, concordando e condividendo con il Committente le attività da realizzare. E' previsto che almeno due dei componenti del Gruppo di lavoro siano disponibili a partecipare alle riunioni di monitoraggio trimestrali e annuali che si svolgeranno presso la sede del Committente per dare supporto operativo alle attività del Programma che necessitano di essere svolte in stretto coordinamento con il Committente. Il coordinamento e lo scambio di informazioni con il Committente potranno avvenire anche con altre modalità: ulteriori riunioni, contatti telefonici, videochiamate, corrispondenza via e-mail, scambio di materiali e documenti attraverso sistemi di condivisione online.

2.3 – Gruppo di lavoro

L'aggiudicatario deve assicurare le prestazioni inerenti i servizi in affidamento con personale interno e/o collaboratori esterni aventi i requisiti professionali e tecnici adeguati alle attività affidate. Il Gruppo di lavoro deve essere caratterizzato da un approccio organizzativo flessibile per rispondere alle esigenze che potranno determinarsi nel corso dello svolgimento delle attività. In particolare, i componenti del Gruppo di lavoro dedicato dovranno possedere un ventaglio di competenze con particolare riferimento ai seguenti ambiti: sviluppo strategie di comunicazione e marketing, sviluppo portali / siti web, predisposizione materiale di comunicazione above e below the line, social media management, organizzazione eventi stampa, workshop, incontri, viaggi di studio / approfondimento, design / allestimenti e sviluppo attività di animazione nell'ambito di manifestazioni fieristiche internazionali, relazioni pubbliche e organizzazione di programmi finalizzati agli opinionisti, gestione uffici stampa, pubblicità (social e digitale), organizzazione promozioni nei punti vendita della distribuzione organizzata, project management e monitoraggio dei risultati.

L'aggiudicatario si impegna:

- a) ad adibire al servizio personale e/o collaboratori idonei, di provata capacità, onestà, moralità e riservatezza;
- b) a garantire la stabilità e la continuità del servizio in ogni circostanza, assicurando personale e/o collaboratori quantitativamente e qualitativamente adeguati alle necessità e nel rispetto dei contenuti dell'offerta tecnica;
- c) al rispetto, nei confronti del proprio personale e/o collaboratori, dei contratti di lavoro relativi al trattamento salariale, normativo, previdenziale ed assicurativo.

3 – Durata del servizio

Il servizio ha la durata di trentasei (36) mesi decorrenti dalla data di stipula del contratto di appalto che verrà stipulato tra il Committente e l'Aggiudicatario entro 30 giorni dalla data della sottoscrizione della Convenzione di Sovvenzione tra il Committente e l'Ente pagatore dello Stato Membro (AGEA) ed avrà per oggetto lo svolgimento delle attività indicate nel presente capitolato alle condizioni ivi riportate. Il Committente si riserva la facoltà di richiedere un differimento del termine di esecuzione del servizio per massimo ulteriori 6 (sei) mesi, al fine di assicurare il completamento delle attività previste dal Programma, a parità di condizioni economiche.

4 – Requisiti per la partecipazione alla gara

Gli operatori economici, anche stabiliti in altri Stati membri, possono partecipare alla presente gara in forma singola o avvalendosi, per la dimostrazione del possesso dei requisiti di carattere economico, finanziario, tecnico e professionale, di altri soggetti.

E', comunque, vietato al concorrente che partecipa alla gara in avvalimento di partecipare anche in forma individuale. I concorrenti devono essere in possesso dei requisiti previsti nei punti seguenti.

4.1 – Requisiti di idoneità

Iscrizione nel registro tenuto dalla Camera di Commercio Industria, Artigianato e Agricoltura per attività coerenti con quelle oggetto della presente procedura di gara (da attestare tramite copia di visura camerale). Il concorrente non stabilito in Italia ma in un altro Stato Membro presenta dichiarazione giurata o secondo le modalità vigenti nello Stato in cui è stabilito.

4.2 – Inesistenza di cause di esclusione dalla partecipazione alla Gara

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

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

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

4.3 – Requisiti di capacità economica e finanziaria

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione deve dimostrare, singolarmente o in avvalimento, di aver realizzato, **nel triennio 2018/2020, un fatturato medio annuo** non inferiore a Euro 2.000.000,00 (Euro due milioni) al netto dell'IVA, risultante dalle dichiarazioni IVA o imposta equivalente in ambito UE.

La comprova del su citato requisito dovrà essere fornita mediante apposita dichiarazione (**Allegato A**) sottoscritta dal legale rappresentante e dalla presentazione dei **bilanci degli ultimi tre esercizi finanziari**. **Nel caso di ricorso allo strumento dell'avvalimento, l'Allegato A nonché la restante documentazione richiesta dovranno essere prodotti anche dall'impresa ausiliaria.**

4.4 - Requisiti di capacità tecnica e professionale

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione deve dimostrare, singolarmente o in avvalimento, **di aver realizzato, nel triennio 2018/2020, servizi analoghi a quelli oggetto della gara**. Per servizi analoghi si intendono programmi / attività internazionali di promozione e informazione quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo: attività di gestione di progetti / programmi complessi di promozione internazionale; attività di organizzazione eventi stampa, workshop, incontri, viaggi di studio e di approfondimento, promozioni nei punti vendita della distribuzione organizzata; attività di design, allestimenti, gestione e animazione di manifestazioni fieristiche internazionali; attività di gestione uffici stampa e pubbliche relazioni finalizzate agli opinionisti; attività di sviluppo strategie di comunicazione e marketing; social media management; attività di creazione e sviluppo portali / siti web; ideazione e realizzazione materiale di comunicazione above e below the line; gestione pubblicità (social e digitale); attività promozionali nel settore agroalimentare.

La comprova del su citato requisito dovrà essere fornita mediante apposita dichiarazione (**Allegato A**) sottoscritta dal legale rappresentante e recante in allegato la presentazione dell'operatore economico inclusiva di descrizione sintetica dei principali servizi analoghi realizzati nonché la descrizione del gruppo di lavoro comprensiva dei relativi profili sintetici dei suoi componenti. **Nel caso di ricorso allo strumento dell'avvalimento l'Allegato A ed i restanti documenti richiesti dovranno essere prodotti anche dall'impresa ausiliaria.**

In caso di ricorso all'istituto dell'avvalimento, dovranno essere altresì presentate le seguenti dichiarazioni:

- dichiarazione sottoscritta dal legale rappresentante dell'impresa concorrente attestante l'avvalimento dei requisiti necessari per la partecipazione alla gara, con specifica indicazione dei requisiti forniti e delle risorse messe a disposizione dall'impresa ausiliaria;
- dichiarazione sottoscritta dal legale rappresentante dell'impresa ausiliaria attestante l'inesistenza delle cause di esclusione dalla partecipazione alla gara nonché il possesso dei requisiti e delle risorse oggetto di avvalimento (**Allegato A**);
- dichiarazione incondizionata ed irrevocabile sottoscritta dal legale rappresentante dell'impresa ausiliaria con cui la stessa si obbliga verso il concorrente e verso la stazione appaltante a mettere a disposizione, per tutta la durata del contratto, le risorse necessarie di cui è carente il concorrente;

