

BANDO DI GARA MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI NEI PAESI TERZI DENOMINATO "RED GOLD FROM EUROPE. EXCELLENCE IN EU PRESERVED TOMATOES" – ACRONIMO "EU RED GOLD ASIA" - INVITO A PRESENTARE PROPOSTE AGRIP-SIMPLE-2022

CAPITOLATO TECNICO

1 – Informazioni preliminari

ANICAV – Associazione Nazionale Industriali Conserve Alimentari Vegetali – con sede legale ed operativa in Viale della Costituzione Centro Direzionale Isola F/3 – 80143 Napoli – Italia – C.F. 80018140634 – Tel. +39 081 7347020 – Fax +39 081 7347126 – email info@anicav.it - PEC anicav@pec.it di seguito denominata "Committente", indice un Bando di Gara per la selezione, mediante Procedura Competitiva Aperta, di un "Organismo di Esecuzione".

1.1 – Quadro di riferimento

In attuazione dei Regolamenti UE n. 1144/2014, n. 1829/2015 e n. 1831/2015, ANICAV ha il compito di **selezionare un Organismo di Esecuzione per la realizzazione del programma triennale di informazione e di promozione denominato "Red Gold from Europe. Excellence in EU Preserved Tomatoes" (Acronimo "EU RED GOLD ASIA") – ID 101094944** - di seguito anche denominato il "Programma" - **presentato a valere sul Bando AGRIP-SIMPLE-2022 "Call for proposals for simple programmes 2022" - TC-ASIA - ed approvato con decisione della Commissione Europea N. C (2022) 7918 del 09/11/2022.**

ANICAV non è un organismo di diritto pubblico ai sensi dell'art. 2, paragrafo 1, punto 4 della Direttiva 2014/24/UE e, pertanto, non è tenuta ad applicare le norme nazionali che recepiscono le Direttive europee sugli appalti pubblici (in Italia il Decreto legislativo 50/2016). L'Associazione è, comunque, tenuta ad effettuare la selezione degli Organismi di esecuzione attraverso una procedura di gara aperta nel rispetto dei principi di interesse transfrontaliero, trasparenza, pubblicità, imparzialità, parità di trattamento dei candidati.

ANICAV, in qualità di Organismo proponente del su citato Programma, indice, pertanto, un Bando di Selezione mediante Procedura Competitiva Aperta per la selezione di un "Organismo di esecuzione" incaricato della realizzazione del Programma "EU RED GOLD ASIA".

1.2 – Quadro normativo e documentazione di riferimento

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

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

- del Consiglio (GU L 317 del 4.11.2014, pag. 56);
- b) il regolamento delegato (UE) n. 1829/2015 della Commissione che integra il regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi (GU L 266 del 13.10.2015, pag. 3);
 - c) il regolamento di esecuzione (UE) 1831/2015 della Commissione recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi (GU L 266 del 13.10.2015, pag. 14);
 - d) le indicazioni fornite con gli Orientamenti sulla procedura di gara di cui alla nota della Commissione europea DDG1.B5/MJ/db D (2016) 3210777 del 7 luglio 2016;
 - e) l'invito a presentare proposte AGRIP-SIMPLE-2022 - Programmi semplici – Sovvenzioni per azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi in conformità al regolamento (UE) n. 1144/2014;
 - f) il Decreto MIPAAF del 17/10/2022 – Prot. N. 0526288 – relativo alla procedura di selezione degli organismi di esecuzione per i programmi semplici.

1.3 – Informazioni generali sul Programma

Prodotti oggetto del Programma:

Conserve di pomodoro corrispondenti ai seguenti codici HS6 utilizzati per il commercio internazionale:

- 200210 – Conserve di pomodoro intere e in pezzi
- 200290 – Conserve di pomodoro non intere e non in pezzi.

Paesi target:

Cina - Giappone

Obiettivo generale:

Aumentare la competitività, il consumo e la quota di mercato delle conserve di pomodoro europee nei due mercati target ottimizzandone l'immagine e migliorando il grado di conoscenza della loro origine, qualità, benefici salutistici e versatilità.

Obiettivi specifici:

1. Conseguire (entro la fine del 2025) un incremento complessivo dell'export di conserve di pomodoro italiane nei due mercati target pari al 17,1% (+66,5% per la Cina e +13,9% per il Giappone) rispetto al 2021. Questo obiettivo dovrà essere raggiunto sia attraverso le attività finalizzate ai professionisti del settore "food" (distribuzione e canale HoReCa) sia attraverso quelle finalizzate ai consumatori e ai loro principali influencers (giornalisti, food bloggers, nutrizionisti, chef, ecc.).
2. Migliorare il grado di conoscenza e di riconoscimento della qualità, gusto, sicurezza (tracciabilità e materia prima utilizzata), versatilità / facilità d'uso in cucina e benefici nutrizionali delle conserve di pomodoro italiane ed europee tra i professionisti della distribuzione e del canale HoReCa, gli opinionisti ed i consumatori finali dei due mercati target.

Gruppi target:

1. Professionisti del settore "food" (distributori – anche online, importatori, retailers e canale HoReCa)

Viale della Costituzione Centro Direzionale Isola F/3 - 80143 Napoli
Tel. 081 7347020 - Fax 081 7347126

Via Marco dell'Arpa, 8 - 43121 Parma (PR)
Tel. 0521 461652

C.F. 80018140634
info@anicav.it www.anicav.it

2. Opinioni (giornalisti, scrittori, influencers, bloggers del settore food, enogastronomia, alimentazione e lifestyle, chefs, *foodies*, nutrizionisti, ecc.)

3. Consumatori finali nella fascia di età 18-64 anni in Cina e 30-69 anni in Giappone.

Attività da realizzare:

Attività di relazioni pubbliche e ufficio stampa / Collaborazioni con *influencers*, *chefs*, *bloggers* e giornalisti (ufficio PR / stampa permanente, organizzazione eventi stampa)

Integrazione portale ed estensioni aggiuntive, aggiornamento, creazione contenuti, manutenzione e strategia SEO

Gestione social media

Pubblicità (stampa, TV, digitale, social media)

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

Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali

Workshop con opinionisti, professionisti della distribuzione ed esperti

Promozioni nei ristoranti

Educational tours

Chef contests

P.O.S. Promotions e concorsi a premi per consumatori

Aggiornamento / adattamento della strategia / concept di comunicazione e del key-visual

Durata del Programma e dell'appalto:

36 mesi (suddiviso in 3 fasi annuali con inizio indicativamente tra il 1° marzo e il 1° aprile 2023)

Importo complessivo del Programma:

€ 2.715.828,00 comprensivo di IVA

Importo complessivo oggetto del presente appalto:

€ 2.210.500,00 comprensivo di IVA (€ 1.811.885,25 al netto di IVA) così suddiviso:

Annualità 1: € 604.600,00

Annualità 2: € 947.400,00

Annualità 3: € 658.500,00

L'appalto è costituito da un unico lotto.

