



## **CAPITOLATO TECNICO E PROCEDURA DI SELEZIONE DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI NEL MERCATO INTERNO**

**Assolatte - Associazione Italiana Lattiero Casearia** (di seguito indicata come “organizzazione proponente”), con sede legale in Via Adige 20 – 20135 Milano – ITALIA, tel. +39 02 72021817 fax +39 02 72021838 e-mail: assolatte@assolatte.it PEC: assolattepec@legalmail.it, in qualità di organismo proponente del Programma **“THE SHAPES OF MILK, DISCOVER THE QUALITY MADE IN EU”** (acronimo **“AssolatteMI”**), Programma di informazione e promozione cofinanziato dalla Commissione Europea ai sensi dei Regg. 1144/2014, 1829/2015 e 1831/2015,

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 Decreto del Direttore Generale del Ministero della Politiche Agricole, Alimentari, Forestali e del Turismo n. 14513 del 01/03/2019 relativo alla procedura di selezione degli organismi di esecuzione

### **INDICE**

**un bando di gara per la selezione, mediante Procedura Competitiva Aperta, di un organismo di esecuzione** incaricato della realizzazione di parte delle azioni rivolte al raggiungimento degli obiettivi previsti nell'ambito del Programma **“THE SHAPES OF MILK, DISCOVER THE QUALITY MADE IN EU”** (acronimo **“AssolatteMI”**), che si svolgerà nei paesi ITALIA e BELGIO, e riguarderà il prodotto latte alimentare.

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”**.

Assolatte intende effettuare la selezione dell'Organismo di esecuzione attraverso una procedura di gara aperta nel rispetto dei principi di interesse transfrontaliero, di non discriminazione, parità di trattamento, trasparenza, pubblicità, proporzionalità, chiarezza e coerenza dei criteri di selezione e di aggiudicazione previsti con le finalità delle prestazioni richieste e con il valore delle medesime, miglior rapporto qualità-prezzo e assenza di conflitti d'interesse, alle condizioni indicate dai Regg. europei di riferimento e dall'ultimo Decreto disponibile, Decreto del Direttore Generale del Ministero della Politiche Agricole, Alimentari, Forestali e del Turismo n. 14513 del 01/03/2019.



## 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.

## INFORMAZIONI PRINCIPALI

**BREVE DESCRIZIONE:** In linea con gli obiettivi strategici fissati dalla Commissione nell'ambito del Regolamento (UE) 1144/2014 e con il Work Programme for 2019, per quanto concerne il topic 2 (Information provision and promotion programmes aiming at highlighting the specific methods in the Union and the characteristics of European agricultural and food products, and quality schemes), l'azione *"THE SHAPES OF MILK, DISCOVER THE QUALITY MADE IN EU"* si propone di migliorare la conoscenza dei meriti dei prodotti agricoli europei in Italia e Belgio, aumentandone la competitività e il consumo attraverso la promozione del latte alimentare.

**PRODOTTI OGGETTO DI PROMOZIONE:** L'azione sui mercati italiano e belga promuoverà il latte alimentare.

**ORGANISMO PROPONENTE:** Assolatte

**PAESE TARGET:** Italia e Belgio

**OBIETTIVI GENERALI:** Il calo dei consumi di latte alimentare in Italia e in Belgio ha a che fare con l'affermarsi di nuovi stili di vita e modelli di consumo, e con un diverso atteggiamento verso il latte. In questi 2 paesi, seppur con proporzioni diverse, si assiste ad un costante calo di consumi, soprattutto nelle generazioni più giovani (millennials) e vi è la necessità di fare una campagna per "ri-educare" i consumatori alle proprietà benefiche del latte, contrastando le fake news e sottolineando la differenza fra latte animale e bevande vegetali.

