



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

Approvato dal Consiglio di Amministrazione del Consorzio per la Tutela del Formaggio Pecorino Romano DOP con Deliberazione del 19 dicembre 2022 verbale n°9 31/01/2023 e Deliberazione del 31 gennaio 2023 verbale n. 1

### 1 Premessa ed informazioni preliminari

**Il Consorzio per la Tutela del Formaggio Pecorino Romano** (di seguito Organismo appaltante), con sede in Macomer (NU) – Corso Umberto I 226, P. IVA e C.F. 00958190910, intende presentare, un **Programma d'informazione e promozione di durata triennale (2024 – 2025- 2026)**, nel mercato interno: ITALIA – GERMANIA a valere sul Regolamento UE n. 1144/2014 del Parlamento Europeo e del Consiglio, in particolare sulla prossima Call 2023 per i programmi semplici, bando pubblicato in scadenza per la presentazione delle proposte il 20 aprile 2023.

### INDICE

ai sensi degli articoli di riferimento del Reg. (UE) n. 1144/2014, del Reg. delegato (UE) n. 2015/1829, del Reg. di esecuzione (UE) n. 2015/1831, un **bando di gara per la selezione, mediante Procedura Competitiva Aperta, di un Organismo di esecuzione** incaricato della realizzazione delle azioni (attività/iniziative) rivolte al raggiungimento degli obiettivi previsti nell'ambito del **Programma che verrà presentato a valere sul Regolamento UE n. 1144/2014 del Parlamento Europeo e del Consiglio - Call 2023** e che, in caso di positivo accoglimento della domanda, si svolgerà nei seguenti Paesi target: **ITALIA e GERMANIA** e riguarderà i seguenti prodotti a denominazione comunitaria:

Codice riconoscimento prodotto d'origine – Numero fascicolo <sup>1</sup>	Prodotto
PDO-IT-0017 <sup>2</sup>	Pecorino Romano DOP

Gli operatori economici in possesso dei requisiti indicati nei Regolamenti UE sopra menzionati, così come specificati nei paragrafi seguenti, sono invitati a presentare un'offerta attenendosi puntualmente alle indicazioni contenute all'interno del presente “Capitolato tecnico”.

**Si precisa fin da ora che, essendo il presente invito a presentare proposte finalizzato all'esecuzione di un programma promozionale che deve ancora essere oggetto di domanda di contributo a valere sui fondi di cui sopra, qualora il Consorzio per la Tutela del Formaggio Pecorino Romano non rientrasse tra le organizzazioni proponenti selezionate nell'ambito della sopra menzionata Call for proposals, l'aggiudicazione dei servizi oggetto della presente gara verrà considerata priva di valore ed inefficace. In tal caso, pertanto, nessuna obbligazione rimarrà in capo al Consorzio per la Tutela del Formaggio Pecorino Romano, che non potrà essere oggetto di alcuna richiesta di rimborso o richiesta danni.**

<sup>1</sup> Fonte: <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>

<sup>2</sup> Fonte: <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>



La proposta formulata dall'operatore selezionato verrà utilizzata dal Consorzio per la Tutela del Formaggio Pecorino Romano per la presentazione della domanda di contributo a valere sull' Invito a presentare proposte "Programmi semplici – AGRIP-SIMPLE – 2023 – IM – EU QS— Reg. UE 1144/2014.

In caso di rifiuto di approvazione del programma sulla call 2023 da parte della commissione europea, l'organizzazione proponente si riserva il diritto di ri-depositare il progetto concepito in collaborazione con l'organismo di esecuzione selezionato nel quadro di uno o più bandi ufficiali della commissione europea entro e non oltre Agosto 2024

**Le proposte ricevute nell'ambito della presente procedura di selezione saranno pertanto considerate valide per 18 mesi dalla data di aggiudicazione.**

2

## 1.1 Quadro normativo di riferimento

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

- **Regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 22 ottobre 2014**, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi e che abroga il regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio;
- **Regolamento delegato (UE) 2015/1829 della Commissione, del 23 aprile 2015**, che integra il regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi;
- **Regolamento di esecuzione (UE) 2015/1831 della Commissione, del 7 ottobre 2015**, recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi;
- **Invito a presentare proposte** pubblicato dall'AGENZIA ESECUTIVA PER LA RICERCA (REA) AGRI SIMPLE 2023 del 19 Gennaio 2023;
- **Orientamenti sulla procedura di gara** di cui alla nota della Commissione europea DDG1.B5/MJ/DB D(2016)321077 del 7 luglio 2016;
- **Orientamenti sulla procedura di gara** Decreto del Direttore generale Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali PQAI 05 Prot. N. 0526288 del 17/10/2022

Il Consorzio per la Tutela del Formaggio Pecorino Romano **non è un organismo di diritto pubblico** ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 1, punto 4, della Direttiva 2014/24/UE e, pertanto, come indicato nella normativa sopra citata, non è tenuto ad applicare le norme nazionali che recepiscono le Direttive europee sugli appalti pubblici (in Italia il Decreto Legislativo 50/2016). Il Consorzio deve però effettuare la selezione degli Organismi di esecuzione attraverso una procedura di gara aperta nel rispetto dei principi di interesse transfrontaliero, trasparenza, pubblicità, imparzialità, parità di trattamento dei candidati, nonché delle condizioni indicate nei predetti Orientamenti e decisioni della Commissione europea e del Ministero dell'Agricoltura e della sovranità alimentare e delle foreste.

**La Direttiva 2014/24/UE e il Decreto Legislativo 50/2016 saranno, pertanto, applicati solo se e nella misura in cui siano espressamente richiamati nei documenti di gara (bando e capitolato tecnico e relativi allegati).**



La procedura competitiva garantirà in ogni caso il rispetto dei principi di non discriminazione, parità di trattamento, trasparenza, pubblicità, proporzionalità, chiarezza e coerenza dei criteri di selezione e di aggiudicazione previsti con le finalità delle prestazioni richieste e con il valore delle medesime, miglior rapporto qualità-prezzo e assenza di conflitti d'interessi.

La presente procedura non prevede un'articolazione in lotti, in quanto risulta più efficiente ed efficace per l'esecuzione del servizio, l'individuazione di un unico appaltatore, che possa svolgere tutte le attività previste dal Programma in oggetto.

Infatti, i pacchetti di lavoro e le relative attività sono strettamente connesse tra di loro e da realizzarsi secondo una sequenza logica e funzionale che può essere ottimizzata solo avendo un unico appaltatore, il quale deve assicurare il coordinamento e l'integrazione del gruppo di lavoro e delle diverse professionalità necessarie e coinvolte nella realizzazione del servizio.

## 2. Informazioni principali di progetto

### Prodotti oggetto di promozione:

Codice riconoscimento prodotto d'origine – Numero fascicolo <sup>3</sup>	Prodotto
PDO-IT-0017 <sup>4</sup>	Pecorino Romano DOP

**Organismo appaltante:** Consorzio per la tutela del Formaggio Pecorino Romano DOP

**Paesi target:** Italia e Germania

### Gruppi target:

- Consumatori
- Operatori del settore – Canale Ho.Re.Ca.
- Giornalisti e blogger
- Scuole alberghiere e scuole di cucina e associazioni professionali cuochi

**Obiettivo generale:** rafforzare la competitività, la riconoscibilità e il consumo dei prodotti agroalimentari europei di qualità sui mercati italiano e tedesco, così come l'aumento e la diffusione della conoscenza verso i regimi di qualità europei, i prodotti Europei che presentano un riconoscimento di qualità e verso i valori espressi dal sistema Europeo delle denominazioni di origine come attributi di qualità e sicurezza, attraverso gli esempi rappresentati dai prodotti oggetto del programma.

In particolare, l'obiettivo generale può essere così declinato:

- Aumentare la competitività dei prodotti di qualità a marchio europeo attraverso azioni volte ad affrontare la concorrenza di prodotti dalla qualità e dagli elementi nutrizionali inferiori;
- Aumentare la riconoscibilità delle DOP europee da parte di consumatori finali e da parte degli operatori del settore attraverso azioni di informazione e promozione specifiche;

<sup>3</sup> Fonte: <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>

<sup>4</sup> Fonte: <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>



- Aumentare il grado di consapevolezza verso i regimi di qualità europei e la loro riconoscibilità sui mercati target: ITALIA E GERMANIA

Al fine di individuare gli obiettivi specifici si forniscono le seguenti informazioni

4

### **Mercato Italia:**

Dopo lo storico traguardo di 52 miliardi di valore nel 2021, l'export agroalimentare made in Italy anche nel corso del 2022 ha rilevato una crescita importante.

All'interno del panorama delle produzioni di qualità italiano, il Pecorino Romano è tra le maggiori DOP conosciute nel Paese target Italia ed insieme alle principali DOP risulta tra le trainanti del mercato.

Il territorio delle regioni della Sardegna, del Lazio e della provincia di Grosseto costituiscono le uniche aree territoriali di provenienza del latte utilizzato per la produzione di Pecorino Romano DOP; ciò ne garantisce il rispetto e la tutela sia nella produzione che nella lavorazione. Ciò porta il Pecorino Romano ad avere una forte connotazione territoriale legata non solo alla produzione ma anche per il consumo.

Da un approfondimento condotto dal Consorzio di Tutela Pecorino Romano DOP si è rilevato che:

- L'Italia costituisce il 30% del mercato complessivo;
- Il consumo è maggiormente concentrato su alcune regioni italiane (specificatamente Centro-Sud ed isole);
- La conoscenza delle caratteristiche del prodotto e del suo ciclo di produzione risulta ancora limitata
- La conoscenza della storia, della tradizione e delle abitudini di consumo risultano ancora limitate fuori dalle zone di produzione

Gli italiani sono tra i **maggiori mangiatori di formaggi** e ogni anno ne consumano circa 23 chilogrammi, un primato che si contendono con francesi e olandesi. I motivi di questo primato sono la lunga tradizione, le grandi varietà, l'alta qualità e i loro numerosissimi usi in cucina. **Il consumatore italiano è sempre più attento alla qualità del prodotto**, ma anche agli effetti di ciò che acquista sulla propria salute e benessere, come dimostra la grande attenzione che registrano i formaggi con certificazione d'origine e privi di lattosio.

