

Sommario

BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI NEI PAESI INTERNI DENOMINATO "European products, the quality supply chain" – ACRONIMO "EUQUAS" - INVITO A PRESENTARE PROPOSTE N. (2019/C 18/04) DEL 15.01.2019	3
CAPITOLATO TECNICO	3
1. INFORMAZIONI PRELIMINARI	3
2. NORMATIVA E DOCUMENTAZIONE DI RIFERIMENTO	3
3. INFORMAZIONI PRINCIPALI	4
3.1 PRODOTTI OGGETTO DI PROMOZIONE	4
3.2 ORGANISMO PROPONENTE	4
3.3 PAESI TARGET	4
3.4 OBIETTIVI GENERALI DEL PROGRAMMA	4
3.5 OBIETTIVI SPECIFICI DEL PROGRAMMA	4
3.6 TEMATICHE DA TRATTARE	5
3.7 GRUPPI TARGET	5
3.8 ATTIVITÀ DA REALIZZARE	5
3.9 DURATA DEL PROGRAMMA	5
3.10 BUDGET TOTALE	5
3.11 BUDGET COSTI AZIONI COMPRENSIVI DEL FEE ORGANISMO ESECUTORE PER IL QUALE VIENE INDETTO IL BANDO DI GARA	5
3.12 INIZIO DELLE ATTIVITÀ	5
3.13 SUDDIVISIONE IN LOTTI	5
4. OGGETTO DELL'APPALTO	5
4.1 DESCRIZIONE GENERALE DEL SERVIZIO	5
4.2 MODALITÀ DI ESECUZIONE	6
4.3 GRUPPO DI LAVORO	6
4.4 DURATA DEL SERVIZIO	6
4.6 TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ E INIZIATIVE DA REALIZZARE	7
5. PROCEDURA DI SCELTA DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE DEL PROGRAMMA	12
5.1 REQUISITI PER LA PARTECIPAZIONE ALLA GARA	12
5.2 CRITERI DI AGGIUDICAZIONE	13
6. TERMINI DI PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA	15
7. MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA	15
A) BUSTA A - DOCUMENTAZIONE AMMINISTRATIVA, che dovrà contenere:	15

B) BUSTA B - OFFERTA TECNICA, che dovrà contenere:	15
C) BUSTA C - OFFERTA ECONOMICA, che dovrà contenere:	16
8. SVOLGIMENTO OPERAZIONI DI GARA E COMMISSIONE GIUDICATRICE	17

BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI NEI PAESI INTERNI DENOMINATO "European products, the quality supply chain" – ACRONIMO "EUQUAS" - INVITO A PRESENTARE PROPOSTE N. (2019/C 18/04) DEL 15.01.2019

CAPITOLATO TECNICO

1. INFORMAZIONI PRELIMINARI

Apo Conerpo ScA con sede legale in Via Tosarelli 155 40055 Castenaso (BO), P.IVA 01788291209, tel +39 051 781837, e.mail info@apoconerpo.com, PEC Apoconerpo@legalmail.it in qualità di organismo proponente del Programma triennale "European products, the quality supply chain" – ACRONIMO "EUQUAS", programma di informazione e promozione presentato alla Commissione Europea ai sensi dei Regg. 1144/2014, 1829/2015 e 1831/2015, in seguito all'Invito a Presentare Proposte 2019 Programmi Semplici pubblicato nella Gazzetta ufficiale dell'Unione europea 15.1.2019 n. (2019/C 18/04), e approvato con Decisione della Commissione Europea C(2019) 7432 del 21.10.2019;

ai sensi dei regolamenti suddetti e dell'"Invito a presentare proposte - Programmi semplici - Azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi", in conformità all'articolo 13 del Reg. (UE) n.1144/2014 e dell'art. 2 commi 1 e 2 del Reg. (UE) n.1829/2015, nonché alle indicazioni fornite con gli Orientamenti sulla procedura di gara di cui alla nota della Commissione europea DDG1.B5/MJ/DB D(2016)321077 del 7 luglio 2016 ed in conformità al DG PQAI - PQAI 05 - Prot. Uscita N.0014513 del 01/03/2019 relativo alla procedura di selezione degli organismi di esecuzione per i programmi semplici,

INDICE

un **bando di gara per la selezione, mediante Procedura Competitiva Aperta, di un organismo di esecuzione** incaricato della realizzazione delle azioni rivolte al raggiungimento degli obiettivi previsti nell'ambito del Programma triennale "European products, the quality supply chain" – ACRONIMO "EUQUAS", che si svolgerà nei seguenti Paesi: Italia, Austria e Danimarca e che riguarderà i seguenti prodotti: albicocche, castagne e marroni, ciliegie, fragole, kaki, kiwi, mele, nettarine, percoche, pere, pesche, susine, uva da tavola, arance, clementine, limoni, aglio, asparago, carota, cavoli, cicoria, cipolla, cocomero, fagiolino, finocchio, insalata, melanzana, melone, patate, peperone, pomodoro, sedano, zucca, zucchini.