### GRUPPI TARGET

#### 1. CONSUMATORI

- a. Millennials "evoluti" in Italia
- b. Gen. X e Millennials in Belgio



## 2. OPERATORI STAMPA/BLOGGER/INFLUENCER

Gli attori considerati sono:

- a. operatori della stampa specializzata/lifestyle, food bloggers e influencer in Italia
- b. operatori della stampa specializzata/lifestyle, food bloggers e influencer in Belgio

## 3. PROFESSIONISTI DELLA NUTRIZIONE (Italia)

**ATTIVITÀ CHE VERRANNO REALIZZATE:** La strategia è stata adattata ai diversi gruppi target.

### In Italia

1. Consumatori: contattati direttamente attraverso le attività digital, la mostra “Le forme del latte” e l’installazione di video mapping.
2. Operatori media: contattati direttamente attraverso le attività di PR e ufficio stampa, conferenze stampa, collaborazioni one-to-one con i bloggers e i seminari informativi.
3. Professionisti della nutrizione: contattati direttamente attraverso il seminario informativo e la selezione di opinion leader di riferimento affinché diventino ambassador della campagna.

### In Belgio

1. Consumatori: contattati direttamente attraverso le attività digital e la mostra “Il popolo del latte”.
2. Operatori media: contattati direttamente attraverso le attività di PR e ufficio stampa, press events e press tour.

**DURATA DEL PROGRAMMA:** 24 mesi (suddiviso in 2 fasi annuali)

**BUDGET TOTALE:** € 1.000.867,00€ iva inclusa

**BUDGET COSTI AZIONI COMPRESIVI DEL FEE ORGANISMO ESECUTORE PER IL QUALE VIENE**

**INDETTO IL BANDO DI GARA:** € 490.550,00 iva esclusa così suddivisi:

€ 405.550 per il 1° anno, € 85.000 per il 2° anno.

**INIZIO DELLE ATTIVITÀ:** orientativamente febbraio 2020

Il programma non è suddiviso in lotti. Si precisa che i soggetti interessati a partecipare al presente bando di gara dovranno presentare un’offerta prendendo in considerazione il budget dei costi di **490.550,00** comprensivo del compenso dell’organismo di esecuzione.

**OGGETTO DELL’APPALTO:** Il servizio consiste nell’esecuzione di parte del Programma. L’organismo di esecuzione dovrà quindi assicurare lo sviluppo e lo svolgimento del programma di durata biennale, 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 ed alle tematiche da trattare, tenendo in considerazione le Priorità e gli obiettivi del Reg. UE 1144/2104, assicurando una chiara riconoscibilità al Programma e al relativo soggetto promotore. Il servizio deve essere caratterizzato da un supporto tecnico e operativo qualificato. Qualsiasi variazione nell’esecuzione delle azioni rispetto a quanto precedentemente concordato dovrà essere previamente autorizzata dall’organizzazione proponente mediante atto scritto. È facoltà dell’organizzazione proponente richiedere all’organismo di esecuzione di confrontarsi sulla selezione dei subfornitori, al fine di assicurare il raggiungimento degli obiettivi del progetto con l’obiettivo dell’ottimizzazione delle risorse disponibili.



## CAPITOLATO TECNICO

### OBIETTIVI PRINCIPALI DEL PROGRAMMA

In linea con gli obiettivi strategici fissati dalla Commissione nell'ambito del Regolamento (UE) 1144/2014 e con il Work Programme for 2019, per quanto concerne il topic 2 (Information provision and promotion programmes aiming at highlighting the specific methods in the Union and the characteristics of European agricultural and food products, and quality schemes), l'azione "THE SHAPES OF MILK, DISCOVER THE QUALITY MADE IN EU" si propone di migliorare la conoscenza dei meriti dei prodotti agricoli europei in Italia e Belgio, aumentandone la competitività e il consumo attraverso la promozione del latte alimentare. In questi 2 paesi, seppur con proporzioni diverse, si assiste ad un costante calo di consumi di latte alimentare, soprattutto nelle generazioni più giovani (millennials) e vi è la necessità di fare una campagna per "ri-educare" i consumatori alle proprietà benefiche del latte (visto che l'EU è il primo produttore di latte al mondo e quindi per salvaguardare l'intero comparto), contrastando le fake news e sottolineando la differenza fra latte animale e bevande vegetali, cercando di avvicinarli al prodotto "latte" in modo diverso (con una comunicazione adatta ai target individuati).

Gli **obiettivi del presente programma** sono coerenti con l'obiettivo generale delle azioni di informazione e promozione, che è quello di "rafforzare la competitività del settore agricolo dell'Unione", con particolare riferimento al latte alimentare.