2 – Oggetto dell'appalto

2.1 – Descrizione generale del servizio

Il servizio consiste nell'esecuzione del Programma.

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

Il servizio deve caratterizzarsi per un qualificato supporto tecnico e operativo, un'elevata qualità dei prodotti realizzati, nonché distinguersi per l'innovatività dei messaggi, degli strumenti con cui veicolarli e delle modalità di coinvolgimento dei target

di riferimento. Lo sviluppo e l'esecuzione del Programma deve svolgersi in maniera coerente rispetto agli obiettivi generali e specifici previsti dalla Strategia di comunicazione, tenendo in considerazione le Priorità e gli obiettivi del Reg. UE 1144/2014 e assicurando una chiara riconoscibilità al Programma ed al soggetto promotore.

2.2 – Modalità di esecuzione

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

2.3 – Gruppo di lavoro

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

L'aggiudicatario si impegna:

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

3 – Durata del servizio

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

4 – Requisiti per la partecipazione alla gara

Gli operatori economici, anche stabiliti in altri Stati membri, possono partecipare alla presente gara in forma singola o avvalendosi, per la dimostrazione del possesso dei requisiti di carattere economico, finanziario, tecnico e professionale, di altri soggetti. È, comunque, vietato al concorrente che partecipa alla gara in avvalimento di partecipare anche in forma individuale.

I concorrenti devono essere in possesso dei requisiti previsti nei punti seguenti.

4.1 – Requisiti di idoneità

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

4.2 – Inesistenza di cause di esclusione dalla partecipazione alla Gara

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

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

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

4.3 – Requisiti di capacità economica e finanziaria

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione deve dimostrare, singularmente o in avvalimento, di aver realizzato, **nel triennio 2019/2021, un fatturato medio annuo** non inferiore a Euro 2.000.000,00 (Euro due milioni) al netto dell'IVA.

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

4.4 - Requisiti di capacità tecnica e professionale

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione deve dimostrare, singolarmente o in avvalimento, **di aver realizzato, nel triennio 2019/2021, servizi analoghi a quelli oggetto della gara**. Per servizi analoghi si intendono (a titolo esemplificativo e non esaustivo): attività di gestione di progetti / programmi di promozione internazionale; attività di organizzazione eventi, conferenze stampa, workshop, incontri, press / educational tour di approfondimento, promozioni nei ristoranti e nei punti vendita della distribuzione organizzata; attività di design, allestimenti, gestione e animazione di manifestazioni fieristiche internazionali; attività di gestione uffici stampa e pubbliche relazioni finalizzate agli opinionisti; attività di sviluppo strategie di comunicazione e marketing; social media management; attività di creazione e sviluppo portali / siti web; ideazione e realizzazione materiale di comunicazione above e below the line; gestione pubblicità (stampa, TV, digitale e social); attività promozionali nel settore agroalimentare.

La comprova del su citato requisito dovrà essere fornita mediante apposita dichiarazione (**Allegato A**) sottoscritta dal legale rappresentante e recante in allegato la presentazione generale dell'organismo di esecuzione, la descrizione del gruppo di lavoro ed i profili sintetici dei suoi componenti. **Nel caso di ricorso allo strumento dell'avvalimento l'Allegato A e tutti i restanti documenti richiesti dovranno essere prodotti anche dall'impresa ausiliaria.**

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

- dichiarazione sottoscritta dal legale rappresentante dell'impresa concorrente attestante l'avvalimento dei requisiti necessari per la partecipazione alla gara, con specifica indicazione dei requisiti forniti e delle risorse messe a disposizione dall'impresa ausiliaria;
- dichiarazione sottoscritta dal legale rappresentante dell'impresa ausiliaria attestante l'inesistenza delle cause di esclusione dalla partecipazione alla gara nonché il possesso dei requisiti e delle risorse oggetto di avvalimento (**Allegato A**);
- dichiarazione incondizionata ed irrevocabile sottoscritta dal legale rappresentante dell'impresa ausiliaria con cui la stessa si obbliga verso il concorrente e verso la stazione appaltante a mettere a disposizione, per tutta la durata del contratto, le risorse necessarie di cui è carente il concorrente;
- dichiarazione sottoscritta dal legale rappresentante dell'impresa ausiliaria di non partecipare alla gara in proprio o associata o consorziata ad altre imprese e di non prestare avvalimento per altri concorrenti;
- copia del contratto in virtù del quale l'impresa ausiliaria si obbliga nei confronti

del concorrente a fornire i requisiti e le risorse necessarie per tutta la durata dell'appalto; nel caso di avvalimento nei confronti di un'impresa che appartiene al medesimo gruppo, in luogo del contratto, può essere presentata una dichiarazione sostitutiva attestante il legame giuridico ed economico esistente nel gruppo;

- copia visura attestante l'iscrizione dell'impresa ausiliaria al registro camerale per attività coerenti con quelle oggetto del contratto di avvalimento (nel caso di operatori economici non residenti e privi di stabile organizzazione in Italia, documentazione conforme alla normativa vigente nel rispettivo Paese o dichiarazione giurata).

4.5 – Subappalto

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

4.6 – Garanzia fideiussoria

In caso di aggiudicazione dell'appalto, l'Aggiudicatario dovrà presentare una garanzia fideiussoria rilasciata da istituto bancario o assicurativo in possesso delle necessarie autorizzazioni pari al 10% dell'importo affidato per ciascuna annualità. La garanzia relativa alla prima annualità dovrà essere fatta pervenire, in originale, almeno 5 (cinque) giorni prima la sottoscrizione del contratto. La garanzia relativa alle successive annualità dovrà essere fatta pervenire, in originale, rispettivamente, entro 30 giorni dallo svincolo di quella relativa alla precedente annualità.