Il miglioramento della conoscenza del prodotto deve basarsi su un piano di promozione "nazionale" che, partendo dalle campagne promozionali in corso di realizzazione, vada ad insistere maggiormente in quelle aree del Paese in cui la concentrazione degli acquisti di formaggio Pecorino è inferiore.

### **Mercato Germania:**

La Germania è la prima economia dell'UE. Da sempre i rapporti economici e commerciali tra Italia e Germania, sono fiorenti. La Germania è complessivamente il 1° mercato di destinazione dell'export dell'Italia.

L'interscambio italo-tedesco di prodotti agro alimentari è significativo in termini quantitativi, tenuto presente che la Germania è il primo mercato d'esportazione per il comparto agroalimentare italiano. Il settore agroalimentare tedesco è molto importante per l'economia tedesca, ma non riesce a soddisfare le esigenze di consumo del mercato interno. La Germania è un Paese con una lunga e ricca tradizione casearia che si è sviluppata a partire dalle regioni del Sud, in primis dalla Baviera, sia per influenza degli antichi romani colonizzatori, sia, più recentemente, per l'influenza degli svizzeri che dall'Ottocento hanno introdotto la lavorazione di formaggi in stile Emmentaler. Nel 2021, il mercato del formaggio in Germania ha subito una lieve espansione, con le importazioni che nel 2021 si sono attestate a 901,7 migliaia di tonnellate



(+0,7%/2020). I ricavi hanno raggiunto circa i 5,1 miliardi di dollari (+7,1%/2020). I consumatori tedeschi hanno acquistato 1.029,9 migliaia di tonnellate di formaggio; il 3,3% in più rispetto al 2020. L'Italia con 79,7 migliaia di tonnellate e ricavi di 691,5 milioni di dollari, rappresenta l'8,8% del totale di formaggi importati (Fonte: Il mercato del formaggio in Germania – Confcooperative).

**Il principale driver di acquisto per il consumatore tedesco, dopo il sapore, è il prezzo** a cui risulta essere molto sensibile. La sensibilità al prezzo da parte dei consumatori tedeschi, porta molto spesso i prodotti italiani ad essere percepiti per un utilizzo limitato ad occasioni particolari, "adatti" alla classe medio-alta, maggiormente disposta a spendere cifre più elevate. Nonostante tale propensione, il consumatore tedesco **tendenzialmente è molto attento alle qualità organolettiche** (gusto, colore, odore), **all'origine del prodotto, alla genuinità ed al marchio DOP** e mostra un crescente interesse verso i formaggi di qualità e con caratteristiche di salubrità, ma la consapevolezza sulla qualità e sulle caratteristiche dei prodotti a marchio europeo DOP da parte dei consumatori tedeschi non è però sempre motore per un cambiamento nelle abitudini di acquisto. Infatti, i consumatori tedeschi sono orientati ad acquistare prodotti di imitazione per contenere la spesa, aspetto che deve essere debitamente disincentivato, favorendo invece il collegamento tra i marchi di qualità e i fattori positivi ricercati dai consumatori nei prodotti destinati al consumo alimentare.

Sul mercato tedesco è presente una fitta e consolidata rete Ho.Re.Ca. che può essere lo strumento per una promozione specificamente rivolta a un target di consumatori finali maggiormente interessato a prodotti di qualità superiore, pertanto più recettivi a tematiche come la sostenibilità, la tipicità e la salubrità che caratterizzano i prodotti a marchio DOP.

La proposta progettuale pertanto dovrà prevedere sui due mercati target, attività volte a:

- Informare i consumatori sulle caratteristiche del prodotto e sul suo ciclo di produzione
- Promuovere un consumo più consapevole sulle caratteristiche qualitative del prodotto e meno price sensitive
- Raccontare ai consumatori, attraverso meccanismi di story telling le tradizioni, gli usi e la tipicità del prodotto e delle sue zone di origine
- Comunicare la salubrità del prodotto e la sostenibilità della filiera

### **Sostenibilità della filiera**

Il **Pecorino Romano**, attraverso il progetto **LIFE MAGIS “Made Green in Italy Scheme”** (LIFE18 GIE/IT/000735), ha avviato con il Ministero dell'Ambiente, la **certificazione di marchio green** allo scopo di **valutare l'impronta ambientale nella produzione di latte di pecora** con l'obiettivo di ottenere il riconoscimento green che interesserà l'intera filiera produttiva. È la prima volta, a livello internazionale, che verrà valutata l'impronta ambientale nella produzione e trasformazione del latte di pecora (finora le valutazioni sono state fatte esclusivamente sul latte vaccino) e la capacità delle aziende di produrre inquinando poco e rispettando l'ambiente. Attraverso questo progetto si darà una corretta informazione sulla sostenibilità degli allevamenti e delle produzioni in un mercato sempre più attento alle tematiche ambientali dei prodotti agroalimentari. Il progetto LIFE MAGIS, co-finanziato dal Programma LIFE della Unione Europea e coordinato da ENEA – Agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile – ha preso avvio a settembre 2019 e si è concluso a dicembre 2022. Il progetto, inoltre, intende contribuire alla diffusione dello schema nazionale volontario per la valutazione e la comunicazione dell'impronta ambientale dei prodotti (Made Green in Italy, MGI), previsto dal Collegato ambientale del 2015 (Legge 28 dicembre 2015, n. 221) nel quadro delle iniziative di promozione della green economy. Il MGI utilizza la metodologia per il calcolo dell'impronta ambientale dei prodotti (PEF) promossa dall'Unione Europea con la Raccomandazione 2013/179/UE. In linea generale ed allo stato attuale delle conoscenze, è possibile affermare che l'impatto



ambientale dell'allevamento degli ovini è relativamente modesto. **L'allevamento tradizionale è a basso input ambientale e poco intensivo** essendo ancora legato alla pastorizia, ha nella sostenibilità territoriale e ambientale il suo fulcro secolare e tradizionale.

Inoltre, il Pecorino Romano **si allinea con Europe's beating cancer plan**, poiché rappresenta una fonte significativa di amminoacidi essenziali, proteine ad alto valore biologico, glucidi semplici, sali minerali e vitamine. Per la ricchezza di calcio e di fosforo, può soddisfare le necessità minerali dei bambini in accrescimento e delle persone in età avanzata, soprattutto delle donne in menopausa. **È un alimento ad alto potere energetico (409 Kcal/100 gr), consigliato nella dieta degli sportivi. È privo di glutine, pertanto adatto alla dieta dei celiaci.** In particolare, **il latte di pecora, rispetto al latte vaccino, ha il doppio delle proteine**, molti più grassi "sani" che **contribuiscono all'assorbimento delle vitamine e aiutano ad abbassare i livelli del colesterolo cattivo e ad aumentare quello buono.**

I soggetti che parteciperanno al presente invito dovranno presentare un corpus di attività e iniziative (informative e promozionali) che si sviluppa intorno a una chiara e precisa strategia orientata ai mercati e ai gruppi target, finalizzata al raggiungimento degli obiettivi sopra esposti e coerente con la durata prevista e le risorse finanziarie messe a disposizione.

**Pacchetti di lavoro (Work Package - WP) ed attività che dovranno essere presenti all'interno delle proposte**, secondo le modalità descritte in dettaglio all'interno del capitolato tecnico:

- ✓ WP 2 - Pubbliche relazioni
- ✓ WP 3 - Web site, Social media
- ✓ WP 4 - Advertising
- ✓ WP 5 - Communication tools
- ✓ WP6 - Eventi

Nel paragrafo 5 del presente capitolato sono indicati maggiori dettagli ed informazioni relativi ai suddetti WP.

Si richiede altresì di formulare la proposta progettuale in linea con l'attuale piano di comunicazione che il Consorzio sta realizzando sui paesi target.

**Durata del Programma:** 36 mesi (3 fasi annuali), con avvio indicativo al 1° Febbraio 2024.

**Budget delle azioni in capo all'Organismo esecutore:** si precisa che i soggetti interessati a partecipare al presente bando di gara dovranno presentare un'offerta prendendo in considerazione il **budget complessivo fino a un massimo di € 3.140.000,00 oltre IVA** ai sensi di legge, comprensivo dei **costi relativi alla realizzazione delle attività di progetto e del compenso dell'organismo di esecuzione** (onorario dell'operatore economico). Perciò, tale importo deve includere anche l'onorario dell'operatore economico, mentre non comprendono altri oneri che verranno sostenuti direttamente dalle organizzazioni proponenti.

La ripartizione indicativa del budget sui paesi target è la seguente:

Paese target	Importo (€)
ITALIA	2.341.000,00
GERMANIA	799.000,00
<b>TOTALE</b>	<b>3.140.000,00</b>

Si rimanda al successivo paragrafo 5 per maggiore dettaglio.



## CAPITOLATO TECNICO

### 3 Oggetto dell'appalto

#### 3.1 Descrizione generale del servizio

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

L'Organismo di esecuzione dovrà quindi assicurare:

- lo sviluppo progettuale dei pacchetti di lavoro che compongono il Programma di durata triennale, a partire dalla sottoscrizione del contratto tra l'Organismo appaltante e l'Organismo di esecuzione;
- l'attivazione operativa delle azioni e delle attività promozionali previste per il periodo stabilito dal Programma, sulla base degli obiettivi previsti dalla strategia di comunicazione, anche attraverso il monitoraggio costante delle attività realizzate e dei relativi effetti;
- la gestione finanziario-amministrativa dei pacchetti di lavoro che compongono il Programma, comprensiva delle relazioni tecniche periodiche, della relazione tecnica finale e tutta la documentazione necessaria per la rendicontazione.

Il servizio deve caratterizzarsi per un qualificato supporto tecnico e operativo, un'elevata qualità dei prodotti realizzati, e 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 delle attività concordate del Programma deve svolgersi in maniera coerente rispetto agli obiettivi generali e specifici e alla strategia di comunicazione, tenendo in considerazione le Priorità e gli obiettivi del Reg. UE 1144/2014, assicurando una chiara riconoscibilità al Programma e ai relativi soggetti promotori.

#### 3.2 Modalità di esecuzione

L'Organismo di esecuzione deve costituire e disporre, per la durata del contratto, un Gruppo di lavoro, nel rispetto dei requisiti di partecipazione, che è incaricato di gestire e attuare il Programma. Tutte le attività del Gruppo di lavoro devono essere concordate e condivise con l'Organismo appaltante.