Sono inoltre coerenti con gli obiettivi specifici delle azioni di informazione e promozione, in particolare:

- a) "migliorare il grado di conoscenza dei meriti dei prodotti agricoli dell'Unione e degli elevati standard applicabili ai metodi di produzione nell'Unione";
- b) "aumentare la competitività e il consumo dei prodotti agricoli e di determinati prodotti alimentari dell'Unione e ottimizzarne l'immagine";

### TEMATICHE DA TRATTARE

L'azione "THE SHAPES OF MILK, DISCOVER THE QUALITY MADE IN UE" si propone il miglioramento della conoscenza delle proprietà e benefici del latte alimentare europeo per aumentarne il consumo in Italia e Belgio. Il problema maggiore dell'informazione sul latte è che di informazioni ve ne sono pure troppe e diffuse da chiunque; non a caso il latte è il prodotto che registra il più alto tasso di fake news.

La strategia del progetto ha scelto di puntare ad una comunicazione e ad un marketing di tipo esperienziale, che coinvolgesse il consumatore a livello sensoriale, attraverso l'ideazione di un evento inedito: una mostra "le forme del latte" (in Italia), per un'esperienza sensoriale totalmente immersiva e innovativa, un format inedito e installazioni. Oltre alla mostra la campagna sarà supportata da contenuti in linea con i bisogni dei target selezionati e veicolati prevalentemente attraverso il web da una campagna di digital adv. La mostra verrà proposta anche a Bruxelles il II° anno e si chiamerà "Il popolo del latte" in un format fotografico più ridotto. Obiettivo dei messaggi della campagna è informare il cittadino e gli organi dell'informazione sugli obiettivi UE, influenzandone le abitudini alimentari grazie alla conoscenza acquisita di ciò che si consuma. In linea con il messaggio principale dell'Unione, i messaggi principali diffusi saranno, dunque, i seguenti:

- **qualità**: il messaggio principale coincide con il nome della campagna "The Shapes of Milk, Discover the quality Made in UE". Il preciso richiamo all'Unione "THE QUALITY MADE IN UE" a sottolineare che il valore aggiunto della presente campagna è proprio l'essere contestualizzata nel più ampio quadro della qualità dei prodotti europei sostenuti dalla politica agricola comunitaria;



- **scoperta:** ingaggiare il consumatore a scoprire un prodotto simbolo di qualità e quindi a trovare informazioni e di conseguenza a consumarlo.

#### TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ E INIZIATIVE AMMISSIBILI

Si riportano di seguito le attività previste e il relativo budget (iva esclusa):

Attività	Relazioni pubbliche	
Gruppo di destinatari	Stampa, blogger e influencer in Italia - Consumatori in Italia e Belgio	
Attività specifiche	<b>COLLABORAZIONI CON FOOD BLOGGER</b>	
Descrizione	Nel progetto un ruolo centrale sarà dato alle collaborazioni con diversi food blogger e influencer del settore food che, tramite un'attività strutturata di comunicazione, proporranno contenuti e ricette promuovendo le qualità e l'utilizzo del latte europeo. Per massimizzare l'investimento, verrà scelto 1 food blogger di primo piano (oltre 500.000 followers sul proprio canale principale) con cui creare una campagna più strutturata e 4 food blogger con seguito minore ma complementari (20.000 – 40.000 followers) con cui creare singoli contenuti.	
Tempistica	ANNO 1	ANNO 2
Prodotti/servizi finali	5 food blogger ingaggiati 15 contenuti video e/o fotografici realizzati e condivisi sui canali online dei food blogger coinvolti	5 food blogger ingaggiati 10 contenuti video e/o fotografici realizzati e condivisi sui canali online dei food blogger coinvolti
Budget previsto	<b>Italia € 31.120</b> <b>Belgio €7.780</b> <b>Totale € 38.900</b>	<b>Italia €21.360</b> <b>Belgio €5.340</b> <b>Totale € 26.700</b>

Attività	Relazioni pubbliche	
Gruppo di destinatari	Stampa, blogger e influencer in Belgio	
Attività specifiche	<b>PRESS TOUR GIORNALISTI BELGI</b>	
Descrizione	Una delegazione di giornalisti verrà invitata per un press tour alla scoperta della produzione lattiera dell'Associazione e della sua eccellenza qualitativa, derivante dalle continue innovazioni introdotte. Il press tour, della durata di 3 giorni, coinvolgerà ogni anno diversi giornalisti e blogger provenienti dal Belgio (7/8 giornalisti). Il primo anno il tour sarà organizzato in concomitanza con l'evento inaugurale della Mostra, così che i giornalisti possano parteciparvi.	
Tempistica	ANNO 1	ANNO 2
Prodotti/servizi finali	1 press tour di 3 giorni in Italia	1 press tour di 3 giorni in Italia
Budget previsto	<b>Belgio €18.900</b>	<b>Belgio €18.900</b>