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

2. NORMATIVA E DOCUMENTAZIONE DI RIFERIMENTO

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

- regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 22 ottobre 2014, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi e che abroga il regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio;

- regolamento delegato (UE) 2015/1829 della Commissione, del 23 aprile 2015, che integra il regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi;
- regolamento di esecuzione (UE) 2015/1831 della Commissione, del 7 ottobre 2015, recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi.
- Orientamenti sulla procedura di gara di cui alla nota della Commissione europea DDG1.B5/MJ/DB D(2016)321077 del 7 luglio 2016;
- DG PQAI - PQAI 05 - Prot. Uscita N.0014513 del 01/03/2019 relativo alla procedura di selezione degli organismi di esecuzione per i programmi semplici.

3. INFORMAZIONI PRINCIPALI

3.1 PRODOTTI OGGETTO DI PROMOZIONE

Ortaggi e frutta (TFUE, Allegato I, Capitolo 7 e Capitolo 8), in particolare: albicocche, castagne e marroni, ciliegie, fragole, kaki, kiwi, mele, nettarine, percoche, pere, pesche, susine, uva da tavola, arance, clementine, limoni, aglio, asparago, carota, cavoli, cicoria, cipolla, cocomero, fagiolino, finocchio, insalata, melanzana, melone, patate, peperone, pomodoro, sedano, zucca, zucchini.

3.2 ORGANISMO PROPONENTE

Apo Conerpo, Società Cooperativa Agricola

3.3 PAESI TARGET

Italia, Austria, Danimarca.

3.4 OBIETTIVI GENERALI DEL PROGRAMMA

In linea con gli obiettivi strategici fissati dalla Commissione nell'ambito del Regolamento (UE) 1144/2014 e con il Work Programme 2019 per quanto concerne il topic 2 - *INFORMATION PROVISION AND PROMOTION PROGRAMS AIMING AT HIGHLIGHTING THE SPECIFIC FEATURES OF AGRICULTURAL METHODS IN THE UNION AND THE CHARACTERISTICS OF EU AGRICULTURAL AND FOOD PRODUCTS* - l'azione "European products, the quality supply chain" si propone di

- rafforzare la competitività del settore agricolo dell'Unione,
- migliorando il grado di conoscenza dei meriti dei prodotti agricoli dell'Unione e degli elevati standard applicabili ai metodi di produzione nell'Unione
- aumentando la competitività e il consumo dei prodotti agricoli e di determinati prodotti alimentari dell'Unione ottimizzandone l'immagine.

L'impatto finale atteso è quello di mettere in evidenza nei tre paesi target le specificità dei metodi di produzione agricola nell'Unione e le caratteristiche dei prodotti agroalimentari in particolare sul piano della sicurezza degli alimenti, della tracciabilità, dell'autenticità, dell'etichettatura, degli aspetti nutrizionali e sanitari, del rispetto dell'ambiente e della sostenibilità.

3.5 OBIETTIVI SPECIFICI DEL PROGRAMMA

Alla fine dell'azione della durata di 36 mesi si stima di aumentare il grado di conoscenza dei meriti dei prodotti ortofrutticoli dell'Unione da parte dei consumatori europei e ottimizzare l'immagine percepita dei prodotti ortofrutticoli promossi in n. 10.500.000, pari al 26% dei responsabili d'acquisto (25/64 anni) sui tre paesi target. Tale numero esprime di fatto l'indicatore di impatto dell'azione.

3.6 TEMATICHE DA TRATTARE

Il messaggio principale diffuso è il messaggio dell'Unione e illustrerà come i metodi di produzione agricola nell'Unione offrano maggiori garanzie ai consumatori a livello di tracciabilità e di sicurezza alimentare ma anche di rispetto dell'ambiente e sostenibilità. Inoltre l'azione mira a valorizzare e promuovere la consapevolezza della posizione strategica occupata dalle OP europee nella filiera degli ortofruttili, in sinergia e consolidamento dell'attuale missione della proponente Apo Conerpo e dei produttori che questa rappresenta.

3.7 GRUPPI TARGET

1. operatori del settore agroalimentare e opinion leader (gruppo funzionale):
 - a. operatori trade: importatori, distributori, retailers;
 - b. operatori media: stampa di settore, food&beverage, cucina, benessere, alimentazione, social media/web influencer;
2. consumatori responsabili d'acquisto (gruppo principale): uomini e donne adulti situati in una fascia di reddito ed estrazione sociale media, di età compresa fra i 25 ed i 64 anni.

3.8 ATTIVITÀ DA REALIZZARE

Relazioni pubbliche (ufficio stampa ed eventi stampa), Sito web, Social Media, Pubblicità (stampa e online), Stumenti di comunicazione (materiali e video promozionali), Seminari workshop incontri BtoB, Viaggi studio in Europa, Promozioni nei punti vendita.

3.9 DURATA DEL PROGRAMMA

36 mesi (suddiviso in 3 fasi annuali)

3.10 BUDGET TOTALE

€ 2.456.174,98

3.11 BUDGET COSTI AZIONI COMPRESIVI DEL FEE ORGANISMO ESECUTORE PER IL QUALE VIENE INDETTO IL BANDO DI GARA

€ 2.223.690,25 così suddivisi:

€ 732.459,75 per il 1° anno, € 739.617,75 per il 2° anno, € 751.612,75 per il 3° anno.

Si precisa che i soggetti interessati a partecipare al presente bando di gara dovranno presentare un'offerta prendendo in considerazione il budget dei costi di € 2.223.690,25 comprensivo del compenso dell'organismo di esecuzione.