- dichiarazione sottoscritta dal legale rappresentante dell'impresa ausiliaria di non partecipare alla gara in proprio o associata o consorziata ad altre imprese e di non prestare avvalimento per altri concorrenti;
- copia del contratto in virtù del quale l'impresa ausiliaria si obbliga nei confronti del concorrente a fornire i requisiti e le risorse necessarie per tutta la durata dell'appalto; nel caso di avvalimento nei confronti di un'impresa che appartiene al medesimo gruppo, in luogo del contratto, può essere presentata una dichiarazione sostitutiva attestante il legame giuridico ed economico esistente nel gruppo;
- copia visura attestante l'iscrizione dell'impresa ausiliaria al registro camerale per attività coerenti con quelle oggetto del contratto di avvalimento (nel caso di operatori economici non residenti e privi di stabile organizzazione in Italia, documentazione conforme alla normativa vigente nel rispettivo Paese o dichiarazione giurata).

4.5 – Subappalto

Il concorrente indica all'atto dell'offerta le parti del servizio che intende subappaltare nei limiti del 30% dell'importo complessivo del contratto. Non costituisce motivo di esclusione ma comporta, per il concorrente, il divieto di subappalto l'indicazione di uno o più subappaltatori che, contestualmente, concorrano in proprio alla presente gara.

4.6 – Garanzia fideiussoria

In caso di aggiudicazione dell'appalto, l'Aggiudicatario dovrà presentare una garanzia fideiussoria rilasciata da istituto bancario o assicurativo in possesso delle necessarie autorizzazioni pari al 10% dell'importo affidato per ciascuna annualità. La garanzia relativa alla prima annualità dovrà essere fatta pervenire, in originale, almeno 5 (cinque) giorni prima la sottoscrizione del contratto. La garanzia relativa alle successive annualità dovrà essere fatta pervenire, in originale, rispettivamente, entro e non oltre il 31 gennaio 2023 ed il 31 gennaio 2024.

5 – Modalità di presentazione delle offerte e sottoscrizione dei documenti di gara

Il plico contenente la proposta, **a pena di esclusione**, deve essere sigillato e trasmesso a mezzo raccomandata del servizio postale o tramite corriere o mediante consegna a mano tutti i giorni escluso il sabato e la domenica dalle ore 9,00 alle ore 17,00 presso la sede di ITALMOPA – Via Lovanio, 6 – 4° Piano - 00198 Roma - Italia. Non saranno ritenute valide offerte inviate via PEC o in altra modalità telematica. Il plico deve pervenire al su citato indirizzo, a pena di esclusione, **entro e non oltre le ore 12.00 (ora italiana) dell'11 gennaio 2022**. Nel caso di consegna a mano, il personale addetto rilascerà ricevuta nella quale sarà indicata data e ora di ricezione del plico. Il recapito del plico rimane a esclusivo rischio del mittente ove, per qualsiasi motivo, non giunga a destinazione entro il suddetto termine perentorio. Si precisa che per "sigillatura" deve intendersi una chiusura ermetica recante un qualsiasi segno o impronta, apposto su materiale plastico come striscia incollata o ceralacca, tale da rendere chiusi il plico e le buste nello stesso contenute, attestare l'autenticità della chiusura originaria proveniente dal mittente, nonché garantire l'integrità e la manomissione del plico e delle buste.

Il plico deve recare, all'esterno, le informazioni relative all'operatore economico concorrente (denominazione o ragione sociale, P. IVA, indirizzo PEC per le comunicazioni) e riportare la seguente dicitura: **NON APRIRE - Bando di selezione mediante procedura competitiva aperta per la selezione di un organismo incaricato dell'esecuzione del Programma denominato "Pure Flour from Europe: Your Organic and Sustainable Choice! – POS EU FLOUR"**.

Il plico contiene al suo interno tre buste chiuse e sigillate, recanti l'intestazione del mittente, l'indicazione dell'oggetto dell'appalto e la dicitura, rispettivamente:

"A – Documentazione amministrativa"

"B – Offerta tecnica"

"C – Offerta economica"

La mancata sigillatura delle buste "A", "B" e "C" inserite nel plico, nonché la non integrità delle medesime, sono **cause di esclusione** dalla gara.

Tutte le dichiarazioni sostitutive rese ai sensi degli artt. 46 e 47 del d.p.r. 445/2000, nonché l'Allegato A, la domanda di partecipazione, l'offerta tecnica e l'offerta economica devono essere sottoscritte dal rappresentante legale del concorrente e, nel caso di ricorso all'avvalimento, dell'impresa ausiliaria. In caso di concorrenti non stabiliti in Italia, la documentazione dovrà essere prodotta in modalità idonea equivalente secondo la legislazione dello Stato di appartenenza. Il dichiarante allega copia fotostatica di un documento di riconoscimento in corso di validità.

Tutta la documentazione dovrà essere redatta in **lingua italiana e/o inglese** e dovrà essere presentata in formato cartaceo e in formato elettronico - stampabile e copiabile - su chiavetta USB, a cura del partecipante alla gara **entro e non oltre le ore 12.00 dell'11 gennaio 2022**.

Ulteriori informazioni e/o richieste di chiarimenti sulla presente procedura possono essere ottenute mediante la

proposizione di quesiti ESCLUSIVAMENTE scritti da inoltrare all'indirizzo mail: italmopa@italmopa.com almeno 3 (tre) giorni prima della scadenza del termine fissato per la presentazione delle offerte. Non saranno prese in considerazione eventuali richieste verbali o inoltrate con modalità diverse da quella indicata.

5.1 – Contenuti della Busta “A” – Documentazione amministrativa e requisiti di capacità economica-finanziaria e tecnica-professionale

La Busta A contiene la domanda di partecipazione, l'Allegato A, il certificato di iscrizione alla Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura (nel caso di operatori economici non residenti e privi di stabile organizzazione in Italia, documentazione conforme alla normativa vigente nel rispettivo Paese o dichiarazione giurata) e i bilanci relativi al triennio 2018/2020 del concorrente e, nel caso di ricorso all'avvalimento, dell'impresa ausiliaria, nonché tutta la restante documentazione a corredo in relazione alla forma di partecipazione.