È previsto che uno o più componenti del Gruppo di lavoro siano disponibili per riunioni di monitoraggio periodiche presso la sede dell'Organismo appaltante, per dare supporto operativo alle attività del piano che necessitano di essere svolte in stretto coordinamento con la struttura di riferimento. Il coordinamento e lo scambio di informazioni con l'Organismo appaltante può prevedere, inoltre, modalità differenti e articolate: riunioni, contatti telefonici, videochiamate, corrispondenza via e-mail, scambio di materiali e documenti attraverso i sistemi di condivisione online.

#### 3.3 Personale addetto e gruppo di lavoro

L'Organismo di esecuzione deve assicurare le prestazioni inerenti ai servizi in affidamento con personale integrato con legittimi rapporti di lavoro e avente i requisiti professionali e tecnici adeguati all'impiego e alla realizzazione del progetto. Il gruppo di lavoro deve essere caratterizzato da un approccio organizzativo flessibile per rispondere alle variazioni e/o imprevisti, alle esigenze che potranno determinarsi nel corso dello svolgimento delle attività.

In particolare, lo staff del gruppo di lavoro dedicato dovrà possedere un ventaglio di competenze nei seguenti ambiti, elencati a titolo esemplificativo e non esaustivo: comunicazione, organizzazione di eventi e fiere,



conoscenza ed esperienza di attività svolte in relazione al mercato target di progetto, ufficio stampa, project management, digital web e social management, grafica, etc. In particolare, deve essere in grado di definire gli obiettivi quantitativi a priori e proporre progetti coerenti a questo. Inoltre, l'Organismo di esecuzione deve prevedere un adeguato monitoraggio dei risultati.

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

- a) costituire e rendere disponibile un adeguato team di progetto (le persone che si occuperanno direttamente del lavoro da svolgere), nel rispetto dei requisiti di partecipazione; che verrà definito d'accordo con il soggetto appaltante;
- b) concordare e condividere tutte le attività del team con il soggetto appaltante;
- c) adibire al servizio personale idoneo, di provata capacità, onestà, moralità e di provata riservatezza il quale dovrà mantenere il più assoluto riserbo su quanto sia venuto a conoscere nell'espletamento del servizio;
- d) 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;
- e) rispettare, nei confronti del proprio personale, i contratti di lavoro relativi al trattamento salariale, normativo, previdenziale ed assicurativo;
- f) prevedere un Referente di progetto che presenzi alle riunioni di monitoraggio presso la sede del committente (queste avranno una periodicità definita dal committente), per dare supporto operativo alle attività del Programma;
- g) predisporre tutti i possibili mezzi di comunicazione che possano semplificare il coordinamento, monitoraggio e controllo del Programma.

#### 4 Durata del servizio

Il contratto relativo al servizio avrà per oggetto lo svolgimento delle attività indicate nel presente capitolato tecnico, alle condizioni ivi riportate e verrà siglato successivamente alla firma, da parte del soggetto proponente, della Convenzione di Sovvenzione con lo Stato Membro e l'Ente pagatore (AGEA).

L'Organismo esecutore si impegna ad eseguire le prestazioni per i tempi di durata ed entro le scadenze previste dalla Convenzione, dal presente capitolato tecnico, dal cronoprogramma e, ove non altrimenti previsto, secondo le tempistiche indicate da parte del soggetto proponente / Organismo appaltante. Il servizio avrà la durata del progetto e per complessivi trentasei mesi decorrenti dalla data di stipula del contratto.

L'Organismo appaltante si riserva la facoltà di disdettare il servizio con un preavviso di almeno tre mesi tramite raccomandata con ricevuta di ritorno o PEC nel caso di inosservanza di quanto stabilito nel presente atto.

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

#### 5 Tipologia di attività e iniziative previste dal Programma

Le attività e le iniziative (Work Package – WP) che dovranno comporre il Programma promozionale sono assimilabili a quelle classiche di informazione e promozione di prodotti agricoli ed eno-gastronomici di alta qualità, tenuto conto delle tematiche da trattare e degli obiettivi elencati sopra e rientrano nelle seguenti categorie:



- WP2 – Pubbliche relazioni
- WP3 – Web site, Social media, creazione gruppi e comunità virtuali
- WP4 – Advertising
- WP5 – Comunication tools
- WP6 – Eventi

L'obiettivo è quello di ampliare la presenza del Consorzio per la Tutela del Formaggio Pecorino Romano sul mercato ITALIA e GERMANIA.

9

### I soggetti target

- Consumatori
- Operatori del settore – Canale Ho.Re.Ca.
- Giornalisti e blogger
- Scuole alberghiere e scuole di cucina e associazioni professionali cuochi

Si riportano di seguito le indicazioni di massima relative alle attività informative e promozionali che dovranno comporre le proposte presentate nell'ambito della presente procedura di selezione.

Si precisa che l'offerente all'interno e nel rispetto degli elementi caratterizzanti dei WP indicati ha delle indicazioni di massima, ma è libero di formulare e approfondire le azioni proposte così come di modificare il relativo budget rispettando i WP elencati e comunque sempre secondo le modalità da consentire di raggiungere gli obiettivi previsti dal programma.

Si richiede che l'offerta sia corredata da una presentazione della strategia generale del programma sulla base delle informazioni fornite all'art. 2:

Si richiede che la strategia sia improntata a:

- Capacità di rispondere alle esigenze informative dei target;
- Efficacia comunicativa del messaggio e dei contenuti;
- Capacità di coinvolgere i soggetti target;
- Integrazione con l'esistente sistema di comunicazione del Consorzio

Si richiede che la strategia descriva con quali sue caratteristiche la proposta sia idonea a trasmettere in modo efficace il messaggio e i contenuti del programma

Si richiede che la strategia generale individui delle zone geografiche del mercato target motivando la scelta, tenendo presente quanto indicato nel presente capitolo.

Per ogni singolo WP sviluppato si richiede l'indicazione dei risultati attesi e una specifica delle modalità realizzative.



## WP 2 – Pubbliche Relazioni

### Attività continuativa di Pubbliche relazioni

Obiettivo principale dell'azione in questione è rafforzare la riconoscibilità del marchio di qualità DOP (e del prodotto testimonial in particolare) in oggetto sui mercati target focalizzando il messaggio sulla qualità, sulla sostenibilità e sul logo comunitario.

Obiettivi specifici:

- ✓ Informare i consumatori sulle caratteristiche del prodotto e sul suo ciclo di produzione
- ✓ Promuovere un consumo più consapevole sulle caratteristiche qualitative del prodotto e meno price sensitive
- ✓ Raccontare ai consumatori attraverso meccanismi di story telling le tradizioni, gli usi, e la tipicità del prodotto e delle sue zone di origine
- ✓ Comunicare la salubrità del prodotto e la sostenibilità della filiera

L'attività di comunicazione tramite ufficio stampa dedicato, sarà quindi basata sulle parole chiave condivise ed arricchita di tutti gli spunti notiziabili. Gli eventi stampa organizzati offriranno elementi e contenuti comunicativi che avranno diffusione nei mesi successive attraverso l'attività di ufficio stampa e PR.

L'attività di pubbliche relazioni sarà rivolta a:

- ✓ consumatori finali attraverso il coinvolgimento dei media tradizionali e soprattutto dei blogger e influencer che si occupano del settore vino, gastronomia, viaggi e lifestyle
- ✓ giornalisti, influencers, bloggers...
- ✓ operatori del settore Ho.re.ca.
- ✓ Scuole alberghiere e scuole di cucina e associazioni professionali cuochi

*Si richiede all'offerente di formulare la sua migliore proposta per favorire il raggiungimento degli obiettivi previsti e dettagliarne la metodologia di lavoro, le singole attività fornendo nell'offerta economica il dettaglio costi unitari per ogni singola attività proposta*

### BUDGET INDICATIVO ANNUALE TRIENNALE PER PAESE TARGET

**ITALIA €. 190.000,00**

**GERMANIA €. 110.000,00**

## WP3 - Web site, social media

### Comunicazione on line

#### SITO WEB

Contestualmente all'avvio del progetto si richiede la realizzazione di un sito web dedicato alla campagna, garantendo un'integrazione con il sito del Consorzio di tutela Pecorino Romano. Tale sito dovrà essere aggiornato per tutta la durata del progetto con i contenuti della campagna promozionale

#### CANALI SOCIAL

Al sito web verranno affiancati i canali social più idonei oltre ai canali già in uso. Fb e Ig si richiede una proposta editoriale che preveda oltre ai canali già in uso, anche l'attivazione di:

- Linkedin in doppia lingua per posizionare il marchio e per la reputazione stessa



- Canale you-tube in doppia lingua interattivo, ad esempio che preveda ricette di chef anche stranieri, interviste, video promo

#### CREAZIONE DI UNA COMMUNITY ONLINE

Si richiede di proporre una strategia che individui il canale più idoneo per la creazione di una comunità virtuale dove attivare delle corrette dinamiche di gamification al fine di accogliere l'utente e condurlo in un percorso volto alla fidelizzazione verso il prodotto.

Si richiede una proposta di piano editoriale che alterni post promozionali con altri link utili che offrano nuovi spunti di riflessione, creazione di contenuti per l'animazione sui social media, sessioni di Q&A (domande e risposte) con esperti, immagini, meme e grafici informativi, video e dirette. Può essere utile, poi, riservare uno spazio nel calendario editoriale agli User Generated Content, cioè i contenuti generati dagli stessi utenti.

Si richiede all'offerente di formulare la sua migliore proposta per favorire il raggiungimento degli obiettivi previsti e dettagliarne la metodologia di lavoro, le singole attività fornendo nell'offerta economica il dettaglio costi unitari per ogni singola attività proposta.

#### BUDGET INDICATIVO ANNUALE TRIENNALE PER PAESE TARGET

**ITALIA €. 150.000€**

**GERMANIA € 150.000€**

11

#### WP4 - Advertising

##### Pubblicità

Le campagne ADV devono essere guidate dalla strategia di progetto e dal lavoro di ufficio stampa e PR.

Si richiede che le campagne di advertising in Italia vengano realizzate principalmente sui canale TV comprendendo anche interventi in programmi di cucina e alimentazione e in maniera minoritaria sui restanti canali (stampa di settore, social etc.) e in misura minore anche su carta stampata, radio e online.

Nel mercato tedesco le campagne ADV dovranno essere pianificate su riviste specifiche rivolte al settore HoReCa , radio e online.