3.12 INIZIO DELLE ATTIVITÀ

Orientativamente **gennaio 2020**

3.13 SUDDIVISIONE IN LOTTI

IL programma **non è suddiviso in lotti.**

4. OGGETTO DELL'APPALTO

4.1 DESCRIZIONE GENERALE DEL SERVIZIO

Il servizio consiste nell'esecuzione del Programma.

L'organismo di esecuzione dovrà quindi assicurare:

- lo sviluppo e lo svolgimento del programma di durata triennale, a partire dalla sottoscrizione del contratto;

- la realizzazione delle attività informative e promozionali indicate successivamente tenendo conto delle informazioni riportate nel presente capitolato.

Lo sviluppo e l'esecuzione del Programma deve svolgersi in maniera coerente rispetto agli obiettivi e alle tematiche da trattare, tenendo in considerazione le Priorità e gli obiettivi del Reg. UE 1144/2104, assicurando una chiara riconoscibilità al Programma e ai relativi soggetti promotori. Il servizio deve essere caratterizzato da un supporto tecnico e operativo qualificato.

4.2 MODALITÀ DI ESECUZIONE

L'organismo di esecuzione deve costituire e disporre per la durata del contratto, di un **Gruppo di lavoro**, nel rispetto dei requisiti di partecipazione, che è incaricato di gestire e attuare il Programma.

Tutte le attività del Gruppo di lavoro devono essere concordate e condivise con l'organismo proponente. È previsto che uno o più componenti del Gruppo di lavoro siano disponibili per riunioni di monitoraggio mensili, per dare supporto operativo alle attività del piano che necessitano di essere svolte in stretto coordinamento con la struttura di riferimento; le decisioni ed i temi trattati in tali riunioni dovranno risultare da appositi verbali redatti dall'organismo proponente e messi a conoscenza via mail all'organismo esecutore.

Il coordinamento delle attività e lo scambio di informazioni con l'organismo proponente possono avvenire mediante modalità differenti e articolate: contatti telefonici, riunioni, videochiamate, corrispondenza via e-mail, condivisione e scambio di materiali e documenti attraverso i sistemi di condivisione online. In ogni caso qualsiasi variazione nei piani di esecuzione rispetto a quanto precedentemente concordato dovrà essere previamente autorizzata dall'organismo proponente mediante atto scritto.

4.3 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 variazioni e/o imprevisti che potranno determinarsi nel corso dello svolgimento del Programma.

L'organismo di esecuzione si impegna:

a. ad adibire al servizio personale e/o collaboratori idonei, di comprovata 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;

b. a garantire la stabilità e la continuità del servizio in ogni circostanza, assicurando personale quantitativamente e qualitativamente adeguato alle necessità e nel rispetto dei contenuti dell'offerta tecnica;

c. a rispettare, nei confronti del proprio personale, i contratti di lavoro relativi al trattamento salariale, normativo, previdenziale ed assicurativo.

d. a dare esecuzione al programma nei modi e tempi previsti anche dalla Convenzione di Sovvenzione.

4.4 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 dall'aggiudicazione e 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.

4.6 TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ E INIZIATIVE DA REALIZZARE

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

Pacchetto di lavoro	2. Relazioni pubbliche		
Gruppo o gruppi di destinatari	<i>Operatori media e trade</i>		
Attività	ATTIVITA' PERMANENTI DI PUBBLICHE RELAZIONI		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	<i>Realizzazione: ogni anno 6 comunicati stampa in tre lingue (IT/A/DK). Risultato: 54 articoli pubblicati all'anno.</i>		
Subtotale per l'attività 2	€ 29.900,00	€ 29.900,00	€ 29.900,00

Pacchetto di lavoro	2. Relazioni pubbliche		
Gruppo o gruppi di destinatari	<i>Operatori media e trade</i>		
Attività	Eventi stampa		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	<i>Realizzazione: 1 evento stampa (paese Italia). Risultato: 15 articoli pubblicati.</i>	<i>Realizzazione: 1 evento stampa (paese Austria). Risultato: 15 articoli pubblicati.</i>	<i>Realizzazione: 1 evento stampa (paese Danimarca). Risultato: 15 articoli pubblicati.</i>
Subtotale per l'attività 2	€ 19.850,00	€ 23.550,00	€ 23.550,00

Pacchetto di lavoro	3. Sito web, media sociali		
Gruppo o gruppi di destinatari	<i>Consumatori (target principale); operatori (target secondario)</i>		
Attività	SITO WEB		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	<i>Realizzazione: Sito web multilingu. Risultato: 10.000 visitatori.</i>	<i>Realizzazione: aggiornamento contenuti e seo sito web multilingue. Risultato: 13.000 visitatori.</i>	<i>Realizzazione: aggiornamento contenuti e seo sito web multilingue. Risultato: 17.000 visitatori.</i>
Subtotale per l'attività 3	€ 19.000,00	€ 9.800,00	€ 9.800,00