5 – Modalità di presentazione dell'offerta e sottoscrizione dei documenti di gara

Il plico contenente l'offerta, **a pena di esclusione**, deve essere sigillato e trasmesso a mezzo raccomandata del servizio postale o tramite corriere o mediante consegna a mano tutti i giorni escluso il sabato e la domenica dalle ore 9,00 alle ore 17,00 presso la sede dell'ANICAV – Viale della Costituzione Centro Direzionale Isola F/3 – 5° Piano – 80143 Napoli (NA) - Italia. Non saranno ritenute valide offerte inviate via PEC o con altra modalità telematica. Il plico deve pervenire al su citato indirizzo, a pena di esclusione, **entro e non oltre le ore 12.00 (ora italiana) del 16 febbraio 2023**. Nel caso di consegna a mano, il personale addetto rilascerà ricevuta nella quale sarà indicata data e ora di ricezione del plico. Il recapito del plico rimane a esclusivo rischio del mittente ove, per qualsiasi motivo, non giunga a destinazione entro il suddetto termine perentorio. Si precisa che per "sigillatura" deve intendersi una chiusura ermetica recante un qualsiasi segno o impronta, apposto su materiale plastico come striscia incollata o ceralacca, tale da rendere chiusi il plico e le buste nello stesso contenute, attestare l'autenticità della chiusura originaria proveniente dal mittente, nonché garantire l'integrità e la manomissione del plico e delle buste.

Il plico deve recare, all'esterno, le informazioni relative all'operatore economico concorrente (denominazione o ragione sociale, P. IVA, indirizzo PEC per le comunicazioni) e riportare la seguente dicitura: **NON APRIRE - Bando di selezione mediante procedura competitiva aperta per la selezione di un organismo incaricato dell'esecuzione del Programma denominato "Red Gold from Europe. Excellence in EU Preserved Tomatoes" (Acronimo "EU RED GOLD ASIA") – ID 101094944.**

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

"A – Documentazione amministrativa"

"B – Offerta tecnica"

"C – Offerta economica"

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

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

Tutta la documentazione dovrà essere redatta in **lingua italiana e/o inglese** e dovrà essere presentata in formato cartaceo e in formato elettronico - stampabile e copiabile - su chiavetta USB, a cura del partecipante alla gara **entro e non oltre le ore 12.00 del 16 febbraio 2023.**

Ulteriori informazioni e/o chiarimenti sulla presente procedura possono essere ottenuti mediante la proposizione di quesiti **ESCLUSIVAMENTE** scritti da inoltrare all'indirizzo mail: v.dedilectis@anicav.it almeno 3 giorni prima della scadenza del termine fissato per la presentazione delle offerte. Non saranno prese in considerazione eventuali richieste telefoniche o inoltrate con modalità diverse da quella indicata.

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

La Busta A contiene la domanda di partecipazione, l'Allegato A, il certificato di iscrizione alla Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura (nel caso di operatori economici non residenti e privi di stabile organizzazione in Italia, documentazione conforme alla normativa vigente nel rispettivo Paese o dichiarazione giurata) e i bilanci relativi al triennio 2019/2021 del concorrente e, nel caso di ricorso all'avvalimento, dell'impresa ausiliaria, nonché tutta la restante documentazione a corredo in relazione alla forma di partecipazione.

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

- forma singola o in avvalimento con la quale il concorrente partecipa alla gara;
- in caso di avvalimento, il concorrente fornisce i dati identificativi (ragione sociale, P. IVA, sede) e il ruolo di ciascuna impresa ausiliaria;
- dichiara remunerativa l'offerta economica presentata giacché per la sua formulazione ha preso atto e tenuto conto: a) delle condizioni contrattuali e degli

oneri compresi quelli relativi in materia di sicurezza, di assicurazione, di condizioni di lavoro e di previdenza e assistenza in vigore nel luogo dove devono essere svolti i servizi/forniture; b) di tutte le circostanze generali, particolari e locali, nessuna esclusa ed eccettuata, che possano avere influito o influire sia sulla prestazione del servizio, sia sulla determinazione della propria offerta;

- accetta, senza condizione o riserva alcuna, tutte le norme e disposizioni contenute nel presente Capitolato;
- indica i seguenti dati; domicilio fiscale; codice fiscale / partita IVA; indirizzo PEC **oppure**, solo in caso di concorrenti aventi sede in altri Stati membri, l'indirizzo di posta elettronica ai fini delle comunicazioni;
- autorizza qualora un partecipante alla gara eserciti la facoltà di "accesso agli atti", il Committente a rilasciare copia di tutta la documentazione presentata per la partecipazione alla gara;
- attesta di essere informato, ai sensi e per gli effetti dell'articolo 13 del decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, che i dati personali raccolti saranno trattati, anche con strumenti informatici, esclusivamente nell'ambito della presente gara, nonché dell'esistenza dei diritti di cui all'articolo 7 del medesimo decreto legislativo.

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

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

L'Allegato A contiene tutte le seguenti informazioni:

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

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

La Busta A contiene, inoltre, **a pena di esclusione, la Presentazione dell'organismo di esecuzione** così come di seguito indicato:

Presentazione generale:

- servizi / azioni realizzate nei seguenti campi di attività: attività di gestione di progetti / programmi di promozione internazionale; attività di organizzazione eventi, conferenze stampa, workshop, incontri, press / educational tour di approfondimento, promozioni nei ristoranti e nei punti vendita della distribuzione organizzata; attività di design, allestimenti, gestione e animazione di manifestazioni fieristiche internazionali; attività di gestione uffici stampa e pubbliche relazioni finalizzate agli opinionisti; attività di sviluppo strategie di comunicazione e marketing; social media management; attività di creazione e sviluppo portali / siti web; ideazione e realizzazione materiale di comunicazione above e below the line; gestione pubblicità (stampa, TV, digitale e social); attività promozionali nel settore agroalimentare.
- contatti operativi già in essere con i due mercati target.

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

In caso di ricorso all'istituto dell'avvalimento le su richiamate informazioni dovranno essere fornite sia dal concorrente che dall'impresa ausiliaria.

5.2 - Contenuti della Busta "B" – Offerta Tecnica

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

a) Definizione della strategia complessiva di comunicazione

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

- articolazione della strategia di comunicazione: descrizione della coerenza della stessa con gli obiettivi previsti a programma e le singole attività;
- descrizione degli adattamenti proposti al concept di comunicazione e al key-visual già sviluppato per la campagna conclusasi ad aprile 2022 www.redgoldfromeurope.com: originalità, creatività, efficacia e coerenza del concept di comunicazione con la strategia di comunicazione e con gli obiettivi del programma;
- declinazione del concept e del key visual strategico nei formati standard che saranno utilizzati;
- soluzioni tecniche e qualità dei prodotti.

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

La relazione dovrà contenere tutti gli elementi atti a definire compiutamente l'ideazione, la strategia di comunicazione (Progetto creativo) e la produzione (Progetto esecutivo).

b) Articolazione delle attività e output di Programma

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

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

c) Cronoprogramma riepilogativo delle attività, suddiviso per mercato target e annualità.