In riferimento alle pubblicità sui mezzi di stampa e comunicazione radiotelevisiva, si richiede ai soggetti partecipanti di presentare la propria migliore proposta in termini di testate e canali, al fine di raggiungere i risultati attesi rispetto agli obiettivi promozionali prefissati

Si richiede all'offerente di formulare la sua migliore proposta per favorire il raggiungimento degli obiettivi previsti e dettagliarne la metodologia di lavoro, le singole attività fornendo nell'offerta economica il dettaglio costi unitari per ogni singola attività proposta.

#### BUDGET INDICATIVO ANNUALE TRIENNALE PER PAESE TARGET

**ITALIA €. 1.325.000,00**

**GERMANIA €. 285.000,00**

#### WP 5 – COMMUNICATION TOOLS

##### Materiali informativi e merchandising

Il materiale promozionale è un supporto fondamentale per tutte le attività pianificate ed in particolare per quelle a più diretto contatto con i consumatori finali.

Il materiale promozionale dovrà includere a titolo esemplificativo folder informativi e gadgets, distribuiti ai partecipanti nel corso degli eventi e fruibili on-line che affrontino i messaggi chiave del progetto:

- ✓ Presentazione dei sistemi di qualità certificata;



- ✓ Rispetto delle politiche UE in termini di qualità, tracciabilità, sostenibilità, sicurezza ambientale, autenticità, rispetto per l'ambiente;
- ✓ Presentazione delle produzioni e dell'organizzazione proponente;
- ✓ Presentazione del territorio di riferimento
- ✓ Tradizioni, stori e usi del prodotto e del suo territorio di origine
- ✓ Sostenibilità della filiera

Si richiede al soggetto proponente di presentare almeno due proposte complete di messaggio chiave e key visual, accompagnate da articoli rational; si richiede che questi elementi abbiano capacità di esprimere trasparenza-credibilità-autenticità. Le proposte dovranno essere coerenti con la strategia generale di programma, integrabili nell'ecosistema di comunicazione esistente e adeguate per una efficace trasmissione del messaggio sui due paesi target. Si richiede che tono e stile del linguaggio siano distintivi e coerenti con l'identità del Consorzio e del brand, con il tema trattato, con il target di progetto e funzionali alla comunicazione presso i diversi target. Si richiede altresì la presentazione di alcune declinazioni indicative di contenuti e dei principali materiali per la realizzazione delle attività

#### **VIDEO PROMOZIONALI**

La proposta deve prevedere la realizzazione di almeno 1 spot promozionale per il mercato Italia e Germania. Si richiede di presentare una prima proposta di story-board che contempli l'idea creativa e le diverse sezioni di sviluppo dei video tenendo conto che sia possibile una modulabilità per l'utilizzo sui canali social di progetto

*Si richiede all'offerente di formulare la sua migliore proposta per favorire il raggiungimento degli obiettivi previsti e dettagliarne la metodologia di lavoro, le singole attività fornendo nell'offerta economica il dettaglio costi unitari per ogni singola attività proposta.*

#### **BUDGET INDICATIVO ANNUALE TRIENNALE PER PAESE TARGET**

**ITALIA € 186.000,00**

**GERMANIA € 94.000,00**

#### **WP6 - EVENTI**

##### **6A Stands at trade fairs**

Partecipazione alle fiere di settore sui due paesi target Cibus, Tuttofood, Anuga

*Si richiede all'organismo esecutore di formulare la sua migliore proposta per favorire il raggiungimento degli obiettivi previsti e dettagliarne la metodologia di lavoro, le singole attività fornendo nell'offerta economica il dettaglio costi unitari per ogni singola attività proposta.*

##### **6B Scuole alberghiere e associazioni professionali cuochi – seminari e concorso**

Attività a carattere informativo e formativo finalizzata alla divulgazione dei temi caratterizzanti il progetto, rivolta alle scuole alberghiere e associazione professionali cuochi, attraverso anche organizzazione di contest, concorsi etc...

Si richiede ai soggetti partecipanti di presentare la propria migliore proposta in termini di format per le attività promozionali, al fine di raggiungere i risultati attesi rispetto agli obiettivi promozionali prefissati



*Si richiede all'organismo esecutore di formulare la sua migliore proposta per favorire il raggiungimento degli obiettivi previsti e dettagliarne la metodologia di lavoro, le singole attività fornendo nell'offerta economica il dettaglio costi unitari per ogni singola attività proposta.*

#### **BUDGET INDICATIVO ANNUALE TRIENNALE PER PAESE TARGET**

**ITALIA € 490.000,00**

**GERMANIA € 160.000,00**

13

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

#### **6. Requisiti per la partecipazione alla gara**

Gli operatori economici possono partecipare alla presente gara in forma singola o associata, purché in possesso dei requisiti prescritti dai successivi articoli.

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

Nel caso di partecipazione associata, i successivi requisiti di cui all'art. 6.1 devono essere detenuti da tutti i partecipanti al momento della presentazione dell'offerta.

##### **6.1 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 dalla Direttiva 2014/24/UE, ovvero motivi di esclusione legati:

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

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

In caso di raggruppamento temporaneo non ancora costituito, ciascun operatore dovrà produrre tale dichiarazione.

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

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione: deve aver realizzato, nel quinquennio 2017-2018-2019-2020-2021, un fatturato globale complessivamente non inferiore a Euro 2.500.000,00 (in lettere: Euro duemilionicinquecento/00) al netto dell'IVA, risultante dalle dichiarazioni IVA o imposta equivalente in ambito UE;



- deve allegare la dichiarazione dell'Istituto Bancario di possesso da parte dell'Operatore Economico dei mezzi finanziari necessari per garantire l'esecuzione delle azioni previste dal Programma (idonee referenze bancarie);
- deve allegare copia dell'ultimo bilancio approvato e/o dichiarazione IVA;
- deve allegare la visura CCIAA oppure iscrizione in un registro commerciale tenuto nello Stato membro in cui l'operatore economico ha sede.

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato B), firmata dal legale rappresentante. Tali requisiti devono essere posseduti dall'operatore economico nel suo complesso, ovvero come soggetto in raggruppamento temporaneo d'imprese.

14

### 6.3 Requisiti di capacità tecnica e professionale

L'operatore economico (singolo o in raggruppamento temporaneo d'imprese) che intende partecipare alla presente gara di selezione deve:

- aver realizzato, nel quinquennio 2017-2018-2019-2020-2021, servizi analoghi a quelli oggetto della gara per un importo non inferiore complessivamente ad Euro 2.000.000,00 (in lettere: Euro duemiloni/00) al netto dell'IVA;
- allegare l'elenco dei principali servizi svolti (CV aziendale);
- allegare i CV del personale impiegato, nell'eventuale esecuzione del Programma, dai quali si evinca una comprovata esperienza in servizi analoghi a quelli oggetto della gara.

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

- attività di gestione di progetti/programmi complessi di promozione internazionale;
- attività di gestione di raggruppamenti di aziende e di coordinamento di gruppi di lavoro;
- attività di progettazione e gestione di programmi a contribuzione pubblica;
- attività di organizzazione eventi ed incoming;
- attività di gestione di ufficio stampa;
- attività di comunicazione, PR, etc. anche on-line;
- realizzazione di materiale informativo;
- realizzazione di video promozionali;
- attività promozionali nel settore agroalimentare
- esperienza in attività di comunicazione sul tema "sostenibilità"

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato B) firmata dal Legale Rappresentante del soggetto proponente e l'invio dei CV delle figure professionali previste nell'esecuzione dell'incarico. Tali requisiti devono essere posseduti dall'operatore economico o dal raggruppamento temporaneo d'imprese nel suo complesso, fatto salvo che in tale ultimo caso la mandataria in ogni caso deve possedere i requisiti ed eseguire le prestazioni in misura maggioritaria.

## 7 Commissione giudicatrice e criteri di aggiudicazione

**La Commissione giudicatrice è nominata dopo la scadenza del termine per la presentazione delle offerte** ed è composta da un numero dispari pari al massimo a 5 membri, esperti nello specifico settore cui si riferisce l'oggetto del contratto.



La Commissione giudicatrice è responsabile della valutazione delle offerte tecniche ed economiche dei concorrenti. Il RUP si avvale dell'ausilio della commissione giudicatrice ai fini della verifica della documentazione prodotta e dell'anomalia delle offerte.

L'appalto è aggiudicato in base al **criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa**, secondo la ripartizione dei punteggi di seguito descritta, ma tenendo conto anche dei criteri di qualità.

Si terrà conto congiuntamente degli aspetti qualitativi del servizio e dell'offerta economica: Pertanto, i **100 punti complessivi** saranno valutati secondo il seguente ordine:

QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA: max punti 85	TOTALE PUNTEGGIO ATTRIBUIBILE:
OFFERTA ECONOMICA: max punti 15	max punti 100

La **Commissione giudicatrice** procederà alla valutazione degli elementi di natura qualitativa sulla base degli elementi di valutazione indicati nella tabella sotto riportata.

### 7.1 – Valutazione e qualità dell'offerta tecnica

L'Offerta Tecnica dovrà assicurare i requisiti minimi descritti nel presente capitolato tecnico, dovrà essere formulata in modo da fornire tutti gli elementi necessari ad una valutazione completa ed approfondita in merito al contenuto ed alla qualità del servizio proposto, la cui elaborazione deve essere connotata da sinteticità, concretezza e realizzabilità.

Il punteggio tecnico di **massimo 85 punti** sarà attribuito sulla base della chiarezza, logicità e rigore metodologico dell'esposizione, sinteticità, completezza e coerenza rispetto a quanto richiesto negli atti di gara, in applicazione dei seguenti criteri e sub –criteri valutati come indicati dalla seguente tabella.