Attività	Sito web e media sociali	
Gruppo di destinatari	Stampa, blogger e influencer in Italia e Belgio - Consumatori in Italia e Belgio – Professionisti della Nutrizione in Italia	
Attività specifiche	<b>SITO WEB</b>	
Descrizione	Il sito web avrà il compito fondamentale di raccogliere tutti i contenuti (tramite redirect ai diversi canali) dei blogger coinvolti nella campagna, in modo da renderli sempre fruibili e visionabili, anche oltre la durata del progetto. Il portale sarà realizzato in modalità responsive per potersi adattare a qualsiasi device e verrà tradotto in 4 lingue (italiano, fiammingo, francese, inglese).	
Tempistica	ANNO 1	ANNO 2
Prodotti/servizi finali	1 sito web in 4 lingue (italiano, fiammingo, francese, inglese) Aggiornamento news e contenuti periodico	Aggiornamento news e contenuti periodico
Budget previsto	<b>Italia €5.000</b> <b>Belgio €5.000</b> <b>Totale €10.000</b>	<b>Italia €1.650</b> <b>Belgio €1.650</b> <b>Totale €3.300</b>

Attività	Strumenti di comunicazione	
Gruppo di destinatari	Flyer per i consumatori in Italia e Belgio- Gadget per i giornalisti e i professionisti	
Attività specifiche	<b>STRUMENTI DI COMUNICAZIONE</b>	
Descrizione	Il supporto cartaceo sarà utilizzato soltanto durante le attività di contatto diretto con il pubblico e i consumatori, ma la sua cura sarà fondamentale per riprendere l'identità visiva e rappresentare al meglio il mood identificato per la campagna. I flyer saranno realizzati in 4 lingue (italiano, fiammingo, francese e inglese) per poter essere utilizzati sia in Belgio che in Italia.	
Tempistica	ANNO 1	ANNO 2
Prodotti/servizi finali	120.000 flyer 700 cartelle stampa 300 USB	
Budget previsto	<b>Italia €12.425</b> <b>Belgio €5.325</b> <b>Totale €17.750</b>	

Attività	Strumenti di comunicazione	
Gruppo di destinatari	Consumatori in Italia - Stampa, blogger e influencer in Italia	
Attività specifiche	<b>VIDEOMAPPING</b>	
Descrizione	Per attirare maggiormente l'attenzione e sfruttarne la notiziabilità, durante il lancio della mostra verrà creato un video da utilizzare per un'attività di videomapping. Il video sarà realizzato con tecniche e procedure specifiche per ottenere un effetto altamente realistico e in 3D. Il videomapping verrà realizzato durante i primi giorni di lancio della mostra e in occasione dell'evento inaugurale.	
Tempistica	ANNO 1	ANNO 2



Prodotti/servizi finali	1 video per il videomapping in tecnica 3D per i primi giorni di lancio della mostra in Italia	
Budget previsto	<b>Italia €22.200</b>	

Attività	Eventi	
Gruppo di destinatari	Stampa, blogger e influencer in Italia e Belgio - Consumatori in Italia	
Attività specifiche	<b>MOSTRA "THE SHAPES OF MILK"</b>	
Descrizione	L'idea consiste nella creazione di un evento che celebrerà il latte attraverso l'allestimento di un'ambientazione dal forte valore evocativo. La mostra si terrà nella città di Roma in una location di pregio nel centro storico che verrà scelta in base alle caratteristiche necessarie per ospitare le installazioni. La durata sarà di circa 2 mesi con almeno 4 aperture settimanali inclusi sabato e domenica. Una volta terminata, parte delle installazioni verranno spostate in Belgio per la realizzazione della mostra collaterale e per il relativo evento inaugurale descritti di seguito.	
Tempistica	ANNO 1	ANNO 2
Prodotti/servizi finali	1 mostra promozionale in Italia della durata di 2/3 mesi con almeno 4 aperture settimanali inclusi sabato e domenica. 60 giornate di apertura	
Budget previsto	<b>Italia €249.020</b> <b>Belgio €28.780</b> <b>Totale €277.800</b>	