5.3 – Contenuto della Busta C - Offerta Economica

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

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

ESEMPIO

Pacchetto di lavoro N° 5 / Attività N° 5.1	STRUMENTI E MATERIALI DI COMUNICAZIONE		
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Dettaglio dei costi previsti per l'implementazione delle attività	Produzione N° 61 immagini fotografiche di ricette di cui 36 con relativi testi Produzione di N° 20 immagini fotografiche di coltivazione / trasformazione dei prodotti promossi - ... € Produzione N° brochure formato - ..€ Produzione N° calendari da tavolo formato - ...€ Produzione N° ... media kit -....€ Produzione N° ... shopper / zainetti -€ Ecc.		
Compenso Organismo di esecuzione	€		
Totale Attività N° 5.1	€		

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



ATTIVITA'	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3	TOTALE 3 ANNI
A - COSTO PREVISTO PER L'IMPLEMENTAZIONE DELLE ATTIVITA'				
B - COMPENSO ORGANISMO DI ESECUZIONE				
C – COSTO TOTALE (A+B)				
D - % COMPENSO ORGANISMO DI ESECUZIONE (B) RISPETTO AI COSTI PREVISTI PER L'IMPLEMENTAZIONE DELLE ATTIVITA' (A)				

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

6 – Attività previste dal Programma e da realizzare

Pacchetto di lavoro N° 2	RELAZIONI PUBBLICHE
Attività N° 2.1	Attività permanenti di relazioni pubbliche e ufficio stampa
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, <i>food bloggers</i> e <i>food writers</i>, chefs, influencers, foodies, nutrizionisti, ecc.), professionisti del settore "food", consumatori
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	L'attività comprende: <ul style="list-style-type: none"> - L'aggiornamento delle due mailing list già esistenti (1/Paese) - La predisposizione di un press kit / anno / Paese in formato digitale inglese / cinese e inglese / giapponese - La predisposizione e l'invio online di almeno 4 comunicati stampa / anno / Paese - La predisposizione di una rassegna annuale sugli articoli e post pubblicati contenente anche i dati sugli utenti raggiunti per ciascun mercato target.



Budget indicativo triennale	160.000 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 2	RELAZIONI PUBBLICHE
Attività N° 2.2	Eventi stampa
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, <i>food bloggers</i> e <i>food writers</i>, chefs, <i>influencers</i>, <i>foodies</i>, nutrizionisti, ecc.), professionisti del settore "food"
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	<p>L'attività dovrà comprendere l'organizzazione di sei eventi stampa (Anno 1 a Shanghai e ad Osaka, Anno 2 a Guangzhou o Shenzen e a Tokyo, Anno 3 a Beijing e a Nagoya), ciascuno finalizzato ad ospitare almeno 80 opinionisti e <i>influencers</i> e seguito da una degustazione di benvenuto caratterizzata da un menù a base dei prodotti promossi. Gli eventi dovranno essere trasmessi anche in modalità "live" via Facebook / Instagram / YouTube per il Giappone e via Weibo in Cina.</p> <p>Il soggetto aggiudicatario dovrà assicurare la gestione completa di ogni evento e di tutti i relativi aspetti organizzativi: selezione delle location, sopralluoghi, verifica della presenza e del funzionamento delle attrezzature tecniche, allestimento, trasporto e distribuzione dei materiali promozionali, servizio fotografico e video, servizio di accoglienza, assistenza, attività di monitoraggio e promozione, rassegna articoli e post pubblicati e utenti raggiunti.</p>



Budget indicativo triennale	204.000 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 3	PORTALE E SOCIAL MEDIA
Attività N° 3.1	Rinnovo domini ed estensioni, integrazione portale, aggiornamento, manutenzione e strategia SEO
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, <i>food bloggers</i> e <i>food writers</i>, chefs, influencers, foodies, nutrizionisti, ecc.), professionisti del settore "food", consumatori
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	<p>Di seguito quanto dovrà essere realizzato:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rinnovo dominio principale www.redgoldfromeurope.com ed estensioni aggiuntive .cn e .jp. Manutenzione sito ed ottimizzazione / aggiornamento contenuti e immagini. - Aggiornamento, per ciascun mercato target, della strategia SEO. - Predisposizione e caricamento nuovi contenuti. - Integrazione del portale con ulteriori ricette dedicate ai prodotti promossi (cfr. attività 5.1), con 6 video ricette, con una sottosezione dedicata alle ricette realizzate, nel corso delle tre annualità, da chef / bloggers / foodies e con una sezione dedicata a 6 game interattivi dedicati ai prodotti promossi. - Potenziamento degli strumenti informativi volti a consentire l'attivazione di un dialogo costante tra gli utenti dei due mercati target ed il portale.



	- Rapporto annuale sulle attività realizzate e sui risultati conseguiti (visualizzazioni totali e utenti raggiunti).		
Budget indicativo triennale	151.000 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 3	PORTALE E SOCIAL MEDIA
Attività N° 3.2	Gestione degli account ufficiali sui social media dei due mercati target, produzione contenuti e community management
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, <i>food bloggers</i> e <i>food writers</i>, chefs, <i>influencers</i>, <i>foodies</i>, nutrizionisti, ecc.), professionisti del settore "food", consumatori
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	<p>L'attività prevede:</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'attivazione e gestione degli account ufficiali sui social media Weibo, Wechat, Bilibili, Go Kitchen e Red Book, per la Cina, e Instagram, Facebook, Twitter e YouTube, per il Giappone. - La pianificazione, la produzione e la pubblicazione di contenuti secondo un piano editoriale definito su base mensile per ciascuna annualità e per ciascun mercato target. <p>Per Facebook, Instagram e Twitter (Giappone) è prevista, in media, la pubblicazione di 8 / 10 post organici / mese / social / Paese, per un totale di 96 pubblicazioni / anno / social. Per i 5 social cinesi, è prevista la pubblicazione di 300 contenuti / anno (media di 25 contenuti / mese).</p>

**ANICAV**Associazione Nazionale Industriali
Conserve Alimentari Vegetali

		<p>- Partecipazione, nella seconda e terza annualità, al programma cinese "Food Magician" organizzato dalla rivista Global Gourmet: coinvolgimento chef provenienti da diverse regioni cinesi (ricette, interviste, ecc.) e realizzazione di due video da diffondere anche tramite il canale ufficiale WeChat della rivista.</p> <p>- Per il Giappone, organizzazione, sia nella seconda che nella terza annualità, di una sessione di cucina su YouTube (proposta, da parte di uno chef, di una o più ricette a base dei prodotti promossi).</p> <p>- Attività di "community management" (monitoraggio commenti, invio risposte, ecc.).</p> <p>Per ciascun mercato target e su base semestrale dovrà, infine, essere prodotto un rapporto sulle attività realizzate e sui risultati conseguiti (visualizzazioni totali e utenti raggiunti).</p>	
Budget indicativo triennale		280.100 €	
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 4	PUBBLICITA'
Attività N° 4.1	Pubblicità Stampa - Cina
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, food bloggers e food writers, chefs, influencers, foodies, nutrizionisti, ecc.), professionisti del settore "food", consumatori
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	1 pagina intera a colori pubblicata nella rivista cinese Global Gourmet (anni 2 e 3)