OFFERTA TECNICA: MASSIMO 85 PUNTI		
Criteri	Sottocriteri	Punteggio massimo
1.QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA - STRATEGIA COMPLESSIVA	Qualità della articolazione della strategia complessiva e delle attività e loro coerenza con le specifiche previste dal capitolato dal Programma promozionale di riferimento	Fino a 5 punti
	Capacità di produrre i risultati previsti e di raggiungere gli obiettivi previsti dal progetto	Fino a 5 punti
		<b>Massimo 10</b>
2.QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA – ATTIVITÀ DI PROGETTO	Creatività ed innovazione degli strumenti proposti nella pianificazione del programma di attività	Fino a 6 punti
	Efficacia e capacità degli output proposti e previsti di comunicare il messaggio del progetto	Fino a 6 punti
	Qualità della proposta grafica e del concept	Fino a 6 punti
	Qualità della proposta nell'individuazione del target group e del posizionamento sui mercati target	Fino a 6 punti



3.QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA – APPROCCIO METODOLOGICO	Qualità del gruppo di lavoro dedicato alla gestione delle attività di progetto (valutazione CV del gruppo di lavoro dedicato alla realizzazione delle singole attività di progetto)	Fino a 6 punti
		<b>Massimo 30</b>
	Congruenza nelle modalità di realizzazione ed esecuzione delle azioni rispetto alle modalità di esecuzione delle attività e delle iniziative previste dal Programma	Fino a 15 punti
	Adeguatezza della pianificazione in termini di coerenza con gli obiettivi della strategia di comunicazione e coerenza rispetto alle tempistiche della programmazione: in particolare, coerenza tra il cronoprogramma delle attività proposto ed efficacia della realizzazione delle singole azioni, anche in relazione alle risorse professionali coinvolte	Fino a 7 punti
	Adeguatezza dei meccanismi di controllo per monitorare la corretta esecuzione economico-finanziaria del progetto, il rispetto del cronoprogramma e degli indicatori di prodotto e risultato e qualità ed efficacia delle modalità di esecuzione delle attività previste dal Programma	Fino a 7 punti
	Qualità nel coordinamento del progetto (valutazione CV del professionista incaricato del coordinamento delle attività di progetto)	Fino a 9 punti
	Servizi/attività aggiuntivi proposti migliorativi del servizio	Fino a 3 punti
Modalità di interazione/assistenza fornita ai beneficiari		Fino a 4 punti
		<b>Massimo 45</b>
<b>Punteggio massimo Offerta tecnica</b>		<b>85</b>

Per la determinazione dei punteggi ottenuti dell'offerta tecnica in relazione ai rispettivi criteri e sottocriteri sopra indicati, verrà utilizzato il metodo dell'attribuzione discrezionale da parte di ciascun commissario di gara applicando un coefficiente (da moltiplicare poi per il punteggio massimo attribuibile in relazione al criterio), variabile tra 0 e 1. Pertanto, ciascun commissario attribuirà motivatamente un punteggio a ciascuna offerta secondo la seguente griglia:

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	1,0

Per ciascun sub-criterio, una volta che ogni commissario avrà attribuito un coefficiente a ciascun concorrente, verrà calcolata la media dei coefficienti attribuiti dalla Commissione giudicatrice, con valore 1 al coefficiente più elevato tra gli offerenti e di conseguenza riparametrando tutti gli altri coefficienti.

## 7.2 – Valutazione dell'offerta economica

L'offerta economica dovrà essere articolata in modo tale da poter valutare i diversi elementi indicati all'interno della seguente tabella.

OFFERTA ECONOMICA: MASSIMO 15 PUNTI		
Elemento valutazione	di Criterio motivazionale	Punteggio massimo
OFFERTA ECONOMICA Max 15 punti	<b>Analisi economica:</b> Analisi di economicità delle iniziative proposte, secondo i prezzi di mercato <b>Onorario:</b> Valutazione della congruità dell'onorario (espresso in giornate/uomo) e richiesto dall'operatore economico offerente per la realizzazione di ogni azione, in base al costo di ogni azione e ai benefici attesi	Fino a 7 punti Fino a 8 punti
Punteggio massimo attribuibile		15

Per quanto riguarda **l'offerta economica per le attività** (massimo di 7 punti su 100) il punteggio verrà attribuito sulla base della seguente formula:

$$\text{punteggio "offerta economica per le attività" considerata} = \frac{\text{Offerta X}}{\text{Offerta massima}}$$

\*7

dove:

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

Per quanto riguarda **l'offerta economica per l'onorario dell'operatore economico partecipante** (massimo di 8 punti su 100) il punteggio verrà attribuito sulla base della seguente formula:

$$\text{punteggio offerta economica per l'onorario dell'operatore economico considerato} = \frac{\text{Onorario \% minimo}}{\text{Onorario \% X}}$$

\*8

dove:

- Onorario \% minimo: è la percentuale dell'onorario relativo all'offerta economica per l'onorario dell'operatore economico partecipante più bassa tra quelle presentate;
- Onorario \% X: è la percentuale dell'onorario relativo all'offerta economica per l'onorario dell'operatore economico considerato.



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

Non sono ammesse offerte in aumento.

L'apertura della PEC C relativa all'offerta economica avverrà a conclusione dei lavori di valutazione effettuati dalla predetta Commissione giudicatrice.

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

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

In caso di parità di punteggio ottenuto, l'appalto sarà aggiudicato al concorrente che avrà riportato il maggior punteggio nell'offerta tecnica.

In caso di parità di punteggio sia dell'offerta economica, sia dell'offerta tecnica, si procederà con una estrazione a sorte fra i predetti concorrenti.

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

Espletati i controlli previsti circa il possesso dei prescritti requisiti si procederà con l'aggiudicazione.

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

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

Il Consorzio per la Tutela del Formaggio Pecorino Romano DOP procederà all'aggiudicazione anche nel caso in cui venga presentata un'unica offerta valida, purché congrua.

L'Organismo appaltante si riserva di non procedere all'aggiudicazione laddove nessuna offerta risultasse conveniente o idonea in relazione all'oggetto del contratto.

I risultati saranno comunicati via PEC (posta elettronica certificata) ai partecipanti e saranno pubblicati sul sito web del Consorzio del Consorzio per la Tutela del Formaggio Pecorino Romano DOP.

## 8 Presentazione

### 8.1 Modalità di presentazione delle proposte e scadenza



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 tramite:

- PEC attraverso 3 diversi messaggi di posta elettronica certificata (PEC) come sottoindicato;
- Posta o consegna a mano con responsabilità di consegna entro i termini previsti dal presente capitolo a carico del mittente, **in un plico chiuso contenente 3 buste ugualmente chiuse e sigillate con nastro adesivo o altro mezzo idoneo, contenenti la documentazione in formato elettronico (CD o chiavetta USB) come sottoindicato.**

#### **PEC A/BUSTA A - documentazione amministrativa, che dovrà contenere:**

domanda di partecipazione alla procedura secondo il modello di cui all'Allegato A, compilata e firmata dal legale rappresentante;

- a) le dichiarazioni richieste secondo il modello di cui all'Allegato B, compilato e firmato dal legale rappresentante;
- b) documento di identità del/dei sottoscritto/i;
- c) dichiarazione dell'Istituto Bancario di possesso dei mezzi finanziari necessari per garantire l'esecuzione delle azioni previste dal Programma (idonee referenze bancarie);
- d) visura CCIAA oppure iscrizione in un registro commerciale tenuto nello Stato membro in cui l'operatore economico ha sede;
- e) CV del/degli operatore/i economo/i interessato/i alla partecipazione (CV aziendale);
- f) copia dell'ultimo bilancio approvato e/o dichiarazione IVA

#### **PEC B/BUSTA B - offerta tecnica, che dovrà contenere:**

- a) relazione tecnica contenente la descrizione dettagliata delle attività utilizzando i riferimenti indicati nel successivo capitolo: MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA TECNICA- PEC B. **La relazione tecnica dovrà essere redatta in un massimo di 30 cartelle di lavoro**
- b) Key-visual e messaggio chiave
- c) CV del personale impiegato
- d) Cronoprogramma
- e) Allegato C contenente le attività proposte sui diversi WP in italiano e inglese

**PEC C/BUSTA C - offerta economica**, che dovrà contenere l'indicazione dell'offerta economica per le attività (SUB- TOTALE ATTIVITÀ) e dell'onorario dell'operatore economico considerato secondo il modello descritto nel successivo capitolo: MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA ECONOMICA - PEC 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 dovrà essere redatta in lingua italiana e inglese dove richiesto nel capitolo, dovrà essere presentata in formato elettronico - PDF non editabile, stampabile e file.xls - a mezzo PEC, a cura del partecipante alla gara entro e non oltre il giorno 27 FEBBRAIO 2023 alle ore 12,00.**

Tutti i documenti dovranno essere sottoscritti dal legale rappresentante dell'operatore economico partecipante alla procedura di selezione; nel caso di **raggruppamento temporaneo già costituito**, l'offerta deve essere sottoscritta dal legale rappresentante del concorrente designato quale Capogruppo.



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

[amministrazione@pec.pecorinoromano.com](mailto:amministrazione@pec.pecorinoromano.com)

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

**Consorzio per la tutela del Formaggio Pecorino Romano DOP**

**Corso Umberto I, 226**

**08015 Macomer (NU)**

**All'attenzione di Daniela Murgia.**

20

**In caso di spedizione via posta o consegna a mano la consegna è a carico e rischio del mittente e deve avvenire entro e non oltre ora e giorno di scadenza** e sull'esterno del plico deve essere riportata, oltre all'indicazione del mittente (singolo o dei soggetti raggruppati), la seguente dicitura:

**BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DI UNA PARTE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI – MERCATO INTERNO: ITALIA - GERMANIA – NON APRIRE**

Nell'oggetto di ciascuna PEC/BUSTA deve essere riportata la seguente dicitura:

- PEC A o BUSTA A – DOCUMENTAZIONE AMMINISTRATIVA - BANDO DI SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DI UNA PARTE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI – MERCATO INTERNO – ITALIA – GERMANIA
- PEC B o BUSTA B – OFFERTA TECNICA - BANDO DI SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DI UNA PARTE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI – MERCATO INTERNO – ITALIA – GERMANIA
- PEC C o BUSTA C – OFFERTA ECONOMICA - BANDO DI SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DI UNA PARTE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI – MERCATO INTERNO – ITALIA – GERMANIA

## **8.2 Modalità di apertura delle offerte**

La Commissione giudicatrice si riunirà in presenza o da remoto mediante una piattaforma di videoconferenza e le relative modalità verranno comunicate ai soggetti offerenti.

**Data 28 FEBBRAIO 2023**

**Ora 9,30**

Seduta pubblica realizzata in presenza o da remoto tramite piattaforma elettronica di videoconferenza per l'apertura della PEC A/BUSTA A e verifica della documentazione amministrativa.