Pacchetto di lavoro	3. Sito web, media sociali		
Gruppo o gruppi di destinatari	<i>Consumatori (target principale); operatori (target secondario)</i>		
Attività	SOCIAL MEDIA		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	<i>Realizzazione: gestione annuale pagina Facebook multilingue. Risultato: 4500 like</i>	<i>Realizzazione: gestione annuale pagina Facebook multilingue. Risultato: 5000 like</i>	<i>Realizzazione: gestione annuale pagina Facebook multilingue. Risultato: 5500 like</i>
Subtotale per l'attività 1	€ 20.492,00	€ 20.492,00	€ 20.492,00

Pacchetto di lavoro	4. Pubblicità		
Gruppo o gruppi di destinatari	<i>Consumatori (target principale); operatori (target secondario)</i>		
Attività	STAMPA		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
	ITALIA		
Prodotti/servizi da fornire	Realizzazione: 6 uscite pubblicitarie su house organ delle catene distributive. Risultato: 9 milioni di contatti di readership.	Realizzazione: 6 uscite pubblicitarie su house organ delle catene distributive. Risultato: 9 milioni di contatti di readership.	Realizzazione: 6 uscite pubblicitarie su house organ delle catene distributive. Risultato: 9 milioni di contatti di readership.
Subtotale per l'attività (IT)	€ 38.600,00	€ 38.600,00	€ 38.600,00
	AUSTRIA		
Prodotti/servizi da fornire	Realizzazione: 2 uscite pubblicitarie su house organ delle catene distributive. Risultato: 3 milioni di contatti di readership.	Realizzazione: 2 uscite pubblicitarie su house organ delle catene distributive. Risultato: 3 milioni di contatti di readership.	Realizzazione: 2 uscite pubblicitarie su house organ delle catene distributive. Risultato: 3 milioni di contatti di readership.
Subtotale per l'attività (A)	€ 14.100,00	€ 14.100,00	€ 14.100,00
	DANIMARCA		
Prodotti/servizi da fornire	Realizzazione: 2 uscite pubblicitarie su house organ delle catene distributive. Risultato: 3 milioni di contatti di readership.	Realizzazione: 2 uscite pubblicitarie su house organ delle catene distributive. Risultato: 3 milioni di contatti di readership.	Realizzazione: 2 uscite pubblicitarie su house organ delle catene distributive. Risultato: 3 milioni di contatti di readership.
Subtotale per l'attività (DK)	€ 14.100,00	€ 14.100,00	€ 14.100,00
Subtotale per l'attività	€ 66.800,00	€ 66.800,00	€ 66.800,00

Pacchetto di lavoro	4. Pubblicità		
Gruppo o gruppi di destinatari	<i>Consumatori (target principale); operatori (target secondario)</i>		
Attività	ON LINE		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
	ITALIA		
Prodotti/servizi da fornire	<i>Realizzazione: Campagna Social Adv, campagna Native Adv, campagna Video Native Adv. Risultati: 203.200 click.</i>	<i>Realizzazione: Campagna Social Adv, campagna Native Adv, campagna Video Native Adv. Risultati: 203.200 click.</i>	<i>Realizzazione: Campagna Social Adv, campagna Native Adv, campagna Video Native Adv. Risultati: 203.200 click.</i>
Subtotale per l'attività (IT)	€ 66.000,00	€ 66.000,00	€ 66.000,00
	AUSTRIA		
Prodotti/servizi da fornire	<i>Realizzazione: Campagna Social Adv, campagna Native Adv, campagna Video Native Adv. Risultati: 74.000 click.</i>	<i>Realizzazione: Campagna Social Adv, campagna Native Adv, campagna Video Native Adv. Risultati: 74.000 click.</i>	<i>Realizzazione: Campagna Social Adv, campagna Native Adv, campagna Video Native Adv. Risultati: 74.000 click.</i>
Subtotale per l'attività (A)	€ 22.100,00	€ 22.100,00	€ 22.100,00
	DANIMARCA		
Prodotti/servizi da fornire	<i>Realizzazione: Campagna Social Adv, campagna Native Adv, campagna Video Native Adv. Risultati: 203.000 click.</i>	<i>Realizzazione: Campagna Social Adv, campagna Native Adv, campagna Video Native Adv. Risultati: 203.000 click.</i>	<i>Realizzazione: Campagna Social Adv, campagna Native Adv, campagna Video Native Adv. Risultati: 203.000 click.</i>
Subtotale per l'attività (DK)	€ 22.100,00	€ 22.100,00	€ 22.100,00
Subtotale per l'attività	€ 110.200,00	€ 110.200,00	€ 110.200,00