Viale della Costituzione Centro Direzionale Isola F/3 - 80143 Napoli
Tel. 081 7347020 - Fax 081 7347126

Via Marco dell'Arpa, 8 - 43121 Parma (PR)
Tel. 0521 461652

C.F. 80018140634
info@anicav.it www.anicav.it



	e 1 pagina intera a colori pubblicata nella rivista cinese Travel & Leisure (anno 3). Report di performance annuale sui lettori / utenti raggiunti.		
Budget indicativo triennale	21.000 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 4	PUBBLICITA'		
Attività N° 4.2	Pubblicità TV		
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, food bloggers e food writers, chefs, influencers, foodies, nutrizionisti, ecc.), professionisti del settore "food", consumatori		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	Partecipazione, nelle annualità 1 e 2 del Programma e per ciascun Paese, ad un programma TV / Web. Report di performance annuale su audience / utenti raggiunti.		
Budget indicativo triennale	134.000 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			



Pacchetto di lavoro N° 4	PUBBLICITA'
Attività N° 4.3	Digital / Social Media Advertising
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, food bloggers e food writers, chefs, influencers, foodies, nutrizionisti, ecc.), professionisti del settore "food", consumatori
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	<p>Per la Cina, l'attività prevede:</p> <ul style="list-style-type: none"> - la sponsorizzazione di complessivi 50 post / anno sulle piattaforme Weibo, Red Book e Tiktok; - l'organizzazione, nella seconda annualità, di una "Recipe Challenge" in collaborazione con l'App Go Kitchen: concorso a premi con condivisione di ricette da parte degli utenti ed estrazione di 10 vincitori; - l'organizzazione, nella terza annualità, di una "Video Challenge" in collaborazione con la piattaforma Tiktok: generazione di un hashtag ed individuazione di temi specifici dedicati ai prodotti promossi che gli utenti saranno invitati a filmare e a condividere. <p>Per il Giappone, l'attività prevede:</p> <ul style="list-style-type: none"> - la sponsorizzazione di 24 Ads / anno su Facebook e Instagram; - la pubblicazione, per ciascuna annualità, di 12 in-stream non-skippable annunci brevi su YouTube; - la pubblicazione di 8 PPC Google Ads / anno; - l'organizzazione, nella seconda annualità, di una "Recipe Challenge" su Instagram (con Facebook come "secondary" di appoggio): concorso a premi con condivisione di ricette da parte degli utenti ed estrazione di 10 vincitori. <p>Per entrambi i Paesi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - report annuale contenente i risultati raggiunti in termini di numero di Ads / annunci pubblicati, numero di impressions, views e numero di utenti raggiunti.
Budget indicativo triennale	298.000 €



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

Pacchetto di lavoro / Attività N° 5	STRUMENTI E MATERIALE DI COMUNICAZIONE
Attività N° 5.1	Strumenti e materiale di comunicazione
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, <i>food bloggers</i> e <i>food writers</i>, chefs, <i>influencers</i>, <i>foodies</i>, nutrizionisti, ecc.), professionisti del settore "food", consumatori
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	<p>L'attività dovrà comprendere la produzione dei seguenti strumenti / materiali:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 61 immagini fotografiche di ricette di cui 36 con relativi testi in triplice versione linguistica (inglese, cinese e giapponese) - 20 immagini fotografiche di coltivazione / trasformazione dei prodotti promossi - brochure 12 pagine in cinese e in giapponese in formato cartaceo (9.000 copie in totale) ed in formato digitale - calendario da tavolo in cinese e in giapponese – 9.000 copie in formato cartaceo complessive - contenente le 36 ricette realizzate – 12 per ciascuna versione del calendario – 2023, 2024 e 2025 - 9.000 shopper o zainetti con visual e loghi della campagna - 2.000 media kit (cartellina con block notes e greeting card) - 9.000 gadgets da diversificare in base ai gruppi target - programmi (in inglese / cinese e in inglese / giapponese) – 200 copie / soggetto – per le cooking sessions



	<p>previste nell'ambito delle manifestazioni fieristiche individuate</p> <ul style="list-style-type: none"> - menù (in inglese / cinese e in inglese / giapponese) – 100 copie / soggetto - e backdrop o roll-up per eventi stampa - 2.000 set menu (1.000/soggetto), in inglese/ cinese e inglese / giapponese per promozione menù Red Gold - 13 kit concorsi (10 Cina e 3 Giappone) per promozioni nei punti vendita della distribuzione organizzata (cartolina / questionario di partecipazione e urna) - 39 scatole per confezioni regalo per vincitori concorsi a premio organizzati nei punti vendita della distribuzione organizzata. 		
Budget indicativo triennale	179.400 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 6	EVENTI
Attività N° 6.1	Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali
Gruppi destinatari	Professionisti del settore "food" (importatori, distributori, retailers, HoReCa), opinionisti
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	<p>Questa attività comprende la partecipazione, con uno stand personalizzato di almeno 54 mq, alle seguenti manifestazioni fieristiche:</p> <p>Cina: FHC – Shanghai / edizioni 2023 e 2025 – SIAL – Shanghai / edizione 2024</p> <p>Giappone: Foodex Japan – Tokyo – edizioni 2024 e 2025</p> <p>Nell'ambito di ciascuna manifestazione dovranno, inoltre, essere organizzati</p>



	alcuni programmi giornalieri di <i>cooking sessions</i> dedicati ai prodotti promossi. Per ciascuna manifestazione fieristica dovrà, inoltre, essere realizzato un reportage foto / video.		
Budget indicativo triennale	400.000 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 6	EVENTI		
Attività N° 6.2	Partecipazione workshop Chief Editor's Afternoon Tea - Cena		
Gruppi destinatari	Opinionisti (giornalisti, food bloggers e food writers, chefs, influencers, foodies, nutrizionisti, ecc.), professionisti del settore "food", consumatori		
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	Partecipazione, nella terza annualità, ad un episodio / workshop del programma "Chief Editor's Afternoon Tea" con focus sulle caratteristiche dei prodotti promossi. Il workshop dovrà essere registrato e rivisto in più versioni per poi essere trasmesso nelle piattaforme social dell'outlet collegato "Travel & Leisure".		
Budget indicativo triennale	20.000 €		
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			