La valutazione delle offerte tecniche avverrà in una o più sedute riservate in modalità remoto tramite



piattaforma elettronica di videoconferenza da parte della Commissione giudicatrice indicata all'art. 7. I lavori della Commissione giudicatrice saranno adeguatamente verbalizzati con indicazione delle motivazioni a sostegno delle valutazioni effettuate.

Inoltre, come già indicato all'art. 7, l'offerta economica verrà valutata in seduta pubblica, a conclusione dei lavori di valutazione delle offerte tecniche effettuati dalla predetta Commissione.

Per eventuali domande e/chiarimenti per l'esecuzione dell'offerta è possibile rivolgersi ESCLUSIVAMENTE per e-mail a:

- Riccardo Pastore: [direzione@pecorinoromano.com](mailto:direzione@pecorinoromano.com)
- Daniela Murgia: [d.murgia@pecorinoromano.com](mailto:d.murgia@pecorinoromano.com)

Ai quali seguirà risposta esclusivamente per iscritto.

Non saranno prese in considerazione eventuali richieste verbali o inoltrate con modalità diverse da quella indicata.

Le comunicazioni da parte dell'Organismo appaltante avverranno a mezzo posta elettronica (PEC) all'indirizzo di posta elettronica indicato dal concorrente.

## 9 Documenti di gara

### 9.1 Indicazioni rispetto alle irregolarità della documentazione amministrativa – BUSTA/PEC A

Le carenze di qualsiasi elemento formale della domanda possono essere sanate attraverso le richieste di integrazioni e/o documentazione da parte del Consorzio. In particolare, in caso di mancanza, incompletezza e di ogni altra irregolarità essenziale della documentazione presentata, con esclusione di quelle afferenti all'offerta economica e all'offerta tecnica, l'Organismo appaltante assegna al concorrente un termine, non superiore a dieci giorni, perché siano rese, integrate o regolarizzate le dichiarazioni necessarie, indicandone il contenuto e i soggetti che le devono rendere. In caso di inutile decorso del termine di regolarizzazione, il concorrente è escluso dalla gara. Costituiscono irregolarità essenziali non sanabili le carenze della documentazione che non consentono l'individuazione del contenuto o del soggetto responsabile della stessa.

### 9.2 Modalità di predisposizione dell'offerta tecnica – BUSTA/PEC B

#### A. Relazione tecnica: MAX 30 CARTELLE (ES. 30 FOGLI WORD – 30 SLIDE PPT ETC...)

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

#### 1. Strategia complessiva

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

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



## 2. Azioni di progetto

L'operatore economico dovrà articolare la propria proposta proponendo tipologie di attività e le modalità realizzative che ritiene maggiormente efficaci per la realizzazione degli obiettivi progettuali utilizzando le sottostanti indicazioni:

- a) descrizione del piano di attività: deve contenere una descrizione dettagliata di ciascuna attività, con motivazione della scelta in relazione all'efficacia nel raggiungimento degli obiettivi del programma, delle tematiche da diffondere e trattare, del paese target e gruppi target, dimostrando ponderata selezione per il massimo impatto raggiungibile; deve riportare una proposta grafica e del concept e contenuto dei messaggi promozionali descrivendo e motivando la loro coerenza con gli obiettivi del programma; dovrà indicare per ciascuna attività KPI attesi; dovrà riportare indicazione del numero e la tipologia di contatti attesi (diretti e indiretti);
- b) presentazione del gruppo di lavoro responsabile della realizzazione delle attività di comunicazione e di promozione e dimostrazione della capacità del gruppo di lavoro di realizzare efficacemente le azioni.

## 3. Approccio metodologico e articolazione delle attività

Per ogni tipologia di attività riportata nel capitolato tecnico, dovranno essere descritti gli specifici interventi che s'intendono porre in essere per raggiungere gli obiettivi del programma. Le attività e i relativi interventi dovranno essere coerenti con la strategia proposta per il mercato target e con i relativi gruppi bersaglio individuati e dovranno essere declinati in funzione dei punti sotto riportati:

- 1) 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;
- 2) indicazione dei KPI attesi;
- 3) cronoprogramma: adeguatezza di tempi e risorse, previsti nel cronoprogramma e sua coerenza con il Programma che dovrà articolarsi nell'arco temporale di tre anni;
- 4) coerenza con la strategia generale e le modalità esecutive degli interventi sopra proposti;
- 5) descrizione dei meccanismi di monitoraggio e della corretta esecuzione delle attività;
- 6) presentazione degli eventuali ulteriori attività/servizi proposti e delle modalità di assistenza fornite al Consorzio;
- 7) descrizione del gruppo di lavoro e delle specifiche responsabilità in relazione alle diverse attività.

I precedenti punti devono essere organizzati e presentati secondo i criteri e sottocriteri descritti all'art. 7 e per attività.

La proposta di key visual e contenuto dei messaggi promozionali deve essere idonea al mercato italiano e tedesco. Al fine di permettere alla commissione una valutazione dei contenuti dei messaggi **deve essere in lingua ITALIANA**

L'offerente dovrà provvedere alla compilazione dell'**Allegato C in lingua italiana e inglese**

## 9.3 Modalità di predisposizione dell'offerta economica - BUSTA/PEC C

### OFFERTA ECONOMICA

I costi dovranno essere dettagliati per ogni azione e tipologia di attività necessaria per l'organizzazione e realizzazione del servizio (**SUB-TOTALE ATTIVITÀ**) con indicazione del **VALORE DELL'ONORARIO**



**DELL'OPERATORE ECONOMICO**, secondo lo schema seguente, che dovrà essere compilato per ogni singola annualità di progetto (anno 1, anno 2 e anno 3). e per ogni singolo Paese target (ITALIA e GERMANIA)

Dovrà essere evidenziato **l'onorario dell'operatore economico**.

Di seguito si riporta una tabella d'esempio per l'anno 1. Tale tabella dovrà essere compilata per ogni singola annualità di progetto (anno 1, anno 2 e anno 3) e per ogni singolo Paese target



PAESE TARGET	ITALIA				GERMANIA				
ANNUALITA'	ANNO XXXX				ANNO XXXX				
Descrizione attività	Descrizione voce di costo	Numero quantità	Valore unitario	Valore totale	Descrizione voce di costo	Numero quantità	Valore unitario	Valore totale	KPI attesi
WP 2 – Pubbliche relazioni			€	€			€	€	
WP 2.1			€	€			€	€	
WP 2.2			€	€			€	€	
SUB-TOTALE ATTIVITA' WP 2			€	€			€	€	
WP 2 PER ANNO 1									
ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP 2			€	€			€	€	
WP 3 – Web site; social media			€	€			€	€	
			€	€			€	€	
			€	€			€	€	
			€	€			€	€	
SUB TOTALE ATTIVITA' WP 3			€	€			€	€	
PER ANNO 1									
ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP 3			€	€			€	€	
WP 4 – Pubblicità			€	€			€	€	
			€	€			€	€	
			€	€			€	€	
			€	€			€	€	
SUB TOTALE ATTIVITA' WP 4			€	€			€	€	
PER ANNO 1									
ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP 4			€	€			€	€	
WP 5 – Materiale promozionale			€	€			€	€	
			€	€			€	€	
			€	€			€	€	
			€	€			€	€	
SUB TOTALE ATTIVITA' WP 5			€	€			€	€	
PER ANNO 1									
ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP 5			€	€			€	€	
WP 6 - Eventi			€	€			€	€	

CONSORZIO PER LA TUTELA DEL FORMAGGIO PECORINO ROMANO Corso Umberto I 226- 08015 Macomer (NU), tel. 0785 70537, fax 0785 72215, e-mail:

[info@pecorinoromano.com](mailto:info@pecorinoromano.com), [www.pecorinoromano.com](http://www.pecorinoromano.com)

P.I. 00958190910 - C.C.I.A.A. Nuoro n. 57393 – Trib. Oristano n. 5323



			€	€			€	€	
			€	€			€	€	
			€	€			€	€	
SUB TOTALE ATTIVITA' WP 6 PER ANNO 1			€	€			€	€	
ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP 6			€	€			€	€	
WP 7 – Promozione verso punti vendita			€	€			€	€	
			€	€			€	€	
			€	€			€	€	
SUB TOTALE ATTIVITA' WP 7 PER ANNO 1			€	€			€	€	
ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP 7			€	€			€	€	
SUB TOTALE GENERALE ATTIVITA' PER ANNO 1 (WP 2 + WP 3 + WP4 + WP 5 + WP 6 + WP 7)			€	€			€	€	
SUB TOTALE GENERALE ONORARIO OPERATORE ECONOMICO PER ANNO 1 (WP 2 + WP 3 + WP4 + WP 5 + WP 6 + WP 7)			€	€			€	€	
*A + B TOTALE OFFERTA ECONOMICA PER PAESE TARGET ITALIA PER ANNO 1			€	€			€	€	

Il compenso dell'Organismo di esecuzione (**onorario dell'operatore economico**) dovrà essere al massimo pari al 13% del costo totale riferito alle azioni (**SUB-TOTALE GENERALE ATTIVITA'**).



**L'operatore economico dovrà compilare anche la seguente tabella riassuntiva riportata a titolo di esempio.**

PAESE TARGET	ITALIA			GERMANIA				
	Anno 1	Anno 2	Anno 3	Anno 1	Anno 2	Anno 3	Totale	% onorario
A) SUB-TOTALE GENERALE ATTIVITA' PER OGNI SINGOLA ANNUALITA' (SUB TOTALE ATTIVITA' WP2 + SUB TOTALE ATTIVITA' WP3 + SUBTOTALE ATTIVITA' WP4 + SUBTOTALE ATTIVITA' WP5 + SUBTOTALE ATTIVITA' WP6 + SUBTOTALE ATTIVITA' WP7)	€	€	€	€	€	€	Inserire sommatoria anno 1 + anno 2 + anno 3	
B) SUB-TOTALE GENERALE ONORARIO OPERATORE ECONOMICO PER OGNI SINGOLA ANNUALITA' (ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP2 + ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP3 + ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP4 + ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP5 + ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP6 + ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP7)	€	€	€	€	€	€	Inserire sommatoria anno 1 + anno 2 + anno 3	Inserire valore B) / A) in % (con valore approssimato a max 3 cifre dopo la virgola)
*A + B) TOTALE OFFERTA ECONOMICA PAESI TARGET PER OGNI SINGOLA ANNUALITA'	€	€	€	€	€	€	Inserire sommatoria anno 1 + anno 2 + anno 3	

**\*NB: IL TOTALE DELL'OFFERTA ECONOMICA deve essere al massimo pari al totale dell'importo della presente procedura di selezione (€ 3.140.000,00 IVA esclusa).**

**L'insieme delle tabelle sopra riportate a titolo di esempio (le 6 tabelle relative alle 3 annualità del Programma per paese target + 1 tabella riassuntiva), formerà l'offerta economica e andrà inserito nella PEC C - Offerta economica.**

**Inoltre, l'operatore economico dovrà fornire su supporto elettronico, l'offerta economica sia in formato .pdf, sia in formato .xls.**



## 10. Integrazioni in caso di carenze

Le carenze di qualsiasi elemento formale della domanda, e in particolare, la mancanza, l'incompletezza e ogni altra irregolarità essenziale degli elementi, con esclusione di quelle afferenti al contenuto sostanziale dell'offerta economica e dell'offerta tecnica, possono essere sanate attraverso la procedura di integrazione di cui al presente articolo.