Attività	Eventi	
Gruppo di destinatari	Stampa, blogger e influencer in Italia e Belgio	
Attività specifiche	<b>VERNISSAGE "THE SHAPE OF MILK"</b>	
Descrizione	Fondamentale nel lancio della mostra, ne sarà la presentazione agli operatori dei media e alle istituzioni. Per questo motivo, terminato l'allestimento, verrà organizzato un gala di lancio, rivolto alla stampa, agli influencer e alle istituzioni presenti nella capitale. L'evento serale si svolgerà direttamente nella stessa location scelta per la mostra. Durante l'evento poi sarà proposto in degustazione anche il prodotto, che verrà però presentato in una modalità assolutamente nuova ricalcando le tematiche della mostra.	
Tempistica	ANNO 1	ANNO 2
Prodotti/servizi finali	1 evento di lancio (anteprima) della mostra per 60 ospiti ((inclusi i giornalisti belgi già presenti in Italia per l'incoming) come presentazione agli operatori dei media e alle istituzioni	
Budget previsto	<b>Italia €20.000</b>	



Attività	Eventi	
Gruppo di destinatari	Stampa, blogger e influencer in Belgio - Consumatori in Belgio	
Attività specifiche	<b>MOSTRA IN BELGIO “IL POPOLO DEL LATTE”</b>	
Descrizione	Per massimizzare l’effetto della mostra nella seconda annualità, la mostra “il popolo del Latte”, verrà esposta a Bruxelles. L’evento, organizzato in una location di prestigio del centro città, darà modo all’Associazione di entrare in contatto con i consumatori del paese obiettivo grazie ad un’apertura pubblica e gratuita di circa un mese per almeno 4 giorni a settimana. La mostra proietterà, il latte e i latticini, in molteplici supporti, riempiendo pareti, pavimenti, sale con immagini e stampe fotografiche legate al “popolo del latte” (allevatori, produttori di latte, tecnici, consumatori, etc. Grazie alle moderne tecnologie laser, le proiezioni potranno essere effettuate su strutture modulabili e materiali d’avanguardia, al fine di potersi adattare alle esigenze strutturali della location. Anche per questa versione ridotta della mostra, grande attenzione sarà dedicata alla comunicazione online.	
Tempistica	ANNO 1	ANNO 2
Prodotti/servizi finali		1 mostra fotografica (versione ridotta della mostra “the shapes of milk”) 12 giornate di apertura
Budget previsto		<b>Belgio €11.100</b>

Attività	Eventi	
Gruppo di destinatari	Stampa, blogger e influencer in Belgio	
Attività specifiche	<b>GALA EVENT IN BELGIO</b>	
Descrizione	Per promuovere la mostra fotografica e massimizzarne l’investimento anche in Belgio, verrà realizzato nella seconda annualità, un evento di lancio a Bruxelles, un’esclusiva serata di promozione rivolta alla stampa e alle istituzioni con circa 40 ospiti previsti.	
Tempistica	ANNO 1	ANNO 2
Prodotti/servizi finali		1 evento promozionale di lancio per promuovere la mostra per 40 ospiti a Bruxelles.
Budget previsto		<b>Belgio € 25.000</b>



## PROCEDURA DI SCELTA DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE DEL PROGRAMMA

### REQUISITI PER LA PARTECIPAZIONE ALLA GARA

#### *Inesistenza di cause di esclusione dalla partecipazione alla Gara*

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

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

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

#### *Requisiti di capacità economica e finanziaria*

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione:

- nel triennio 2016-2017-2018, deve aver realizzato un **fatturato** non inferiore ad **euro 800.000,00** in lettere: (euro ottocentomila) al netto dell'IVA, risultante dalle dichiarazioni IVA o imposta equivalente in ambito UE;
- deve essere in possesso di **un'attestazione bancaria** che evidenzia l'esistenza in capo allo stesso, dei mezzi finanziari necessari e idonei per assumere l'esecuzione delle azioni previste dal Programma.

Il possesso dei requisiti sopra indicati dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato A), firmata dal legale rappresentante e dalla dichiarazione in originale rilasciata dall'istituto bancario (attestazione bancaria).