Pacchetto di lavoro	5. Strumenti di comunicazione		
Gruppo o gruppi di destinatari	<i>Consumatori e operatori. La numerica stampata dei materiali è funzionale al loro utilizzo nelle diverse attività (in store, eventi). Di ciascuna tipologia di materiale di seguito è indicata l'attività in cui verrà utilizzato.</i>		
Attività	PUBBLICAZIONI, MATERIALI INFORMATIVI AD USO DEI MEZZI DI INFORMAZIONE (MEDIA KIT), ARTICOLI PROMOZIONALI		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
	ITALIA		
Prodotti/servizi da fornire	<i>Realizzazione: 807.727 materiali prodotti. Risultato: 807.727 materiali distribuiti.</i>	<i>Realizzazione: 807.727 materiali prodotti. Risultato: 807.727 materiali distribuiti.</i>	<i>Realizzazione: 807.727 materiali prodotti. Risultato: 807.727 materiali distribuiti.</i>
Subtotale per l'attività (IT)	€ 82.210,00	€ 75.610,00	€ 75.610,00
	AUSTRIA		
Prodotti/servizi da fornire	<i>Realizzazione: 265.846 materiali prodotti. Risultato: 265.846 materiali distribuiti.</i>	<i>Realizzazione: 265.846 materiali prodotti. Risultato: 265.846 materiali distribuiti.</i>	<i>Realizzazione: 265.846 materiali prodotti. Risultato: 265.846 materiali distribuiti.</i>
Subtotale per l'attività (A)	€ 22.638,00	€ 23.102,00	€ 23.534,00
	DANIMARCA		
Prodotti/servizi da fornire	<i>Realizzazione: 265.856 materiali prodotti. Risultato: 265.856 materiali distribuiti.</i>	<i>Realizzazione: 265.856 materiali prodotti. Risultato: 265.856 materiali distribuiti.</i>	<i>Realizzazione: 265.856 materiali prodotti. Risultato: 265.856 materiali distribuiti.</i>
Subtotale per l'attività (DK)	€ 22.669,75	€ 22.863,75	€ 23.926,75
Subtotale per l'attività 5	€ 127.517,75	€ 121.575,75	€ 123.070,75

Pacchetto di lavoro	5. Strumenti di comunicazione		
Gruppo o gruppi di destinatari	<i>Consumatori e operatori. La numerica stampata dei materiali è funzionale al loro utilizzo nelle diverse attività (in store, eventi). Di ciascuna tipologia di materiale di seguito è indicata l'attività in cui verrà utilizzato.</i>		
Attività	VIDEO PROMOZIONALI		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	<i>Realizzazione: 2 video. Risultato: 150.000 click della campagna advertising online</i>	<i>Realizzazione: 2 video. Risultato: 150.000 click della campagna advertising online</i>	<i>Realizzazione: 2 video. Risultato: 150.000 click della campagna advertising online</i>
Subtotale per l'attività 1	€ 10.000,00	€ 10.000,00	€ 10.000,00

Pacchetto di lavoro	6. Eventi		
Gruppo o gruppi di destinatari	<i>Operatori della distribuzione</i>		
Attività	VIAGGI STUDIO IN EUROPA		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
	AUSTRIA		
Prodotti/servizi da fornire	Realizzazione e risultato: 6 buyer austriaci ospitati in Italia.	Realizzazione e risultato: 6 buyer austriaci ospitati in Italia.	Realizzazione e risultato: 6 buyer austriaci ospitati in Italia.
Subtotale per l'attività (A)	€ 7.520,00	€ 7.520,00	€ 7.520,00
	DANIMARCA		
Prodotti/servizi da fornire	Realizzazione e risultato: 7 buyer danesi ospitati in Italia.	Realizzazione e risultato: 7 buyer danesi ospitati in Italia.	Realizzazione e risultato: 7 buyer danesi ospitati in Italia.
Subtotale per l'attività (DK)	€ 8.960,00	€ 8.960,00	€ 8.960,00
Subtotale per l'attività	€ 16.480,00	€ 16.480,00	€ 16.480,00

Pacchetto di lavoro	PROMOZIONI NEI PUNTI VENDITA		
Gruppo o gruppi di destinatari	<i>consumatori</i>		
Attività	GIORNATE DI DEGUSTAZIONE		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
	ITALIA		
Prodotti/servizi da fornire	Realizzazione: 346 punti vendita coinvolti per un totale di 2076 giornate di campagna promozionale sui punti vendita di cui 100 con degustazione. Risultato: 622.800 consumatori entrati in contatto con il messaggio del progetto.	Realizzazione: 346 punti vendita coinvolti per un totale di 2076 giornate di campagna promozionale sui punti vendita di cui 100 con degustazione. Risultato: 622.800 consumatori entrati in contatto con il messaggio del progetto.	Realizzazione: 346 punti vendita coinvolti per un totale di 2076 giornate di campagna promozionale sui punti vendita di cui 100 con degustazione. Risultato: 622.800 consumatori entrati in contatto con il messaggio del progetto.
Subtotale per l'attività (IT)	€ 191.920,00	€ 191.920,00	€ 191.920,00
	AUSTRIA		
Prodotti/servizi da fornire	Realizzazione: 110 punti vendita coinvolti per un totale di 660 giornate di campagna promozionale sui punti vendita di cui 20 con degustazione. Risultato: 198.800 consumatori entrati in contatto con il messaggio del progetto.	Realizzazione: 130 punti vendita coinvolti per un totale di 780 giornate di campagna promozionale sui punti vendita di cui 20 con degustazione. Risultato: 234.000 consumatori entrati in contatto con il messaggio del progetto.	Realizzazione: 140 punti vendita coinvolti per un totale di 840 giornate di campagna promozionale sui punti vendita di cui 20 con degustazione. Risultato: 252.000 consumatori entrati in contatto con il messaggio del progetto.
Subtotale per l'attività (A)	€ 60.150,00	€ 70.650,00	€ 75.900,00
	DANIMARCA		
Prodotti/servizi da fornire	Realizzazione: 110 punti vendita coinvolti per un totale di 660 giornate di campagna promozionale sui punti vendita di cui 20 con degustazione. Risultato: 198.800 consumatori entrati in contatto con il messaggio del progetto.	Realizzazione: 130 punti vendita coinvolti per un totale di 780 giornate di campagna promozionale sui punti vendita di cui 20 con degustazione. Risultato: 234.000 consumatori entrati in contatto con il messaggio del progetto.	Realizzazione: 140 punti vendita coinvolti per un totale di 840 giornate di campagna promozionale sui punti vendita di cui 20 con degustazione. Risultato: 252.000 consumatori entrati in contatto con il messaggio del progetto.
Subtotale per l'attività (DK)	€ 60.150,00	€ 70.650,00	€ 75.900,00
Subtotale per l'attività	€ 312.220,00	€ 333.220,00	€ 343.720,00