Pacchetto di lavoro N° 6		EVENTI	
Attività N° 6.3		Promozione menù Red Gold from Europe	
Gruppi destinatari		Opinionisti (giornalisti, <i>food bloggers</i> e <i>food writers</i>, chefs, <i>influencers</i>, <i>foodies</i>, nutrizionisti, ecc.) e consumatori	
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti		Per la Cina , l'attività prevede l'organizzazione, per le annualità 1 e 3 del programma, di una promozione, in collaborazione con 5 tra i più importanti ristoranti europei / italiani (a Shanghai, Guangzhou, Shenzhen) di un "set menu" a base di conserve di pomodoro europee che dovrà essere promosso anche attraverso un ADV banner su Dianping. Per il Giappone , l'attività prevede l'organizzazione, nella seconda annualità del programma, di una promozione in 10 ristoranti (italiani / europei e non) ubicati in più città del Paese. Anche in questo caso, dovrà essere predisposto un "set menu" a base di conserve di pomodoro europee.	
Budget indicativo triennale		80.000 €	
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 6		EVENTI	
Attività N° 6.4		Educational Tours	
Gruppi destinatari		Opinionisti (giornalisti, <i>food bloggers</i> e <i>food writers</i>, chefs, <i>influencers</i>, <i>foodies</i>, nutrizionisti, ecc.), professionisti del settore "food"	



Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti		L'attività prevede l'organizzazione, durante la seconda annualità del programma, di due viaggi di approfondimento della durata di 6 giorni nelle località di trasformazione dei prodotti promossi. Ciascun tour dovrà ospitare 10 (10 Cina e 10 Giappone) importatori / distributori / retailers / rappresentanti HoReCa / influencers / media. Oltre all'itinerario proposto e alla domanda di partecipazione, dovrà essere predisposto e somministrato apposito questionario di match-making finalizzato ad individuare gli specifici interessi dei potenziali ospiti.	
Budget indicativo triennale		114.000 €	
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 6	EVENTI
Attività N° 6.5	Chef Contests - Cina
Gruppi destinatari	Professionisti del settore "food" (HoReCa)
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	L'attività prevede l'organizzazione, in collaborazione con importanti associazioni di chef, di quattro concorsi in quattro diverse regioni cinesi (anno 1 Beijing, anno 2 Guangzhou / Shenzhen, anno 3 Shanghai / Hangzhou), ciascuno avente quali protagonisti 40 chef con almeno 2 anni di esperienza. Il tema di ciascun concorso dovrà essere definito in base alla tradizione / cultura culinaria di ciascuna regione. Ciascun concorso dovrà essere, inoltre, promosso attraverso social media promo, broadcasting, live streaming, ecc.



		10 i finalisti di ciascun concorso che saranno chiamati a realizzare e presentare, durante la gara finale "on-field", la ricetta candidata che sarà valutata da apposita giuria. I 4 vincitori saranno invitati a partecipare ad uno study tour nei luoghi di trasformazione dei prodotti promossi.	
Budget indicativo triennale		93.000 €	
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 7	POINT-OF-SALE (POS) PROMOTION
Attività N° 7.1	POS Promotion
Gruppi destinatari	Consumatori finali e professionisti del settore "food" (distribuzione)
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti	<p>Questa attività dovrà essere organizzata, per entrambi i Paesi, nel corso della seconda annualità del programma.</p> <p>In Cina, dovrà essere prevista una promozione della durata di una settimana a Hangzhou presso 10 punti vendita di una grande catena di supermercati / premium stores inclusiva di concorsi a premi / <i>giveaways</i> (con tre premi / punto vendita).</p> <p>In Giappone, dovrà essere prevista una promozione della durata di una settimana presso 3 punti vendita (2 a Tokyo e 1 a Osaka) di una grande catena di supermercati / premium stores inclusiva di concorsi a premi / <i>giveaways</i> (con tre premi / punto vendita).</p> <p>Sia in Cina che in Giappone, all'interno di ciascun punto vendita dovrà essere</p>



		allestito un desk promozionale comprensivo di roll-up e di urna destinata alla raccolta delle cartoline / questionario. Entrambe le promozioni dovranno essere sostenute da ulteriori attività digitali e marketing da concordare e realizzare in collaborazione con le due catene coinvolte.	
Budget indicativo triennale		64.000 €	
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			

Pacchetto di lavoro N° 8		ALTRE ATTIVITA'	
Attività N° 8.1		Strategia di comunicazione, graphic design e visual identity	
Gruppi destinatari		Opinionisti (giornalisti, food bloggers e food writers, chefs, influencers, foodies, nutrizionisti, ecc.), professionisti del settore "food", consumatori	
Descrizione sintetica dell'attività e degli output richiesti		Questa attività dovrà comprendere l'eventuale adattamento del concept creativo e del key-visual già sviluppato per la campagna appena conclusasi. Inoltre, i messaggi secondari ed i materiali di comunicazione dovranno essere opportunamente ed ulteriormente integrati e declinati per la nuova campagna.	
Budget indicativo triennale		12.000 €	
Descrizione dettagliata dell'attività			
Gruppo di lavoro proposto			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3



Descrizione dettagliata dei prodotti / servizi (output) che saranno forniti			
------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

TABELLA RIEPILOGATIVA INDICATORI DI REALIZZAZIONE (OUTPUT) E RISULTATO ATTESI PER I MERCATI TARGET		
WP	Indicatori di realizzazione	Indicatori di risultato
Pacchetto di lavoro 2	2 mailing list aggiornate 6 press kit 24 comunicati stampa 6 eventi stampa 3 trasmissioni live su Facebook, Instagram e YouTube in Giappone 3 trasmissioni live su Weibo in Cina	2.300 opinionisti intercettati tramite comunicati stampa di cui 1.200 raggiunti dall'invito agli eventi stampa 480 opinionisti partecipanti agli eventi stampa 1.080 articoli / post pubblicati 2.700.000 consumatori intercettati tramite articoli e post pubblicati e contenuti generati
Pacchetto di lavoro 3	Rinnovo, manutenzione e gestione dominio principale e 2 estensioni aggiuntive .cn e .jp 6 video ricette 6 video game interattivi 9 accounts social media gestiti (5 in Cina e 4 in Giappone) 1.764 (288/ anno/Giappone e 300/anno/Cina) contenuti prodotti e pubblicati 2 Master Cooking Sessions YouTube (Giappone) 2 partecipazioni al programma Food Magician (Cina)	240.000 visualizzazioni del sito (views / utenti intercettati) 3.500.000 visualizzazioni (views / impressions / interactions) dei contenuti pubblicati
Pacchetto di lavoro 4	3 pubblicazioni in riviste specializzate in food and lifestyle B2C Cina 4 programmi TV / Web TV 72 Ads pubblicati FB / IG Giappone 150 Ads pubblicati Weibo, TikTok e Red Book Cina 36 Ads YouTube in-stream annunci brevi Giappone 24 PPC Google Ads Giappone 1 recipe challenge Go Kitchen Cina	5.000.000 impressions / utenti intercettati 8.000.000 YouTube / TikTok views 2.000.000 GoKitchen views Oltre 100 milioni di utenti intercettati dai programmi TV / WebTV 1.200.000 consumatori intercettati dalle pubblicazioni nelle riviste B2C