La **domanda di partecipazione** contiene tutte le seguenti informazioni e dichiarazioni:

- forma singola o in avvalimento con la quale il concorrente partecipa alla gara;
- in caso di avvalimento, il concorrente fornisce i dati identificativi (ragione sociale, P. IVA, sede) e il ruolo di ciascuna impresa ausiliaria;
- dichiara remunerativa l'offerta economica presentata giacché per la sua formulazione ha preso atto e tenuto conto: a) delle condizioni contrattuali e degli oneri compresi quelli relativi in materia di sicurezza, di assicurazione, di condizioni di lavoro e di previdenza e assistenza in vigore nel luogo dove devono essere svolti i servizi/forniture; b) di tutte le circostanze generali, particolari e locali, nessuna esclusa ed eccezionata, che possano avere influito o influire sia sulla prestazione del servizio, sia sulla determinazione della propria offerta;
- accetta, senza condizione o riserva alcuna, tutte le norme e disposizioni contenute nel presente Capitolato;
- indica i seguenti dati; domicilio fiscale; codice fiscale / partita IVA; indirizzo PEC **oppure**, solo in caso di concorrenti aventi sede in altri Stati membri, l'indirizzo di posta elettronica ai fini delle comunicazioni;
- autorizza qualora un partecipante alla gara eserciti la facoltà di “accesso agli atti”, il Committente a rilasciare copia di tutta la documentazione presentata per la partecipazione alla gara;
- attesta di essere informato, ai sensi e per gli effetti dell'articolo 13 del decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, che i dati personali raccolti saranno trattati, anche con strumenti informatici, esclusivamente nell'ambito della presente gara, nonché dell'esistenza dei diritti di cui all'articolo 7 del medesimo decreto legislativo.

Gli operatori economici non residenti e privi di stabile organizzazione in Italia dovranno, inoltre, dichiarare di impegnarsi ad uniformarsi, in caso di aggiudicazione, alla disciplina di cui agli articoli 17, comma 2, e 53, comma 3, del d.p.r. 633/1972 e a comunicare al Committente la nomina del proprio rappresentante fiscale, nelle forme di legge.

Il concorrente allega copia fotostatica di un documento di identità del sottoscrittore nonché tutta la documentazione / dichiarazioni richieste in caso di ricorso alla procedura di avvalimento (vedi precedente punto 4.4).

L'Allegato A contiene tutte le seguenti informazioni:

- informazioni sull'operatore economico;
- motivi di esclusione;
- criteri di selezione

Nel caso di ricorso allo strumento dell'avvalimento, l'Allegato A dovrà essere prodotto anche dall'impresa ausiliaria.

La Busta A contiene, inoltre, **a pena di esclusione, la presentazione dell'operatore economico** comprensiva delle seguenti informazioni:

Presentazione generale:

- programmi / attività internazionali di promozione e informazione realizzati quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo: attività di gestione di progetti / programmi complessi di promozione internazionale; attività di organizzazione eventi stampa, workshop, incontri, viaggi di studio e di approfondimento, promozioni nei punti vendita della distribuzione organizzata; design, allestimenti, gestione e animazione manifestazioni fieristiche internazionali; gestione uffici stampa e pubbliche relazioni finalizzate agli opinionisti; attività di sviluppo strategie di comunicazione e marketing; social media management; creazione e sviluppo portali / siti web; ideazione e realizzazione materiale di comunicazione above e below the line; gestione pubblicità (social e digitale); attività promozionali nel settore agroalimentare;
- contatti operativi già in essere nei due mercati target.

Descrizione del gruppo di lavoro dedicato alla realizzazione del programma, per i cui componenti deve essere fornito il relativo profilo sintetico evidenziando, in particolare, le attività e l'esperienza acquisita sia in attività e progetti analoghi sia nel settore agroalimentare.

In caso di ricorso all'istituto dell'avvalimento le su richiamate informazioni dovranno essere fornite sia dal

concorrente che dall'impresa ausiliaria.

5.2 - Contenuti della Busta "B" – Offerta Tecnica

La busta "B – Offerta tecnica" contiene, a pena di esclusione:

a) Definizione della strategia complessiva di comunicazione

Nell'articolazione della strategia proposta dovranno essere considerate le seguenti indicazioni:

- articolazione della strategia di comunicazione e descrizione della coerenza della stessa con gli obiettivi previsti a programma e con le singole attività;
- descrizione degli adattamenti proposti al concept creativo e al key-visual già sviluppati per la campagna in corso www.pureflourfromeurope.com: coerenza del concept di comunicazione con la strategia di comunicazione e con gli obiettivi del programma;
- declinazione del concept e del key visual strategico nei formati standard che saranno utilizzati;
- soluzioni tecniche e qualità dei prodotti.

L'articolazione della strategia proposta dovrà evidenziare sinteticamente la rispondenza della stessa agli obiettivi del Committente, le motivazioni delle scelte strategiche operate in funzione dei due mercati target nonché l'efficacia dei messaggi proposti.

b) Articolazione delle attività e output di Programma

Per ciascuna attività prevista nei pacchetti di lavoro così come riportati al successivo Punto 6 dovranno essere dettagliati gli interventi che si intendono porre in essere annualmente nei due mercati target per raggiungere gli obiettivi progettuali ed i relativi indicatori minimi di realizzazione (output), risultato e impatto così come riportati nella tabella riepilogativa di cui al Punto 6. Le attività ed i relativi interventi dovranno essere coerenti con la strategia proposta e con i gruppi bersaglio individuati e dovranno essere declinati in funzione dei punti sotto riportati:

- descrizione dettagliata delle singole attività;
- gruppo di lavoro proposto per la realizzazione delle singole attività;
- prodotti /servizi (output) che saranno forniti: descrizione e quantificazione.

c) Cronoprogramma riepilogativo delle attività

5.3 – Contenuto della Busta C - Offerta Economica

La Busta "C – Offerta Economica" contiene, a pena di esclusione, l'offerta economica che dovrà specificare i seguenti elementi:

- **Prezzo complessivo offerto** espresso in totale e per ciascuna annualità sia in cifre che in lettere, al lordo di IVA e/o di altre imposte e contributi di legge.
- **Per ciascuna attività riportata al Punto 6**, dovranno, inoltre, essere dettagliati, per singola annualità, all'interno di apposita tabella (vedi esempio di seguito riportato), i relativi costi al lordo di IVA e/o di altre imposte e contributi di legge nonché il compenso dell'organismo di esecuzione.

ESEMPIO

Pacchetto di lavoro N° 5 / Attività N° 5.1	STRUMENTI E MATERIALI DI COMUNICAZIONE		
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Dettaglio dei costi	N. ...immagini fotografiche € Brochure dematerializzata in formato digitale € Ebook e Audiolibro ricettario in formato pdf, epub e audio ...€ N. Shopper€ N° ... Media kit.... €		

	Ecc. Compenso organismo di esecuzione €		
Totale Pacchetto di lavoro N° 5 / Attività N° 5.1	€	€	€

Il costo totale annuale delle singole attività nonché il compenso totale annuale dell'organismo esecutore dovranno, inoltre, essere riportati, separatamente, in un apposito prospetto riassuntivo (vedi esempio di seguito riportato).

ATTIVITA'	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
COSTO TOTALE ATTIVITA'			
COMPENSO ORGANISMO DI ESECUZIONE			

Alla fine di questa tabella si dovranno riassumere il costo totale delle azioni (somma di tutte le attività proposte) ed il costo totale del compenso dell'organismo di esecuzione.