L'irregolarità essenziale è sanabile laddove non si accompagni ad una carenza sostanziale del requisito alla cui dimostrazione la documentazione omessa o irregolarmente prodotta era finalizzata. La successiva correzione o integrazione documentale è ammessa laddove consenta di attestare l'esistenza di circostanze preesistenti, vale a dire requisiti previsti per la partecipazione e documenti/elementi a corredo dell'offerta. Nello specifico valgono le seguenti regole:

- il mancato possesso dei prescritti requisiti di partecipazione non è sanabile mediante integrazione ed è causa di esclusione dalla procedura di gara;
- l'omessa o incompleta nonché irregolare presentazione delle dichiarazioni sul possesso dei requisiti di partecipazione e ogni altra mancanza, incompletezza o irregolarità della domanda, sono sanabili, ad eccezione delle false dichiarazioni;
- la mancata presentazione di elementi a corredo dell'offerta ovvero di condizioni di partecipazione alla gara, aventi rilevanza in fase di gara, sono sanabili, solo se preesistenti e comprovabili con elementi di data certa anteriore al termine di presentazione dell'offerta;
- il difetto di sottoscrizione della domanda di partecipazione, delle dichiarazioni richieste e dell'offerta è sanabile.

Ai fini della procedura di integrazione, viene assegnato al concorrente un congruo termine - non superiore a dieci giorni - perché siano rese, integrate o regolarizzate le dichiarazioni necessarie, indicando il contenuto e i soggetti che le devono rendere.

In caso di inutile decorso del termine, si procederà all'esclusione del concorrente dalla procedura.

Ove il concorrente produca dichiarazioni o documenti non perfettamente coerenti con la richiesta, è possibile chiedere ulteriori precisazioni o chiarimenti, limitate alla documentazione presentata in fase di integrazione, fissando un termine a pena di esclusione.

## 11 Gruppo di lavoro

Il gruppo di lavoro indicato in sede di offerta non potrà essere modificato, né nel numero complessivo dei componenti né nella persona dei singoli componenti, senza il preventivo assenso della committente. A tale scopo il soggetto aggiudicatario dovrà formulare specifica e motivata richiesta indicando i nominativi e i curricula dei componenti proposti in sostituzione di quelli indicati in sede di offerta. La sostituzione sarà ammessa solo se i sostituti proposti presentano un curriculum analogo o più qualificato rispetto a quello delle persone sostituite. La sostituzione o variazione del gruppo di lavoro senza assenso della committente è causa di risoluzione del contratto.

Il soggetto affidatario assume a proprio carico tutti gli oneri assicurativi e previdenziali di legge, si impegna ad osservare le norme vigenti in materia di sicurezza sul lavoro e di retribuzione dei lavoratori dipendenti e, in generale, si impegna a rispettare tutti gli obblighi derivanti da leggi, regolamenti, contratti collettivi ed integrativi



aziendali in materia di rapporti di lavoro, in relazione a tutte le persone che esplicano attività a favore dello stesso, tanto in regime di dipendenza diretta, quanto in forma saltuaria, con contratti di qualsivoglia natura. Il soggetto affidatario assume ogni responsabilità per danni o infortuni che possono derivare a dette persone o essere cagionati da dette persone nell'esecuzione di ogni attività, direttamente o indirettamente, inerente alle prestazioni oggetto della presente procedura.

## 12 Obblighi dell'Organismo di esecuzione

L'Organismo di esecuzione selezionato si impegna alla collaborazione con la stazione appaltante nella stesura del progetto che verrà presentato a valere sul Bando Programmi Semplici Anno 2023 del Reg. (UE) n. 1144/2014.

In caso di approvazione del Programma che verrà presentato a valere sul Bando Programmi semplici – AGRIP-SIMPLE – 2023 – IM – EU QS Anno 2023 del Reg. (UE) n. 1144/2014, del Reg. delegato (UE) n. 2015/1829, del Reg. di esecuzione (UE) n. 2015/1831 e a seguito della sottoscrizione del relativo contratto, saranno a carico dell'Appaltatore/Organismo di esecuzione i seguenti elementi:

- lo svolgimento dei servizi oggetto dell'appalto, in accordo e collaborazione con l'Organismo appaltante e nell'accettazione integrale e incondizionata del contenuto del presente capitolo;
- l'adeguata e tempestiva informazione sulla realizzazione delle attività di programma e conseguimento dei relativi deliverable ed output;
- l'osservanza di ogni indicazione contenuta nel presente capitolo, anche se non specificatamente richiamata nel presente articolo, di norme e regolamenti in vigore sia a livello nazionale che comunitario, nonché quelli che venissero eventualmente emanati 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 e alla sua esecuzione;
- l'Organismo di esecuzione si assume l'intera responsabilità tecnica e finanziaria delle azioni di cui agli articoli 3 e 5, compresa quella relativa alla loro compatibilità con la vigente normativa dell'Unione Europea e con le regole di concorrenza applicabili in materia;
- l'Organismo esecutore dovrà sovraintendere all'attività di monitoraggio amministrativo/finanziario del programma, compresi la tenuta dei registri, e documenti giustificativi, la trasmissione dei deliverables e la predisposizione delle azioni e delle domande di pagamento. la raccolta e la conservazione dei documenti e dei materiali giustificativi;

L'Appaltatore/Organismo di esecuzione dovrà:

- per un periodo di tre anni dopo il pagamento del saldo, tenere i registri e conservare documenti giustificativi, al fine di dimostrare la corretta attuazione dell'azione e i costi dichiarati ammissibili;
- se sono in corso controlli, revisioni contabili, indagini, contenziosi o azioni legali nel quadro della convenzione, tenere i registri e i documenti giustificativi fino al termine di dette procedure;
- rendere disponibile la documentazione sopra indicata su richiesta o nel contesto di controlli, revisioni contabili o indagini;
- mettere a disposizione dell'Organismo appaltante tutta la documentazione prodotta durante lo svolgimento del servizio, nonché tutti i dati elaborati, utilizzati o raccolti nel corso dell'esecuzione delle attività, ivi compresi i dati necessari per una corretta valutazione dell'efficacia del programma, secondo quanto previsto dal quadro normativo di riferimento e tutte le informazioni necessarie per la redazione delle rendicontazioni periodiche e finale;
- conservare i documenti originali.



## 13 Riservatezza e non divulgazione

Il soggetto aggiudicatario non potrà far uso, né direttamente né indirettamente, per proprio tornaconto o per quello di terzi, del mandato affidato e delle informazioni di cui verrà a conoscenza in relazione ad esso e ciò anche dopo la scadenza del contratto. A tal fine il soggetto aggiudicatario non potrà divulgare, comunicare o diffondere le informazioni e i dati dei quali verrà a conoscenza durante l'espletamento delle attività.

Il soggetto affidatario si impegna a rispettare, nello svolgimento delle attività oggetto della presente procedura, tutti i principi contenuti nelle disposizioni normative vigenti, relativi al trattamento dei dati personali e in particolare quelli contenuti nel D.Lgs. n. 196/2003 e s.m.i. e nel Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 contenente il Regolamento europeo sulla protezione dei dati (di seguito anche "GDPR") e a garantire che le informazioni personali, patrimoniali, statistiche, anagrafiche e/o di qualunque altro genere, di cui verrà a conoscenza in conseguenza dei servizi resi, in qualsiasi modo acquisite, vengano considerati riservati e come tali trattati, pur assicurando nel contempo la trasparenza delle attività svolte.

L'affidatario del servizio deve impegnarsi formalmente a dare istruzioni al proprio personale affinché tutti i dati e le informazioni vengano trattati nel rispetto della normativa di riferimento.

L'aggiudicatario del servizio si impegna ad utilizzare i dati e le informazioni di cui sopra esclusivamente ai fini e nell'ambito delle attività previste dal presente capitolato.

## 14 Conflitti di interesse

L'Organismo appaltante adotterà misure adeguate per prevenire, individuare e porre rimedio in modo efficace a conflitti di interesse nello svolgimento della presente procedura di selezione in modo da evitare qualsiasi distorsione della concorrenza e garantire la parità di trattamento di tutti gli operatori economici, nel rispetto di quanto stabilito all'articolo 24 della Direttiva 2014/24/UE e dell'art. 42 del D. Lgs. 50/2016.