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

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione:

- deve aver realizzato, nel triennio 2016-2017-2018, progetti e attività promozionali destinati al mercato interno/paesi terzi, nell'ambito delle attività previste per il Programma di cui al Reg. UE n. 1144/2014 e/o programmi equivalenti (ad es. OCM Promozione Vino, PSR 2014/2020 Misura 3.2.01, etc.), per un importo non inferiore complessivamente a **euro 800.000,00** (in lettere: ottocentomila euro) al netto dell'IVA.

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



## CRITERI DI AGGIUDICAZIONE

L'appalto è aggiudicato in base al criterio dell'offerta che presenta il **miglior rapporto qualità-prezzo**, secondo la ripartizione dei punteggi di seguito descritta. In presenza di una sola offerta valida, Assolatte, ha facoltà di procedere o meno all'affidamento dell'appalto. In caso di parità di punteggio ottenuto, l'appalto verrà aggiudicato al concorrente che avrà riportato il maggior punteggio nell'offerta tecnica.

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

- 1. OFFERTA TECNICA: MASSIMO 80 PUNTI**
- 2. OFFERTA ECONOMICA: MASSIMO 20 PUNTI**

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

CRITERI	SOTTOCRITERI	PUNTEGGIO MASSIMO
<b>OFFERTA TECNICA</b>		
<b>1. STRATEGIA COMPLESSIVA</b> <u>40 punti</u>	Coerenza tra la strategia complessiva progettuale e le singole attività proposte	15
	Adeguatezza della proposta in termini di coerenza con gli obiettivi della campagna e rispetto alle tempistiche della programmazione	15
	Completezza delle caratteristiche degli output (prodotti/servizi finali) forniti sulla base di quelli richiesti dal Capitolato tecnico per ogni attività	10
<b>2. APPROCCIO METODOLOGICO</b> <u>40 punti</u>	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 del Programma	15
	Adeguatezza dei meccanismi di controllo per monitorare la corretta esecuzione economico-finanziaria del progetto e il rispetto del cronoprogramma	10
	Qualità della struttura organizzativa e delle caratteristiche professionali del gruppo di lavoro in termini di competenze possedute e sulla base della qualità dei CV presentati	12
	Servizi extra di assistenza forniti ad Assolatte	3
<b>OFFERTA ECONOMICA</b>		
<b>ONORARIO</b> <u>20 punti</u>	Valutazione della congruità dell'onorario, espresso in giornate/uomo, richiesto per la realizzazione di ogni azione, in base al costo di ogni azione e ai benefici attesi	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.

## **MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLE PROPOSTE**

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

**BUSTA A - documentazione amministrativa**, che dovrà contenere:

- Allegato A compilato e firmato dal Legale Rappresentante;
- Documento di identità del Legale Rappresentante in corso di validità;
- Dichiarazione rilasciata dall'Istituto bancario.

**BUSTA B - proposta tecnica**, che dovrà contenere:

- Presentazione dell'operatore economico partecipante alla Gara di Selezione;
- Descrizione del gruppo di lavoro (Allegare curriculum vitae);
- Descrizione dettagliata delle attività e proposte grafiche utilizzando i riferimenti indicati nel successivo capitolo: MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA TECNICA – BUSTA B

**BUSTA C - offerta economica**, che dovrà contenere:

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



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

La documentazione potrà essere redatta in lingua italiana o inglese e dovrà essere presentata a cura del partecipante alla gara **entro e non oltre le ore 17.00 del 29/11/2019**. Il recapito del plico rimane ad esclusivo rischio del mittente ove, per qualsiasi motivo, non giunga a destinazione entro il suddetto termine perentorio.

Contestualmente all'invio del plico, **le proposte dovranno essere anticipate**, sempre entro e non oltre **le ore 17.00 del 29/11/2019, via PEC**. Solo per gli operatori aventi sede all'estero sarà accettata la spedizione anche da indirizzi non PEC (la casella PEC è abilitata alla ricezione anche da indirizzi non PEC).