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

Sintesi della dotazione finanziaria per paese destinatario	
Paese destinatario: ITALIA	€ 1.216.098,67
Paese destinatario: AUSTRIA	€ 501.542,67
Paese destinatario: DANIMARCA	€ 506.048,92

Si riporta anche il cronoprogramma ipotizzato per il progetto.

Si ipotizza di attivare la campagna promozionale a partire dall'1 febbraio 2020 per una durata triennale (36 mesi), con conclusione delle attività entro il 31 gennaio 2023. In caso di valutazione positiva, la data di inizio delle attività sarà comunque successiva alla stipula della convenzione con l'Autorità Competente e il timing dovrà essere conseguentemente adeguato.

TASK	feb-20	mar-20	apr-20	mag-20	giu-20	lug-20	ago-20	set-20	ott-20	nov-20	dic-20	gen-21
COORDINAMENTO DEL PROGETTO - Costi di personale dell'organizzazione proponente												
RELAZIONI PUBBLICHE - Attività permanenti di PR												
RELAZIONI PUBBLICHE - Evento Stampa												
SITO WEB, MEDIA SOCIALI - Creazione, aggiornamento e manutenzione sito												
SITO WEB, MEDIA SOCIALI - Creazione di account, pubblicazione periodica												
PUBBLICITA' - Stampa												
PUBBLICITA' - Online												
STRUMENTI DI COMUNICAZIONE - Pubblicazioni, media kit, articoli promozionali												
STRUMENTI DI COMUNICAZIONE - Video promozionali												
EVENTI - Incontri tra aziende												
EVENTI - Viaggi studio in Europa												
PROMOZIONE NEI PUNTI VENDITA - Giornate di degustazione												
VALUTAZIONE DEI RISULTATI												
ALTRI COSTI AMMISSIBILI DELLE OP - Certificati di Audit												

TASK	feb-21	mar-21	apr-21	mag-21	giu-21	lug-21	ago-21	set-21	ott-21	nov-21	dic-21	gen-22
COORDINAMENTO DEL PROGETTO - Costi di personale dell'organizzazione proponente												
RELAZIONI PUBBLICHE - Attività permanenti di PR												
RELAZIONI PUBBLICHE - Evento Stampa												
SITO WEB, MEDIA SOCIALI - Creazione, aggiornamento e manutenzione sito												
SITO WEB, MEDIA SOCIALI - Creazione di account, pubblicazione periodica												
PUBBLICITA' - Stampa												
PUBBLICITA' - Online												
STRUMENTI DI COMUNICAZIONE - Pubblicazioni, media kit, articoli promozionali												
STRUMENTI DI COMUNICAZIONE - Video promozionali												
EVENTI - Incontri tra aziende												
EVENTI - Viaggi studio in Europa												
PROMOZIONE NEI PUNTI VENDITA - Giornate di degustazione												
VALUTAZIONE DEI RISULTATI												
ALTRI COSTI AMMISSIBILI DELLE OP - Certificati di Audit												

TASK	feb-21	mar-21	apr-21	mag-21	giu-21	lug-21	ago-21	set-21	ott-21	nov-21	dic-21	gen-22
COORDINAMENTO DEL PROGETTO - Costi di personale dell'organizzazione proponente												
RELAZIONI PUBBLICHE - Attività permanenti di PR												
RELAZIONI PUBBLICHE - Evento Stampa												
SITO WEB, MEDIA SOCIALI - Creazione, aggiornamento e manutenzione sito												
SITO WEB, MEDIA SOCIALI - Creazione di account, pubblicazione periodica												
PUBBLICITA' - Stampa												
PUBBLICITA' - Online												
STRUMENTI DI COMUNICAZIONE - Pubblicazioni, media kit, articoli promozionali												
STRUMENTI DI COMUNICAZIONE - Video promozionali												
EVENTI - Incontri tra aziende												
EVENTI - Viaggi studio in Europa												
PROMOZIONE NEI PUNTI VENDITA - Giornate di degustazione												
VALUTAZIONE DEI RISULTATI												
ALTRI COSTI AMMISSIBILI DELLE OP - Certificati di Audit												

5. PROCEDURA DI SCELTA DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE DEL PROGRAMMA

5.1 REQUISITI PER LA PARTECIPAZIONE ALLA GARA

Gli operatori economici, anche stabiliti in altri Stati membri dell'Unione Europea, 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.

È comunque vietato al concorrente che partecipa alla gara in avvalimento di partecipare anche in forma individuale.