## 15 Inadempienze e risoluzione

L'Organismo appaltante ha la facoltà di controllare e verificare la buona esecuzione del servizio con ausilio di incaricati scelti a sua discrezione. Inoltre, l'Organismo appaltante ha facoltà di contestare i servizi resi non rispondenti in tutto o in parte alle prescrizioni del capitolato o della offerta proposta in gara. In caso di contestazione, potrà richiedere al fornitore la sostituzione di personale inadeguato alla realizzazione dei servizi. Oltre a quanto previsto dall'art. 1453 C.C. per i casi di inadempimento delle obbligazioni contrattuali, il contratto è risolto, ai sensi e per gli effetti dell'art. 1456 del Codice Civile, con riserva di risarcimento danni nei seguenti casi:

- nel caso di cessione di tutto o parte del contratto;
- nel caso di violazione degli obblighi di tutela dei dati e riservatezza, di gravità tale da non consentire l'ulteriore prosecuzione delle obbligazioni contrattuali;
- nel caso di gravi infrazioni, debitamente accertate, alle norme in materia di sicurezza e a ogni altro obbligo derivante dai rapporti di lavoro ai sensi delle vigenti disposizioni normative (in particolare in riferimento alla regolarità del DURC, etc.), nonché per mancato assolvimento degli obblighi contrattuali



- o di legge, in materia di stipendi, liquidazioni o trattamenti previdenziali ed assicurativi a favore del personale e dei collaboratori occupati nel servizio;
- nel caso di ingiustificata sospensione del servizio;
  - nel caso di grave inadempimento ai servizi appaltati previsti dal programma e dagli altri obblighi scaturenti dal presente capitolato e/o dal contratto e/o dal cronoprogramma nonché per inosservanza delle linee progettuali presentate e delle eventuali indicazioni integrative in ordine alla qualità del servizio, previamente contestati per iscritto dall'Organismo appaltante e non risolti entro il termine concesso;
  - nel caso in cui l'Organismo esecutore fosse sottoposto a procedure concorsuali o analoghe e limitative della capacità economica e d'impresa da parte degli Organi competenti;
  - comunque, nei casi di violazione delle vigenti disposizioni normative.

Non potranno essere intese quale rinuncia ad avvalersi della clausola di cui al presente articolo eventuali mancate contestazioni e/o precedenti inadempimenti per i quali l'Organismo appaltante non abbia ritenuto di avvalersi della clausola medesima e/o atti di mera tolleranza a fronte di pregressi inadempimenti dell'appaltatore di qualsivoglia natura.

Nel caso di risoluzione, l'Organismo appaltante si riserva ogni diritto al risarcimento dei danni subiti ed in particolare si riserva di esigere dall'Organismo esecutore il rimborso di eventuali spese eccedenti rispetto a quelle che avrebbe sostenuto in presenza di un regolare adempimento del Contratto.

In ogni caso l'Organismo esecutore, in caso di risoluzione, avrà diritto esclusivamente al rimborso delle spese e dell'attività effettivamente svolta fino a quel momento.

L'Organismo appaltante avrà anche facoltà di differire il pagamento del saldo eventualmente dovuto in base al conto finale di liquidazione, sino alla quantificazione del danno che l'Organismo esecutore è tenuto a risarcire.

## **16 Rapporti tra l'aggiudicatario e l'Amministrazione dell'Organismo committente**

L'operatore economico aggiudicatario deve individuare un referente responsabile del servizio, che avrà l'obbligo di collaborare strettamente con il personale referente dell'Organismo appaltante ed il Responsabile Unico del Procedimento (RUP) nella realizzazione del servizio oggetto dell'appalto, nonché la risoluzione operativa di problematiche relative a particolari esigenze delle attività.

## **17 Cessione e subappalto**

Il soggetto aggiudicatario è tenuto ad eseguire in proprio le prestazioni comprese nel contratto e lo stesso non potrà essere ceduto a pena di nullità, fatti salvi i casi previsti dalla legge.

Il subappalto è consentito ove all'atto della presentazione dell'offerta il concorrente indica le parti del servizio/fornitura che intende subappaltare.

In caso di mancata indicazione delle parti da subappaltare il subappalto è vietato.



L'aggiudicatario e il subappaltatore sono responsabili in solido nei confronti della stazione appaltante dell'esecuzione delle prestazioni oggetto del contratto di subappalto.

In ogni caso, il subappalto è consentito nei limiti e secondo le modalità indicate all'art. 105 del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i., per quanto applicabile alla presente procedura di selezione.

## 18 Modalità di pagamento

In caso di approvazione del Programma, che verrà presentato a valere sul Bando Programmi semplici – AGRIP-SIMPLE – 2023 – IM – EU QS Anno 2023 del Reg. (UE) n. 1144/2014, del Reg. delegato (UE) n. 2015/1829, del Reg. di esecuzione (UE) n. 2015/1831 e a seguito della sottoscrizione della relativa contrattualistica/convenzione, l'importo di aggiudicazione sarà corrisposto nel modo seguente:

- rate posticipate sulla base di stati di avanzamento del servizio presentati alle scadenze previste dal Programma e dalla normativa di riferimento, fino ad un massimo del 80% dell'importo contrattuale, a seguito di presentazione di regolare fattura, alla quale dovranno essere allegate idonee relazioni sulle attività svolte e i prodotti rilasciati e la relativa rendicontazione delle spese sostenute secondo le disposizioni normative di riferimento;
- saldo dell'importo contrattuale, al termine di tutte le attività previste a seguito di presentazione di regolare fattura, alla quale dovrà essere allegata una relazione finale sulle attività svolte e i prodotti rilasciati e la relativa rendicontazione delle spese sostenute secondo le disposizioni normative di riferimento.

La fattura, unitamente alla documentazione prevista, dovrà essere sottoposta al personale referente dell'Organismo appaltante e al Responsabile Unico del Procedimento (RUP) al fine di acquisire il visto riguardante la corretta esecuzione del contratto.

## 19 Controlli

L'Organismo appaltante ha la facoltà di controllare e verificare la buona esecuzione del servizio con ausilio di incaricati scelti a sua discrezione. Essendo l'appalto finanziato con risorse dell'Unione Europea potranno essere disposti controlli da parte dei competenti servizi dell'Unione Europea e/o di Autorità nazionali.

## 20 Spese contrattuali

Le spese di bollo, stipulazione, registrazione ed ogni altra spesa accessoria inerente al contratto di appalto, sono a carico per il 50% dell'Organismo di esecuzione aggiudicatario e per il restante 50% all'Organismo appaltante.

## 21 Accesso alla documentazione della procedura di selezione

**L'accesso alla documentazione della procedura è consentito nel rispetto di quanto previsto in materia di diritto di accesso ai documenti amministrativi secondo le seguenti modalità:**

- È differito
  - a) in relazione all'elenco dei soggetti che hanno presentato offerte, fino alla scadenza del termine per la presentazione delle medesime;
  - b) in relazione alle offerte, fino all'aggiudicazione;



- c) in relazione al procedimento di verifica della anomalia dell'offerta, fino all'aggiudicazione.
- **È vietato**
  - d) alle informazioni fornite nell'ambito dell'offerta o a giustificazione della medesima che costituiscano, secondo motivata e comprovata dichiarazione dell'offerente, segreti tecnici o commerciali;
  - e) alle relazioni riservate del direttore dei lavori e dell'organo di collaudo sulle domande e sulle riserve del soggetto esecutore del contratto.

In relazione all'ipotesi di cui al comma lettera d), è consentito l'accesso al concorrente ai fini della difesa in giudizio dei propri interessi in relazione alla procedura di affidamento del contratto.

32

## 22 Contenzioso

Per la risoluzione di tutte le controversie che dovessero sorgere nell'esecuzione del servizio, non definibili in via breve dalle parti contraenti, il foro competente è quello di Oristano, nelle forme e nei modi previsti dalla legge.

## 23 Diritti di proprietà e di utilizzazione

I diritti di proprietà e/o di utilizzazione e sfruttamento economico degli elaborati, predisposti o realizzati dall'Organismo di esecuzione da suoi dipendenti e collaboratori nell'ambito o in occasione dell'esecuzione del presente servizio, rimarranno di titolarità esclusiva dell'Organismo appaltante 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 all'Organismo 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 dell'Organismo appaltante 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.

## 24 Trattamento dei dati

Ai sensi del D.Lgs. 196/2003 e del Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 contenente il Regolamento europeo sulla protezione dei dati (di seguito anche "GDPR"), si informa che i dati raccolti sono destinati alla scelta del contraente e il loro conferimento ha natura facoltativa, fermo restando che il concorrente che intende partecipare alla procedura o aggiudicarsi l'appalto deve fornire all'Organismo appaltante la documentazione richiesta dalla vigente normativa. I diritti dell'interessato sono quelli previsti dall'art.13 della legge citata. Tali diritti possono essere esercitati ai sensi e per gli effetti del D.Lgs. 196/2003 e GDPR. I dati raccolti possono essere comunicati al personale dell'Organismo appaltante che cura il procedimento e ad ogni altro soggetto che vi abbia interesse fermo quanto disposto dall'articolo 21.



In particolare, in ordine al procedimento instaurato da questa procedura:

- a) le finalità cui sono detenuti i dati raccolti ineriscono alla verifica della capacità dei concorrenti di partecipare alla gara in oggetto;
- b) i dati forniti saranno raccolti, registrati, organizzati e conservati per le finalità di gestione della gara e saranno trattati, sia mediante supporto cartaceo che magnetico, anche successivamente all'eventuale instaurazione del rapporto contrattuale, per le finalità del rapporto medesimo;
- c) il conferimento dei dati richiesti è un onere a pena di esclusione dalla gara;
- d) i soggetti o le categorie di soggetti ai quali i dati possono essere comunicati sono: 1) il personale dell'Organismo appaltante; 2) i concorrenti che partecipano alla seduta pubblica di gara; 3) ogni altro soggetto che abbia interesse ai sensi della legge n. 241/1990 e s.m.i.;
- e) i diritti spettanti all'interessato sono quelli di cui all'art. 7, del D.lgs. n. 196/2003 e s.m.i. e degli articoli dal 15 al 22 del GDPR, cui si rinvia;
- f) soggetto attivo della raccolta è l'Organismo appaltante e il responsabile è il rappresentante legale Presidente Giovanni Maoddi

Titolare del trattamento dei dati è Giovanni Maoddi ai sensi dell'art. 28 del Regolamento europeo sulla protezione dei dati ("GDPR") e dell'art. 29 del D.Lgs. n. 196/2003, nonché della normativa italiana di adeguamento al GDPR.

Per ogni ulteriore aspetto in merito, è possibile fare riferimento alla "Informativa sul trattamento dei dati personali al cliente" del Consorzio per la tutela del Formaggio Pecorino Romano DOP e rivolgere le richieste presso il Consorzio per la tutela del Formaggio Pecorino Romano DOP, in Macomer (NU), Corso Umberto I 226, con lettera raccomandata, oppure via mail all'indirizzo mail: [info@pecorinoromano.com](mailto:info@pecorinoromano.com), oppure con richiesta telefonica al numero 0785 70537.

## 25 Responsabile unico del procedimento

Responsabile unico del procedimento ai sensi dell'art. 31 del D.Lgs. 50/2016 è Dott.ssa Daniela Murgia.