Nella preparazione dell'offerta economica ciascun offerente deve comunque tenere presente che, in conformità all'articolo 7, comma 1, lettera b) del decreto del Presidente della Repubblica 21 settembre 2001, n. 403, è necessario rispettare le seguenti percentuali del valore economico complessivo del servizio: a) compenso dell'organismo di esecuzione non oltre il 25%; b) realizzazione / produzione non meno del 75%.

6 – Attività previste dal Programma e da realizzare

Pacchetto di lavoro N° 2	RELAZIONI PUBBLICHE		
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, <i>food bloggers</i> e <i>food writers</i>, <i>chefs</i>, <i>foodies</i>, <i>influencers</i>, nutrizionisti), professionisti della distribuzione e del canale HoReCa e consumatori		
Attività N° 2.1	Attività permanenti di relazioni pubbliche e ufficio stampa		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	L'attività comprende: <ul style="list-style-type: none"> - la realizzazione e l'aggiornamento annuale di due mailing list di contatti utili di opinionisti (una per ciascun mercato target); - la predisposizione di un book contenuti dedicato alle farine e alle semole biologiche in formato digitale, in inglese; - la realizzazione di un press kit / anno in inglese, in formato digitale e adattato ai due mercati target; - la realizzazione e l'invio online di almeno 4 comunicati stampa / anno / Paese, in inglese; - la redazione e l'invio di 2 newsletter / anno / Paese in inglese ai contatti operativi registrati tramite brochure e ricettario; - la predisposizione di una rassegna annuale sugli articoli online / offline e post pubblicati contenente anche dati sugli utenti raggiunti. 		
Budget indicativo triennale	160.000 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi			

(output) che saranno forniti			
------------------------------	--	--	--

Pacchetto di lavoro N° 2	RELAZIONI PUBBLICHE		
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, <i>food bloggers</i> e <i>food writers</i>, <i>chefs</i>, <i>foodies</i>, <i>influencers</i>, nutrizionisti), professionisti della distribuzione e del canale HoReCa e consumatori		
Attività N° 2.2	Organizzazione di 5 “micro” eventi stampa		
Descrizione sintetica dell’attività e degli output richiesti	L’attività dovrà comprendere l’organizzazione di cinque “micro” eventi stampa: a New York (Anno 1), a Los Angeles e Toronto (Anno 2), a Dallas e Montreal (Anno 3). Ciascun evento dovrà essere finalizzato ad ospitare almeno 30 opinionisti e <i>influencers</i> e dovrà essere seguito da un buffet di benvenuto caratterizzato da un menù a base dei prodotti promossi. Il soggetto aggiudicatario dovrà assicurare la gestione completa di ogni evento e di tutti i relativi aspetti organizzativi: selezione delle location, sopralluoghi, verifica della presenza e del funzionamento delle attrezzature tecniche, allestimento, trasporto e distribuzione dei materiali promozionali, servizio fotografico e video, servizio di accoglienza, assistenza, attività di monitoraggio e promozione, rassegna articoli e post pubblicati e utenti raggiunti.		
Budget indicativo triennale	124.500 €		
Descrizione dettagliata dell’attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 2	RELAZIONI PUBBLICHE		
Gruppi destinatari dest	Opinionisti (giornalisti, <i>food bloggers</i> e <i>food writers</i>, <i>chefs</i>, <i>foodies</i>, <i>influencers</i>, nutrizionisti), professionisti della distribuzione e del canale HoReCa e consumatori		
Attività N° 2.3	Partenariati con <i>micro-influencers</i>		
Descrizione sintetica dell’attività e degli output richiesti	Questa attività consiste nel selezionare, nel corso di ciascuna annualità del programma e per ciascun mercato target, un gruppo mirato di 5 <i>micro-influencers</i> (<i>foodies</i> e <i>chefs</i> inclusi) da coinvolgere nell’inserimento dei prodotti promossi nelle loro attività online e offline. Con i 10 <i>micro-influencers</i> individuati saranno, inoltre, organizzati, sempre nel corso di ciascuna annualità, altrettanti <u>concorsi a premio / giveaway</u> destinati ai loro <i>followers</i> .		
Budget indicativo triennale	132.000 €		
Descrizione dettagliata dell’attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 3	PORTALE E SOCIAL MEDIA		
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, food bloggers e food writers, chefs, influencers, foodies, nutrizionisti), professionisti del settore “food”, consumatori		
Attività N° 3.1	Integrazione portale, aggiornamento, manutenzione e strategia SEO		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	<p>Questa attività comprende:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Acquisizione estensioni aggiuntive .us e .ca - Integrazione e aggiornamento del portale www.pureflourfromeurope.com - Predisposizione e pubblicazione di nuovi contenuti adatti sia agli specifici prodotti oggetto di promozione che ai due mercati target. - Realizzazione di 2 video ricette e di 2 video gaming interattivi / anno. - Realizzazione di 2 piattaforme di Content Management System. - Redazione di una strategia SEO. - Rapporto annuale sulle attività realizzate e sui risultati conseguiti (contenuti prodotti e pubblicati, visualizzazioni totali e utenti raggiunti). 		
Budget indicativo triennale	156.000 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 3	PORTALE E SOCIAL MEDIA		
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, food bloggers e food writers, chefs, influencers, foodies, nutrizionisti), professionisti del settore “food”, consumatori		
Attività N° 3.2	Attivazione, set-up degli account ufficiali su Facebook, Instagram e YouTube, produzione contenuti e community management		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	<p>L'attività comprende:</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'attivazione e la registrazione degli account ufficiali sui social media individuati per i due mercati target – Facebook, Instagram e YouTube, il set-up delle relative pagine, la gestione degli account e lo sviluppo dei follower; - la pianificazione, la produzione e la pubblicazione di contenuti secondo un piano editoriale definito su base mensile per ciascuna annualità del Programma e per ciascun mercato target; - un'attività di Real Time Marketing ed un'attività di community management finalizzata al costante monitoraggio delle pagine. <p>Per Facebook e Instagram è prevista, in media, la pubblicazione di 6 post organici / mese / social / Paese, per un totale di 72 pubblicazioni / social / anno / Paese.</p> <p>Durante ciascuna annualità del programma dovranno essere, inoltre, organizzate due “Pairing Sessions” (una per ciascun mercato target) tramite lo strumento delle dirette video Facebook.</p> <p>Su base annuale, infine, dovrà essere prodotto un rapporto sulle attività realizzate e sui risultati conseguiti (visualizzazioni dei contenuti pubblicati e utenti raggiunti).</p>		
Budget indicativo triennale	179.800 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			