I concorrenti, **a pena di esclusione**, devono essere in possesso dei requisiti previsti nei punti seguenti.

5.1.1 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.

5.1.2 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 di esclusione dovrà essere attestata tramite la dichiarazione allegata (Allegato A), firmata dal legale rappresentante.

5.1.3 Requisiti di capacità economica e finanziaria

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione, deve allegare come documentazione attestante la capacità economica e finanziaria copia dell'ultimo bilancio approvato dal quale deve risultare di avere realizzato un fatturato globale non inferiore ad Euro 2.000.000,00 in lettere Euro duemilioni al netto dell'IVA, risultante dalle dichiarazioni IVA o imposta equivalente in ambito UE.

Nel caso di ricorso allo strumento dell'avvalimento l'Allegato A nonché la restante documentazione richiesta dovranno essere prodotti anche dall'impresa ausiliaria.

5.1.4 Requisiti di capacità tecnica e professionale

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione, deve aver realizzato, in qualità di esecutore / prestatore di servizi:

- **almeno un progetto** in qualità di esecutore o mandatario in riferimento ai **reg. UE n. 3/2008** e successive modifiche e integrazioni e/o **reg. n.1144/2014** e relativi regolamenti applicativi, e/o **reg. n. 1308/2013** e/o **reg. n. 1305/2013** nel periodo di riferimento nel triennio 2016/2018;
- **almeno un progetto di promo-comunicazione** in un paese target indicato nel presente capitolato comprendente almeno un'attività prevista nel presente capitolato con un budget minimo di spesa non inferiore a € 300.000,00 (trecentomila/00), nel periodo di riferimento: quinquennio 2014/2018 (requisito valido anche con cumulo di più attività).

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato A), firmata dal legale rappresentante. Nel caso di ricorso allo strumento dell'avvalimento l'Allegato A nonché la restante documentazione richiesta dovranno essere prodotti anche dall'impresa ausiliaria.

5.2 CRITERI DI AGGIUDICAZIONE

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

In presenza di una sola offerta valida Apo Conerpo ScA ha facoltà di procedere o meno a all'affidamento dell'appalto.

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

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

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

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

Criteri	Sottocriteri	Punteggio massimo
1. STRATEGIA COMPLESSIVA	a) Articolazione della strategia: coerenza tra gli obiettivi previsti a progetto e la strategia adottata nei Paesi Target	10
	b) Coerenza della proposta grafica e del concept di comunicazione della campagna rispetto agli obiettivi e alle tematiche da trattare	10
	c) declinazione del concept a seconda del gruppo target n. 1 destinatario dei messaggi promozionali.	10

	d) declinazione del concept a seconda del gruppo target n. 2 destinatario dei messaggi promozionali.	10
Punteggi massimi attribuibili		40
2. APPROCCIO METODOLOGICO E ARTICOLAZIONE DELLE ATTIVITÀ	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	10
	b) modalità di raggiungimento degli obiettivi specifici indicati nel programma.	12
	c) coerenza con la strategia generale e le modalità esecutive degli interventi sopra proposti.	10
	d) Qualità del Gruppo di lavoro proposto per le singole attività in termini di expertise nella realizzazione di attività analoghe a quelle indicate nell'offerta tecnica.	8
Punteggi massimi attribuibili		40

Criteria	Sottocriteri	Punteggio massimo
1. ONORARIO	a) valutazione della congruità dell'onorario , espresso in giornate/uomo	20
Punteggi massimi attribuibili		20

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

- non riscontrabile 0
- valutazione insignificante 0,1
- valutazione appena sufficiente 0,2
- valutazione sufficiente 0,3
- valutazione tra sufficiente/discreta 0,4
- valutazione discreta 0,5
- valutazione tra discreta/buona 0,6
- valutazione buona 0,7
- valutazione tra buona/ottima 0,8
- valutazione ottima 0,9
- valutazione eccellente 1

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

Sulla base dei punteggi attribuiti alle offerte verrà stilata la graduatoria finale e individuato il concorrente aggiudicatario.

6. TERMINI DI PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA

La documentazione potrà essere redatta in lingua italiana o inglese, dovrà essere presentata in formato cartaceo e in formato elettronico – stampabile e copiabile su CD o chiavetta USB - a cura del partecipante alla gara entro e non oltre le **ore 12.00 del 02/12/2019**. Il recapito del plico rimane ad esclusivo rischio del mittente ove, per qualsiasi motivo, non giunga a destinazione entro il suddetto termine perentorio.

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

Contestualmente all'invio del plico, le proposte dovranno essere anticipate, sempre entro e non oltre le ore **12.00 del 02/12/2019**, via PEC.

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

Apo Conerpo ScA

Via Tosarelli 155

40055 Castenaso (BO)

All'attenzione del sig. Sandro Scorza

Indirizzo PEC: Apoconerpo@legalmail.it

Nell'oggetto della PEC scrivere quanto segue: Bando di Gara "European products, the quality supply chain" – ACRONIMO "EUQUAS" e il nome dell'organismo/agenzia/società partecipante alla Gara di Selezione.