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

**Assolatte**

Via Adige, 20 – 20135  
Milano – ITALIA

All'attenzione del Dott. Massimo Forino

Indirizzo PEC: [assolattepec@legalmail.it](mailto:assolattepec@legalmail.it)

**Nell'oggetto della PEC, nonché sulla busta cartacea**, scrivere quanto segue:

*“NON APRIRE: CONTIENE BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DENOMINATO “THE SHAPES OF MILK, DISCOVER THE QUALITY MADE IN EU”.*

Il Comitato di selezione, organo che verrà creato appositamente dopo il termine di presentazione delle candidature, per la valutazione e selezione delle proposte pervenute, si riunirà in data **02/12/2019 ore 11:00 presso la sede di Assolatte**, al fine di espletare le procedure di selezione. I lavori della Commissione saranno adeguatamente verbalizzati con indicazioni delle motivazioni a sostegno delle valutazioni effettuate.

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

Sarà data tempestiva comunicazione a tutti i partecipanti, sull'esito della Gara di Selezione, via PEC. I risultati verranno anche pubblicati sul sito di Assolatte ([www.assolatte.it](http://www.assolatte.it)) **entro il 05/12/2019**.

Per eventuali domande e/o chiarimenti per l'esecuzione dell'offerta dovranno essere presentate **ESCLUSIVAMENTE** per iscritto ed inviate a mezzo PEC al seguente indirizzo [assolattepec@legalmail.it](mailto:assolattepec@legalmail.it) alla c.a. del Dott. Massimo Forino alle quali seguirà risposta esclusivamente per iscritto. Le domande e risposte saranno pubblicate nel sito di Assolatte nell'apposita sezione FAQ dedicata alla presente Gara. Non saranno prese in considerazione eventuali richieste verbali o inoltrate con modalità diverse da quella indicata.



## MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA TECNICA – BUSTA B

### A) Presentazione dell'operatore economico

L'operatore economico che parteciperà alla Gara di Selezione dovrà fornire una presentazione generale in termini di: esperienze maturate nel settore della promozione/informazione su prodotti agricoli di alta qualità o in settori analoghi e affini, esperienza nella realizzazione di eventi, attività di PR e Ufficio Stampa, organizzazione di degustazioni, elaborazione materiale promozionale/informativo, gestione siti web e social media. In questo ambito potranno essere fornite informazioni sull'eventuale appartenenza a reti di organismi simili operanti nello stesso ambito, a livello europeo ed internazionale. Inoltre, l'operatore economico che parteciperà alla Gara di Selezione dovrà fornire una presentazione del gruppo di lavoro, con descrizione delle figure professionali impiegate e delle loro competenze, allegando i curriculum vitae.

### B) Dettaglio delle attività

L'operatore dovrà indicare per ogni attività prevista da progetto sopra descritta, le iniziative, le relative modalità di esecuzione e il raggiungimento dei risultati. Per il periodo di attuazione del programma, è prevista la realizzazione di una serie di output minimi richiesti per ciascuna settore di attività. I concorrenti hanno facoltà di presentare in sede di offerta tecnica una proposta che preveda la realizzazione di un numero maggiore di output, a condizione che la conseguente offerta economica rientri obbligatoriamente entro i limiti determinati dalla base d'asta.

## MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA ECONOMICA– BUSTA C

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 azioni necessarie per l'organizzazione e realizzazione stessa delle attività (es.: selezione e contatto con i fornitori, ricerca dei prezzi, scelta delle location, prenotazioni, organizzazione degli eventi, ecc.). Si richiede quindi la predisposizione 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:

ES. STRUMENTI DI COMUNICAZIONE	ANNO 1	ANNO 2
<b>FLYER</b>		
Totale annuo attività	XXXXX €	XXXXX €
Onorario agenzia (costo unitario al giorno per un consulente senior o per un consulente junior)	XXXXX €	XXXXX €
Numero giornate previste	XXXXX €	XXXXX €
Totale onorario agenzia	XXXXX €	XXXXX €
Totale annuo comprensivo di onorario	XXXXX €	XXXXX €
<b>GADGET</b>		
Totale annuo attività	XXXXX €	XXXXX €
Onorario agenzia (costo unitario al giorno per un consulente senior o per un consulente junior)	XXXXX €	XXXXX €
Numero giornate previste	XXXXX €	XXXXX €
Totale onorario agenzia	XXXXX €	XXXXX €
Totale annuo comprensivo di onorario	XXXXX €	XXXXX €



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

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

Sono a carico dell'organismo di esecuzione:

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

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

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

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