	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 4	PUBBLICITA'		
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, food bloggers e food writers, chefs, influencers, foodies, nutrizionisti), professionisti del settore "food", consumatori		
Attività N° 4.1	Social Media Advertising		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	L'attività è finalizzata a sostenere la pubblicazione dei contenuti organici sui social media individuati. Relativamente a Facebook e Instagram, dovranno essere pianificati e pubblicati complessivamente 24 ads / anno / Paese. Per YouTube saranno creati, pianificati e pubblicati complessivamente 12 annunci brevi (5 secondi) / anno / Paese in pre-roll non skippabili. A conclusione di ciascuna annualità del programma dovrà essere redatto un report contenente i risultati raggiunti in termini di numero di <i>ads</i> pubblicati, numero di <i>impressions</i> , <i>views</i> e numero di utenti raggiunti.		
Budget indicativo triennale	206.000 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 4	PUBBLICITA'		
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, food bloggers e food writers, chefs, influencers, foodies, nutrizionisti), professionisti del settore "food", consumatori		
Attività N° 4.2	Pubblicità digitale		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	L'attività comprende: <ul style="list-style-type: none"> - Per i canali della distribuzione / HoReCa e per gli opinionisti, due pubblicazioni / anno / Paese nella versione digitale di riviste B2B. - Per i consumatori, 2 pubblicazioni / anno / Paese in altrettante versioni digitali di riviste B2C specializzate in food. - Report annuale sul numero di professionisti / opinionisti e di consumatori intercettati attraverso le pubblicazioni. 		
Budget indicativo triennale	108.000 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi			

(output) che saranno forniti			
------------------------------	--	--	--

Pacchetto di lavoro N° 5	STRUMENTI E MATERIALE DI COMUNICAZIONE		
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, food bloggers e food writers, chefs, influencers, foodies, nutrizionisti), professionisti del settore “food”, consumatori		
Attività N° 5.1	Strumenti e materiale di comunicazione		
Descrizione sintetica dell’attività e degli output richiesti	<p>L’attività dovrà comprendere la produzione dei seguenti strumenti e materiali:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 60 immagini fotografiche (30 dedicate al ricettario e 30 ad immagini relative a processi di produzione e still-life per portale e social media); - 30 ricette esclusive destinate ad accompagnare le relative immagini; - brochure dematerializzata a colori in formato digitale con ipertesti di approfondimento, video, materiale fotografico e sistema di autenticazione, da diffondere attraverso tag NFC e QRCode da applicare su gadget dedicato; - Ebook e Audiolibro ricettario in formato pdf, epub e audio contenente le 30 ricette (immagini e testi); - 9.000 shopper con visual della campagna; - 1.000 media kit (cartellina, block notes e greeting card); - 9.000 gadgets con tag NFC integrato e QRcode stampato; - 5 menù (30 copie/evento) e 5 backdrop (1 / evento) per “micro” eventi stampa; - 6 menù (20 copie / workshop) e 6 roll-up (1 / workshop) per workshops; - 23 programmi giornalieri con ricette (200 copie / soggetto) per le cooking sessions previste nell’ambito delle manifestazioni fieristiche; - 6 kit concorsi per promozioni POS (urna, roll-up e cartolina di partecipazione concorsi). - 58 scatole per confezioni regalo per vincitori concorsi. <p>Tutto il materiale dovrà essere realizzato in inglese.</p>		
Budget indicativo triennale	104.200 €		
Descrizione dettagliata dell’attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 6	EVENTI		
Gruppi destinatari	Professionisti del settore “food”.		
Attività N° 6.1	Workshops con professionisti del settore “food” (importatori, distributori, retailers, HoReCa e produttori di pasta e pane)		
Descrizione sintetica dell’attività e degli output richiesti	<p>L’attività comprende l’organizzazione di 6 workshops (a New York Anno 1, a Los Angeles, Chicago e Toronto Anno 2, a Dallas e Montreal Anno 3) aventi l’obiettivo di presentare la campagna e migliorare la conoscenza dei prodotti promossi tra i professionisti del settore “food” dei due mercati target.</p> <p>Ciascun workshop dovrà essere finalizzato ad ospitare almeno 20 importatori / distributori / retailers, HoReCa, produttori di pasta e pane e dovrà essere seguito da un buffet / degustazione di benvenuto caratterizzato da ricette a base dei prodotti promossi.</p> <p>Il soggetto aggiudicatario dovrà assicurare la gestione completa di ogni workshop e di tutti i relativi aspetti organizzativi: selezione delle location, sopralluoghi, verifica</p>		

	della presenza e del funzionamento delle attrezzature tecniche, allestimento, trasporto e distribuzione dei materiali promozionali, servizio di accoglienza.		
Budget indicativo triennale	88.800 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 6	EVENTI		
Gruppi destinatari	Professionisti del settore "food".		
Attività N° 6.2	Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	<p>Questa attività comprende la partecipazione, con uno stand di almeno 54 mq., alle edizioni 2023 e 2024 del Natural Products Expo West (Anaheim / California), alle edizioni 2022, 2023 e 2024 dell'International Bakery Expo (Las Vegas) nonché alle edizioni 2023 (Toronto) e 2024 (Montreal) di Sial Canada.</p> <p>Nell'ambito di ciascuna manifestazione dovranno essere organizzati alcuni programmi giornalieri di <i>cooking sessions</i> dedicati ai prodotti promossi.</p> <p>Durante ciascuna manifestazione fieristica dovrà, inoltre, essere realizzato un reportage foto / video.</p>		
Budget indicativo triennale	550.600 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 6	EVENTI		
Gruppi destinatari	Professionisti del settore "food".		
Attività N° 6.3	Educational Tour		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	<p>L'attività prevede l'organizzazione di un viaggio di approfondimento (nella seconda annualità del Programma) della durata di 5 giorni nelle località di produzione dei prodotti promossi. Il tour ospiterà 12 importatori / buyers della GDO / rappresentanti HoReCa e opinionisti / influencers (8 dagli USA e 4 dal Canada). Il programma dovrà comprendere visite alle aziende di produzione, incontri B2B, tasting sessions, workshops.</p>		
Budget indicativo triennale	69.500 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			

Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 7	Point-of-sales (POS) promotion		
Gruppi destinatari	Consumatori finali e retailers		
Attività N° 7.1	POS promotion		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	<p>L'attività comprende l'organizzazione di sei promozioni POS della durata di almeno quattro giorni (anno 1 a New York, anno 2 a Los Angeles, Chicago e Toronto, anno 3 a Dallas e Montreal) comprensiva di concorsi a premio / giveaways (con 4 premi / punto vendita sorteggiati a conclusione di ciascuna promozione).</p> <p>Il soggetto aggiudicatario dovrà assicurare la gestione completa di ogni promozione e di tutti i relativi aspetti organizzativi: sopralluoghi, set-up desk promozionale comprensivo di grafica, roll-up e urna – cfr. Pacchetto di lavoro 5 - trasporto e distribuzione dei materiali promozionali, servizio di accoglienza.</p> <p>Le promozioni POS ed i relativi concorsi a premio saranno sostenuti dalla pubblicazione di un ads nella versione digitale delle riviste InStore dei punti vendita coinvolti o, in assenza di riviste, da appositi post sui loro canali social.</p>		
Budget indicativo triennale	122.000 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 8	ALTRE ATTIVITA'		
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, food bloggers e food writers, chefs, influencers, foodies, nutrizionisti), professionisti del settore "food", consumatori		
Attività N° 8.1	Strategia di comunicazione, graphic design e visual identity		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	<p>Questa attività dovrà comprendere quanto di seguito riportato:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Articolazione della strategia di comunicazione e descrizione della coerenza della stessa con gli obiettivi previsti a programma e con le singole attività. - Descrizione degli adattamenti proposti al concept creativo e al key-visual già sviluppati per la campagna in corso www.pureflourfromeurope.com: coerenza del concept di comunicazione con la strategia di comunicazione e con gli obiettivi del programma. - Declinazione del concept e del key visual strategico nei formati standard che saranno utilizzati. 		
Budget indicativo triennale	18.000 €		
Descrizione dettagliata			

dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

**TABELLA RIEPILOGATIVA
INDICATORI DI REALIZZAZIONE (OUTPUT), RISULTATO E IMPATTO PER I DUE MERCATI
TARGET**

Indicatori di realizzazione e di risultato		
WP	Indicatori di realizzazione	Indicatori di risultato
Pacchetto di lavoro 2	2 mailing list e aggiornamenti 24 comunicati stampa 12 newsletter digitali 5 "micro" eventi stampa 5 trasmissioni live su Facebook, Instagram e YouTube 30 concorsi/partenariati attivati con micro-influencers	840 articoli / post pubblicati 1.200 opinionisti intercettati tramite comunicati stampa e newsletter digitali 30 micro-influencers raggiunti 600 contenuti generati 300 opinionisti raggiunti dall'invito agli eventi stampa 150 opinionisti partecipanti agli eventi stampa 1.800.000 consumatori intercettati tramite articoli e post pubblicati e contenuti generati
Pacchetto di lavoro 3	Acquisto, manutenzione e gestione 2 estensioni aggiuntive .us e .ca 6 accounts social media attivati e gestiti 864 (144/ anno/Paese) contenuti prodotti e pubblicati 6 dirette Facebook per pairing sessions	180.000 visualizzazioni del sito (views / utenti intercettati) 1.200.000 visualizzazioni (views / impressions / interactions) dei contenuti pubblicati sui social media
Pacchetto di lavoro 4	144 Ads pubblicati FB / IG 72 Bumper ads YouTube 12 pubblicazioni nelle versioni digitali di riviste specializzate in food B2B 12 pubblicazioni nelle versioni digitali di riviste specializzate in food B2C	1.800.000 impressions / utenti intercettati 45.000 YouTube views 600.000 professionisti del settore "food" intercettati dalle pubblicazioni nelle riviste digitali B2B 1.200.000 consumatori intercettati dalle pubblicazioni nelle riviste digitali B2C
Pacchetto di lavoro 5	60 immagini fotografiche 9.000 brochure NFC 9.000 ricettari 9.000 shopper 1.000 media kit (cartellina, block notes e <i>greeting card</i>) 9.000 gadgets 23 programmi cooking sessions (200 copie / soggetto) 5 menù per "micro" eventi stampa e 5 backdrop 6 menù e 6 roll-up per workshops 6 kit concorso per promozioni POS 58 scatole per confezioni regalo	Attività trasversale a tutta l'Azione e per la quale non sono previsti indicatori di risultato.

Pacchetto di lavoro 6	6 workshops 7 stand personalizzati di 54 mq 1 Educational Tour	240 professionisti del settore “food” intercettati tramite invito ai workshops 120 professionisti del settore “food” partecipanti ai workshops 8.000 professionisti della distribuzione / canale HoReCa / industria intercettati tramite stand, cooking sessions e materiale promozionale 80 professionisti del settore “food” e opinionisti raggiunti dall’invito all’educational tour 12 professionisti del settore “food” e opinionisti partecipanti al tour
Pacchetto di lavoro 7	6 Promozioni POS inclusive di concorsi a premi 6 Ads o post nei canali InStore dei punti vendita coinvolti	120.000 Consumatori intercettati dalla promozione e dalle pubblicazioni InStore 1.000 consumatori raggiunti dai questionari
Pacchetto di lavoro 8	1 Campagna di comunicazione 1 Visual identity 1 Visual identity book	Attività trasversale a tutta l’Azione e per la quale non sono previsti indicatori di risultato.
Indicatori di impatto		
Descrizione dell’indicatore di impatto	Scenario di riferimento	Fine del programma
Numero di opinionisti effettivamente raggiunti/ conoscenza aumentata tramite le attività comprese nel Pacchetto di lavoro 2	1.530 opinionisti intercettati tramite comunicati stampa, newsletter digitali, inviti a eventi stampa e partenariati attivati	612
Numero di consumatori effettivamente raggiunti/ conoscenza tramite articoli e post pubblicati, contenuti generati – cfr. Pacchetto di lavoro 2	1.800.000	360.000
Numero di consumatori entrati in contatto con il portale e con i social media effettivamente raggiunti/ conoscenza aumentata – cfr. Pacchetto di lavoro 3	1.380.000	276.000
Numero di consumatori esposti alla pubblicità social media e riviste B2C effettivamente raggiunti/conoscenza aumentata – cfr. Pacchetto di lavoro 4	1.200.000	240.000
Numero di professionisti distribuzione/HoReCa intercettati dalle pagine pubblicate su riviste B2B effettivamente raggiunti/conoscenza aumentata – cfr. Pacchetto di lavoro 4	600.000	150.000
Numero di professionisti del settore “food” intercettati attraverso workshops, edizioni della manifestazione fieristica e educational tour effettivamente raggiunti/conoscenza aumentata – cfr. Pacchetto di lavoro 6	8.320	2.080
Numero di consumatori intercettati dalle Promozioni POS e dalle pubblicazioni InStore effettivamente raggiunti/conoscenza aumentata – cfr. Pacchetto di lavoro 7	120.000	24.000

Obiettivo 1 Aumento dell'export italiano di farina di frumento e semole biologiche negli USA e in Canada	1.346.000 € (dato 2020)	5.738.000 €
Obiettivo 2 Aumento del 20% della conoscenza / riconoscimento dei consumatori statunitensi e canadesi delle caratteristiche delle farine e delle semole biologiche europee	16.507.483 consumatori nella fascia d'età 25-64 anni (9.432.633 in USA e 7.074.850 in Canada)	3.301.497 consumatori raggiunti e influenzati dai messaggi della campagna (20% di 16.507.483)

7 – Criteri di aggiudicazione

Gli aspetti qualitativi del servizio e dell'offerta economica saranno considerati congiuntamente. L'aggiudicazione dell'appalto avverrà, infatti, nel rispetto del principio del **migliore rapporto qualità – prezzo. I 100 punti complessivi** saranno, pertanto, valutati nelle seguenti proporzioni:

QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA: MASSIMO 80 PUNTI

CONGRUITA' DELL'OFFERTA ECONOMICA: MASSIMO 20 PUNTI

TOTALE PUNTEGGIO ATTRIBUIBILE: MASSIMO 100 PUNTI

La Commissione giudicatrice procederà alla valutazione degli **elementi di natura qualitativa dell'Offerta Tecnica** sulla base degli elementi di valutazione indicati nella tabella sotto riportata:

ELEMENTO DI VALUTAZIONE	CRITERIO MOTIVAZIONALE	PUNTEGGIO MASSIMO
STRATEGIA COMPLESSIVA MAX 12 PUNTI	Adeguatezza della strategia proposta in termini di coerenza con gli obiettivi previsti a programma. Coerenza tra la strategia complessiva progettuale e le singole attività proposte.	12 di cui: 12 = valutazione ottima 9 = valutazione buona 6 = valutazione sufficiente 3 = valutazione scarsa
PROPOSTA E DECLINAZIONE CONCEPT DI COMUNICAZIONE – SOLUZIONI TECNICHE – QUALITA' DEI PRODOTTI MAX 18 PUNTI	Adeguatezza ed efficacia degli adattamenti proposti al concept creativo e al key-visual.	4 di cui: 4 = valutazione ottima 3 = valutazione buona 2 = valutazione sufficiente 1 = valutazione scarsa
	Coerenza della proposta grafica e del concept di comunicazione con gli obiettivi fissati nel programma.	4 di cui: 4 = valutazione ottima 3 = valutazione buona 2 = valutazione sufficiente 1 = valutazione scarsa
	Declinazione del concept e del key visual strategico nei formati standard che saranno utilizzati. Soluzioni tecniche e qualità dei prodotti.	10 di cui: 10 = valutazione ottima 7 = valutazione buona 4 = valutazione sufficiente 1 = valutazione scarsa
APPROCCIO METODOLOGICO E	Completezza nella descrizione delle singole attività e relativa coerenza con la strategia	20 di cui: 20 = valutazione ottima 15 = valutazione buona

ARTICOLAZIONE DELLE ATTIVITA' MAX 50 PUNTI	proposta, con i gruppi bersaglio e con gli indicatori di risultato	10 = valutazione sufficiente 5 = valutazione scarsa
	Qualità del Gruppo di lavoro proposto per le singole attività in termini di competenze e qualità dei profili professionali indicati nell'offerta tecnica. Esperienza in gestione ed organizzazione di servizi e attività di informazione, comunicazione e promozione analoghi a quelli richiesti dal bando di gara. Contatti operativi già in essere nei due mercati target.	18 di cui: 18 = valutazione ottima 12 = valutazione buona 6 = valutazione sufficiente 2 = valutazione scarsa
	Qualità e completezza degli output che saranno forniti (descrizione e quantificazione) e loro coerenza con gli indicatori di risultato	12 di cui: 12 = valutazione ottima 8 = valutazione buona 6 = valutazione sufficiente 2 = valutazione scarsa

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

ELEMENTO DI VALUTAZIONE	CRITERIO MOTIVAZIONALE	PUNTEGGIO MASSIMO
ANALISI ECONOMICA E COMPENSO MAX 20 PUNTI	Valutazione della congruità del costo proposto per la realizzazione di ogni attività in relazione ai prodotti / servizi proposti e alle tariffe di mercato	15 di cui: 15 = valutazione ottima 10 = valutazione buona 5 = valutazione sufficiente 1 = valutazione scarsa
	Valutazione della congruità del compenso dell'organismo di esecuzione	5 di cui: 5 = valutazione ottima 4 = valutazione buona 3 = valutazione sufficiente 1 = valutazione scarsa

8 – Svolgimento operazioni di gara e Commissione giudicatrice

La Commissione giudicatrice verrà nominata ad hoc dopo la scadenza del termine per la presentazione delle offerte e sarà costituita da un numero dispari pari a n. 5 membri di cui due soggetti interni di ITALMOPA e tre componenti indipendenti con comprovata esperienza in: a) appalti pubblici; b) programmazione e coordinamento di progetti di promozione ed internazionalizzazione; c) marketing e strategie di comunicazione.

La Commissione si riunirà, presso la sede di ITALMOPA in data **14 gennaio 2022** alle ore 11.00 al fine di espletare le procedure di selezione. L'apertura del contenuto delle Buste A – contenenti la documentazione amministrativa degli operatori economici partecipanti alla Gara, al fine della loro ammissione alla gara stessa – verrà realizzata in sessione pubblica attraverso piattaforma telematica. A tale sessione potrà assistere il rappresentante legale di ogni soggetto economico partecipante, presentando un documento di riconoscimento o un suo incaricato munito di delega. Successivamente si procederà, in sessione privata, alla valutazione delle Offerte tecniche (Busta B) e delle Offerte economiche (Busta C).

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

All'esito delle operazioni di cui sopra, la Commissione redige la graduatoria e procederà con l'aggiudicazione.

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

Sarà data tempestiva comunicazione a tutti i partecipanti sull'esito della Gara di Selezione a mezzo PEC.

I risultati saranno anche pubblicati sul sito di ITALMOPA - www.italmopa.com entro il 18 gennaio 2022.

Inoltre, si procederà con la pubblicazione tempestiva degli esiti sul portale TED, versione online del supplemento alla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea, dedicato agli appalti pubblici europei.

9 – Oneri a carico dell'Aggiudicatario

Sono a carico dell'Aggiudicatario:

- svolgimento dei Servizi oggetto dell'appalto, in accordo e collaborazione con il Project Leader del Committente;
- accettazione integrale e incondizionata del contenuto del presente Capitolato;
- osservanza di ogni indicazione contenuta nel presente Capitolato, anche se non specificatamente richiamata nel presente articolo, nel Contratto per l'attuazione del programma che verrà concluso tra l'Organismo proponente e lo Stato Membro, in norme e regolamenti in vigore a livello europeo e nazionale, nonché in quelle che venissero eventualmente emanate nel corso del periodo contrattuale.

10 – Modifiche del contratto – variazioni quantitative e qualitative dei servizi - risoluzione unilaterale del contratto

Il Committente, qualora sorgessero improvvise e particolari necessità, si riserva il diritto di apportare al contratto variazioni quantitative in più o meno entro i limiti del quinto dell'importo del contratto nel rispetto degli obblighi contrattuali. Il Committente si riserva, inoltre, di risolvere, per ragioni non imputabili all'aggiudicatario, il contratto in tutto od in parte riconoscendo all'aggiudicatario una indennità a termini di legge sulla parte di contratto non eseguita. Qualora venissero richiesti interventi straordinari non contemplati nel presente capitolato, le condizioni relative saranno di volta in volta concordate fra il Committente e l'Aggiudicatario. Il Committente ha, altresì, diritto di controllare e verificare la buona esecuzione del servizio con ausilio di incaricati scelti a sua discrezione. Nel caso in cui dovesse riscontrare gravi difformità nell'esecuzione delle attività affidate, avrà diritto alla risoluzione unilaterale del contratto.

11 – Rapporti tra l'aggiudicatario e il Committente

L'aggiudicatario deve individuare un referente tecnico ed un referente amministrativo responsabili del servizio che avranno l'obbligo di collaborare strettamente con il Project Leader del Committente al fine di gestire il monitoraggio tecnico / amministrativo / finanziario del programma.