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

7. MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA

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

A) BUSTA A - DOCUMENTAZIONE AMMINISTRATIVA, che dovrà contenere:

1. Allegato A compilato e firmato dal legale rappresentante;
2. Lettera dell'Istituto bancario (solo qualora necessaria per soddisfare i requisiti di capacità economica e finanziaria);
3. 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).

B) BUSTA B - OFFERTA TECNICA, che dovrà contenere:

1. **PRESENTAZIONE DELL'OPERATORE ECONOMICO** partecipante alla Gara di Selezione:
 - a. **Presentazione generale** in termini di: contatti, esperienze maturate nel settore della promozione/informazione su prodotti agricoli di alta qualità, esperienza nella realizzazione di eventi, fiere, attività di PR e Ufficio Stampa, campagne di advertising, elaborazione materiale promozionale/informativo, gestione siti web e social media.

- b. **Descrizione del gruppo di lavoro dedicato** alla realizzazione del Programma, per i cui componenti deve essere fornito il relativo profilo sintetico.

2. **STRATEGIA COMPLESSIVA** - L'operatore dovrà indicare per ogni punto sotto elencato le proprie iniziative e relative modalità di esecuzione e raggiungimento dei risultati e dovrà articolare la propria proposta attraverso tipologie di attività che ritiene maggiormente efficaci al perseguimento degli obiettivi progettuali utilizzando le sottostanti indicazioni:

- a. articolazione della strategia: descrizione della coerenza tra gli obiettivi previsti a progetto e la strategia adottata nel paese target;
- b. coerenza della proposta grafica e del concept di comunicazione della campagna rispetto agli obiettivi e alle tematiche da trattare;
- c. declinazione del concept a seconda del gruppo target n. 1 destinatario: OPERATORI (gruppo principale) dei messaggi promozionali;
- d. declinazione del concept a seconda del gruppo target n. 2 destinatario: CONSUMATORI (gruppo funzionale) dei messaggi promozionali.

3. **APPROCCIO METODOLOGICO E ARTICOLAZIONE DELLE ATTIVITÀ** - Per ogni tipologia di attività riportata nel capitolato e per specifico paese dovranno essere descritti gli specifici interventi che si intendono porre in essere per raggiungere gli obiettivi progettuali. Le attività e i relativi interventi dovranno essere coerenti con le strategie proposte per il paese target e con i relativi gruppi bersaglio individuati e dovranno essere declinati in funzione dei punti sotto riportati:

- a. modalità di esecuzione delle azioni: descrizione delle modalità operative utilizzate per la prestazione dei servizi e relativa coerenza con le finalità e con gli obiettivi della campagna di comunicazione proposta e con il Programma;
- b. modalità di raggiungimento degli obiettivi specifici indicati nel programma;
- c. coerenza con la strategia generale e le modalità esecutive degli interventi sopra proposti;
- d. qualità del Gruppo di lavoro proposto per le singole attività in termini di competenze e qualità dei profili professionali indicati nell'offerta tecnica.

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

C) BUSTA C - OFFERTA ECONOMICA, che dovrà contenere:

- 1. **Onorario** dell'esecutore come di seguito descritto.

Per quanto riguarda i costi relativi all'onorario dell'organismo esecutore, questi dovranno essere dettagliati per ogni singola attività e presentati in forma di giornate/uomo in relazione ad ogni singola iniziativa.

Questi costi riguardano tutte le attività necessarie per l'organizzazione e realizzazione stessa delle attività (es.: selezione e contatto con i fornitori, ricerca dei prezzi, scelta delle location, prenotazioni, organizzazione degli eventi, ecc.).

Per ogni attività proposta dovranno essere dettagliati il più possibile i costi previsti, che dovranno essere indicati al netto dell'IVA.

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

ATTIVITÀ SPECIFICA	COSTI ATTIVITÀ	QUANTIFICAZIONE ONORARIO	DETTAGLIO SERVIZI ORGANISMO ESECUZIONE

--	--	--	--

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

Alla fine di questa tabella si dovranno riassumere il costo totale delle azioni (pari a € 2.223.690,25 - somma di tutte le attività/iniziativa proposte) e il costo totale dell'onorario (da definire da parte dell'operatore economico partecipante alla Gara – somma degli onorari previsti per ogni attività/iniziativa proposta indicati nella tabella di cui sopra).

Il compenso dell'organismo di esecuzione dovrà essere calcolato scorporandolo dal costo totale dell'azione.

8. SVOLGIMENTO OPERAZIONI DI GARA E COMMISSIONE GIUDICATRICE

Il Comitato di selezione, organo che verrà creato *ad hoc* dopo la scadenza del termine per la presentazione delle offerte appositamente per la valutazione e selezione delle proposte pervenute e costituito da rappresentanti dell'OP, si riunirà in **data 03/12/2019 presso la sede di Apoconerpo SCA**, al fine di espletare le procedure di selezione.

Sarà data tempestiva comunicazione a tutti i partecipanti, sull'esito della Gara di Selezione, via PEC. I risultati verranno anche pubblicati sul sito **dell'OP Apoconerpo SCA - <http://www.apoconerpo.com/> entro il 04/12/2019.**

Ulteriori informazioni possono essere richieste al seguente recapito:

sig. Sandro Scorza email: sandro.scorza@apoconerpo.com

DOCUMENTI DI GARA:

- BANDO
- CAPITOLATO TECNICO
- ALLEGATO A