ANICAV

Associazione Nazionale Industriali
Conservas Alimentari Vegetali



	1 video challenge Tiktok Cina 1 recipe challenge IG Giappone	
Pacchetto di lavoro 5	25 immagini ricette con testi già realizzati 36 immagini fotografiche e testi nuove ricette 20 immagini coltivazione e trasformazione prodotti 9.000 brochure 9.000 calendari da tavolo 9.000 shopper / zainetti 2.000 media kit (cartellina, block notes e <i>greeting card</i>) 9.000 gadgets 5 programmi cooking sessions (200 copie / soggetto) 6 menù per eventi stampa e 6 backdrop 2.000 set menu per promozione menù ristoranti 13 kit concorso per promozioni POS 39 scatole per confezioni regalo	Attività trasversale a tutta l'Azione e per la quale non sono previsti indicatori di risultato.
Pacchetto di lavoro 6	5 stand personalizzati di 54 mq 5 cooking sessions organizzate 1 partecipazione al programma Chef Editor Afternoon Tea in Cina 20 promozioni menu Red Gold nei ristoranti 2 banner pubblicati sul sito Dianping 1 Educational Tour 4 chef contests (Cina)	68.000 professionisti della distribuzione / canale HoReCa / industria intercettati tramite stand, cooking sessions e materiale promozionale (25% dei visitatori previsti pari a 272.000) 300.000 impressions generate dalla partecipazione al programma Chef Editor Afternoon Tea 200 KOLs intercettati dalla promozione menù 100 KOLs ospitati dalla promozione menù 207.000 consumatori intercettati dalla promozione menù 200.000 consumatori intercettati dal banner pubblicato sul sito Dianping 1.200.000 utenti intercettati dai contenuti pubblicati dai KOLs intercettati / ospitati

Viale della Costituzione Centro Direzionale Isola F/3 - 80143 Napoli
Tel. 081 7347020 - Fax 081 7347126

Via Marco dell'Arpa, 8 - 43121 Parma (PR)
Tel. 0521 461652

C.F. 80018140634
info@anicav.it www.anicav.it



		200 professionisti del settore "food" e opinionisti raggiunti dall'invito all'educational tour 20 professionisti del settore "food" e opinionisti partecipanti al tour 160 chef raggiunti dai contests 400.000 consumatori intercettati dalle promozioni social dei contests
Pacchetto di lavoro 7	2 Promozioni POS inclusive di concorsi a premi ed ulteriori attività digital / marketing in 13 punti vendita	182.000 Consumatori intercettati dalla promozione e dalle ulteriori attività digital / marketing 1.500 consumatori raggiunti dai questionari
Pacchetto di lavoro 8	1 declinazione integrata / adattata dei messaggi secondari da comunicare 1 declinazione integrata / adattata dei materiali di comunicazione	Attività trasversale a tutta l'Azione e per la quale non sono previsti indicatori di risultato.

7 – Criteri e metodo di aggiudicazione

L'appalto è aggiudicato in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa tenendo conto **congiuntamente degli aspetti qualitativi del servizio e del prezzo**. I 100 punti complessivi saranno, pertanto, valutati nelle seguenti proporzioni:

QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA: MASSIMO 80 PUNTI

PREZZO DELL'OFFERTA ECONOMICA: MASSIMO 20 PUNTI

TOTALE PUNTEGGIO ATTRIBUIBILE: MASSIMO 100 PUNTI

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

ELEMENTO DI VALUTAZIONE	CRITERIO MOTIVAZIONALE	PUNTEGGIO MASSIMO
STRATEGIA COMPLESSIVA MAX 8 PUNTI	Adeguatezza della strategia di comunicazione in termini di coerenza con gli obiettivi, le tematiche da trattare e i tempi e risorse a disposizione per	8 di cui: 8 = valutazione ottima 6 = valutazione buona 4 = valutazione sufficiente 2 = valutazione scarsa



	la realizzazione del Programma. Coerenza tra la strategia complessiva, le singole attività proposte ed i risultati raggiungibili.	
PROPOSTA E DECLINAZIONE CONCEPT DI COMUNICAZIONE – SOLUZIONI TECNICHE – QUALITA' DEI PRODOTTI MAX 24 PUNTI	Originalità e creatività dell'adattamento proposto all'attuale concept di comunicazione e key-visual della campagna e appeal del suo impatto visivo	4 di cui: 4 = valutazione ottima 3 = valutazione buona 2 = valutazione sufficiente 1 = valutazione scarsa
	Efficacia dell'adattamento grafico del key visual proposto e del concept di comunicazione per garantire gli obiettivi fissati nel Programma	8 di cui: 8 = valutazione ottima 6 = valutazione buona 4 = valutazione sufficiente 2 = valutazione scarsa
	Declinazione del concept e del key visual strategico nei formati standard che saranno utilizzati	8 di cui: 8 = valutazione ottima 6 = valutazione buona 4 = valutazione sufficiente 2 = valutazione scarsa
	Soluzioni tecniche adottate e qualità del materiale grafico proposto	4 di cui: 4 = valutazione ottima 3 = valutazione buona 2 = valutazione sufficiente 1 = valutazione scarsa
APPROCCIO METODOLOGICO E ARTICOLAZIONE DELLE ATTIVITA' MAX 48 PUNTI	Completezza nella descrizione delle singole attività e relativa coerenza con la strategia proposta, con i gruppi destinatari e con gli indicatori di realizzazione e di risultato	20 di cui: 20 = valutazione ottima 15 = valutazione buona 10 = valutazione sufficiente 5 = valutazione scarsa
	Qualità del Gruppo di lavoro proposto per le singole attività in termini di competenze e qualità dei profili professionali indicati nell'offerta tecnica. Esperienza in gestione ed organizzazione di servizi e attività di informazione, comunicazione e	16 di cui: 16 = valutazione ottima 12 = valutazione buona 8 = valutazione sufficiente 4 = valutazione scarsa

	promozione analoghi a quelli richiesti dal bando di gara. Contatti operativi già in essere nei due mercati target.	
	Qualità e completezza degli output che saranno forniti (descrizione e quantificazione) e loro coerenza con gli indicatori di risultato	12 di cui: 12 = valutazione ottima 8 = valutazione buona 6 = valutazione sufficiente 2 = valutazione scarsa