12 – Inadempienze

Qualora il Committente dovesse riscontrare difformità delle azioni rispetto a quanto previsto dal Programma, dal presente bando o dall'offerta proposta nell'ambito della presente gara, lo stesso avrà diritto ad indirizzare via PEC all'Organismo di esecuzione una contestazione formale, in forma scritta. L'Organismo di esecuzione dovrà rispondere alla contestazione entro sette giorni lavorativi decorrenti dalla ricezione della contestazione. ha facoltà di contestare i servizi resi non rispondenti in tutto o in parte alle prescrizioni del capitolato o dell'offerta proposta in gara.

13 – Decadenza e revoca dell'appalto

L'Aggiudicatario potrà essere dichiarato decaduto dall'appalto nei seguenti casi:

- per mancato assolvimento degli obblighi contrattuali o di legge in materia di stipendi e compensi a favore del proprio personale e dei propri collaboratori;
- 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.

14 – Spese contrattuali

Le spese di bollo, stipulazione, registrazione ed ogni altra spesa accessoria inerente il contratto di appalto sono a carico per il 50% dell'Aggiudicatario e per il restante 50% del Committente.

15 – Contenzioso

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

16 - 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 dai suoi dipendenti e collaboratori nell'ambito o in esecuzione del presente servizio, rimarranno di titolarità esclusiva del Committente 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. 633/1941 "Protezione del diritto d'autore o di altri diritti concessi al suo esercizio" così come modificata ed integrata dalla L. n. 248/2000, 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 al Committente 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 del Committente in eventuali registri o elenchi pubblici. L'Aggiudicatario si impegna, inoltre, a rispettare la vigente normativa in materia di trattamento delle banche dati.

17 – Trattamento dei dati personali di terzi e riservatezza

L'Aggiudicatario, durante l'esecuzione del contratto, si impegna a rispettare tutte le disposizioni contenute dalla normativa nazionale ed europea ivi comprese le disposizioni di cui al Dlgs 196/2003 e quelle previste dal Reg. (UE) 679/2016 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 (c.d. GDPR) e a garantire che le informazioni personali, patrimoniali, statistiche, anagrafiche e/o di qualsiasi altro genere, di cui verrà a conoscenza in ragione dei servizi affidati, saranno trattati con modalità adeguate e secondo procedure trasparenti. L'Aggiudicatario, durante e dopo l'esecuzione del contratto, si impegna a non fare uso diretto o indiretto delle informazioni di cui è venuto a conoscenza in ragione dei servizi affidati per ottenere vantaggi o altre utilità per sé o per soggetti terzi. In particolare, l'Aggiudicatario si deve impegnare a mantenere la massima riservatezza su tutte le informazioni, dati e circostanze riguardanti l'Organismo proponente, anche successivamente alla conclusione del servizio.

18 – Informativa sul trattamento dei dati personali

In ossequio alle disposizioni di cui al Dlgs 196/2003 e quelle previste dal Reg. (UE) 679/2016 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 (c.d. GDPR), l'Organismo proponente utilizzerà i dati raccolti contenuti nelle offerte al solo fine di procedere alla selezione dell'Organismo di esecuzione. I dati raccolti potranno essere utilizzati per l'adempimento di obblighi di legge, ivi compresi i controlli previsti dal Reg. (UE) 1144/2014 e dai Decreti direttoriali del 6 maggio 2021 n. 208929 e del 6 dicembre 2021 n. 0639624 - Dipartimento delle politiche competitive della qualità agroalimentare, della pesca e dell'ippica - DG promozione della qualità agroalimentare e dell'ippica, recante "Linee guida per la procedura di selezione degli organismi di esecuzione per i programmi semplici" in relazione agli inviti del 28 gennaio 2021 n. 2021/C31/06 per i programmi semplici.

I diritti dell'interessato sono fissati all'art 13 del Dlgs 196/2003 e possono essere esercitati ai sensi e per gli effetti del GDPR (Cfr artt 15 e 22).

L'Organismo proponente dichiara che in ordine al procedimento instaurato per la procedura di selezione:

- Le finalità del trattamento dei dati riguardano la verifica della capacità dei concorrenti di partecipare e aggiudicarsi la gara in oggetto.
- I dati forniti saranno raccolti, registrati, organizzati e conservati per il tempo strettamente necessario e per le finalità di gestione della gara; saranno trattati sia mediante supporti cartacei sia mediante tecnologie informatiche, anche successivamente all'eventuale instaurazione del rapporto contrattuale per le finalità del rapporto medesimo.
- La mancata indicazione dei dati richiesti obbligatoriamente comporta l'esclusione dalla presente gara.
- I dati potranno essere comunicati a: 1. Personale dell'Organismo proponente; 2. Componenti Commissione giudicatrice; 3. Commissione di verifica individuata dal MIPAAF; 4. Concorrenti che partecipano alla seduta pubblica di gara; 5. Tutti gli altri soggetti individuati come meritevoli o interessati ai sensi della normativa italiana e in particolare della Legge sul procedimento amministrativo n. 241/90.

- Soggetto attivo della raccolta dati è l'Organismo proponente e il responsabile del trattamento è il Legale Rappresentante.

- L'interessato può esercitare i diritti previsti dal Dlgs 196/2003 e dal GDPR artt 15 e 22.

Titolare del trattamento dei dati: Tullio Pandolfi.

Esercizio dei diritti: per ogni ulteriore informazione in materia di trattamento dei dati personali è possibile scrivere all'indirizzo italmopa@italmopa.com

19 – Conflitto di interessi

Ai sensi e per gli effetti del Decreto dipartimentale del MIPAAF – Dipartimento delle politiche competitive della qualità agroalimentare, della pesca e dell'ippica DG per la promozione della qualità agroalimentare e dell'ippica n. 0029174 del 30 giugno 2020; dei Decreti direttoriali del 6 maggio 2021 n. 208929 e del 6 dicembre 2021 n. 0639624 - Dipartimento delle politiche competitive della qualità agroalimentare, della pesca e dell'ippica - DG promozione della qualità agroalimentare e dell'ippica, recante “Linee guida per la procedura di selezione degli organismi di esecuzione per i programmi semplici” in relazione agli inviti del 28 gennaio 2021 n. 2021/C31/06 per i programmi semplici; del Reg (UE) 1144/2014 Reg UE 1829/2015 - delegato; del Reg UE 1831/2015 - di esecuzione; della Nota Commissione Europea DDG1 B5/MJ/DBD (2016) 321077 del 7 luglio 2016 - Orientamenti sulla procedura di gara; della Comunicazione della Commissione Europea (2006/C 179/02) paragrafo 2.1.2; l'Organismo proponente, nello svolgimento della presente procedura di selezione, adotta tutte le misure idonee a prevenire, individuare e porre rimedio in modo efficace a conflitti di interesse che siano in grado di determinare una distorsione della concorrenza e garantire la parità di trattamento di tutti gli operatori economici.

20 – Responsabile Unico del Procedimento

Responsabile unico del procedimento è Piero Luigi Pianu.