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

ELEMENTO DI VALUTAZIONE	CRITERIO MOTIVAZIONALE	PUNTEGGIO MASSIMO
OFFERTA ECONOMICA MAX 20 PUNTI	Valutazione della congruità e del dettaglio del costo proposto per la realizzazione di ogni attività in base ai prodotti / servizi proposti	15 di cui: 15 = valutazione ottima 10 = valutazione buona 8 = valutazione sufficiente 1 = valutazione scarsa
	Valutazione della congruità del compenso dell'organismo di esecuzione	5 di cui: 5 = valutazione ottima 4 = valutazione buona 3 = valutazione sufficiente 1 = valutazione scarsa

8 – Svolgimento operazioni di gara e Commissione giudicatrice

La **Commissione giudicatrice** verrà nominata ad hoc **dopo** la scadenza del termine per la presentazione delle offerte e sarà costituita da un numero dispari pari a n. 3 membri di cui due soggetti interni di ANICAV e un componente esterno indipendente con comprovata esperienza in appalti pubblici.

La Commissione **si riunirà, presso la sede dell'ANICAV – Viale della Costituzione – Centro Direzionale Isola F/3 – 5° Piano - in data 17 febbraio 2023 alle ore 12.00** al fine di espletare le procedure di selezione.

L'apertura delle buste (Busta A) contenenti la documentazione amministrativa dei partecipanti alla Gara di Selezione, avrà luogo presso la sede sopra indicata **in data 17 febbraio 2023 alle ore 12.00 in sessione pubblica**. **A tale sessione** potrà assistere, **anche in remoto**, il rappresentante legale (o persona dallo stesso delegato per iscritto) di ognuno degli operatori economici partecipanti, presentando idoneo documento di riconoscimento in corso di validità. **Il link** attraverso il quale collegarsi in remoto **verrà inviato agli operatori che ne faranno richiesta**. **La richiesta dovrà essere inviata all'indirizzo e-mail: v.dedilectis@anicav.it**

indicando nell'oggetto "Richiesta link per sessione pubblica selezione OE EU RED GOLD ASIA". Le richieste dovranno essere inviate dopo la scadenza fissata per la consegna dei plichi (ossia dopo le ore 12.00 del 16 febbraio 2023, ma non oltre le ore 16.00 del 16 febbraio 2023). Per poter partecipare, in remoto, alla sessione pubblica dovrà essere messa a disposizione copia scansionata del documento di identità del rappresentante legale dell'operatore economico o, in caso di persona delegata, copia della delega sottoscritta dal legale rappresentante ed accompagnata da copia del documento di identità dello stesso.

Terminata l'apertura delle Buste A e definita l'ammissibilità dei partecipanti alla Gara, la Commissione procederà, **in sessione privata**, alla valutazione delle offerte tecniche (Busta B) e delle offerte economiche (Busta C).

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

All'esito delle operazioni di cui sopra, la Commissione redige la graduatoria e procederà con l'aggiudicazione. L'aggiudicazione vincola immediatamente il concorrente affidatario della gara, mentre il Committente sarà impegnato definitivamente soltanto quando, a norma di legge, tutti gli atti conseguenti e necessari all'espletamento della gara avranno conseguito piena efficacia giuridica.

Sarà data tempestiva comunicazione a tutti i partecipanti sull'esito della Gara di Selezione a mezzo PEC o, nel caso di operatori non italiani, a mezzo e-mail. Più in particolare, verrà comunicato il nominativo e l'indirizzo dell'operatore economico aggiudicatario, con indicazione del voto complessivo ricevuto, e trasmessa la scheda di valutazione del destinatario della comunicazione.

I risultati saranno, inoltre, pubblicati sul sito di ANICAV - www.anicav.it, nonché sul portale TED – versione online del supplemento alla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea dedicato agli appalti pubblici - entro 7 giorni lavorativi dalla data di conclusione della procedura di selezione.

9 – Oneri a carico dell'Aggiudicatario

Sono a carico dell'Aggiudicatario:

- svolgimento dei Servizi oggetto dell'appalto, in accordo e collaborazione con il Project Leader del Committente;
- accettazione integrale e incondizionata del contenuto del presente Capitolato;
- osservanza di ogni indicazione contenuta nel presente Capitolato anche se non specificatamente richiamata nel presente articolo, di norme e regolamenti in vigore a livello europeo, nazionale e regionale, nonché quelle che venissero eventualmente emanate nel corso del periodo contrattuale.

10 – Modifiche del contratto – variazioni quantitative e qualitative dei servizi

Il Committente, qualora sorgessero improvvise e particolari necessità, si riserva il diritto di apportare al contratto variazioni quantitative in più o meno entro i limiti del quinto dell'importo del contratto nel rispetto degli obblighi contrattuali. Il Committente si riserva, inoltre, di risolvere, per ragioni non imputabili all'aggiudicatario, il contratto in tutto od in parte riconoscendo all'aggiudicatario una indennità a termini di legge sulla parte di contratto non eseguita. Qualora venissero richiesti interventi straordinari non contemplati nel presente capitolato, le condizioni relative saranno di volta in volta concordate fra il Committente e l'Aggiudicatario.

11 – Rapporti tra l'aggiudicatario e il Committente

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

12 – Inadempienze

Il Committente ha facoltà di contestare i servizi resi non rispondenti in tutto o in parte alle prescrizioni del capitolato o dell'offerta proposta in gara. In caso di contestazione, il Committente potrà richiedere all'Aggiudicatario la sostituzione di personale / collaboratori inadeguati alla realizzazione dei servizi. In caso di ritardo o di rifiuto, nonché in ogni altra ipotesi di inosservanza degli obblighi contrattuali assunti dall'Aggiudicatario, il Committente contesterà in forma scritta all'Aggiudicatario le inadempienze.

13 – Decadenza e revoca dell'appalto

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

- per mancato assolvimento degli obblighi contrattuali o di legge in materia di stipendi e compensi a favore del proprio personale e dei propri collaboratori;
- per manifesta inadempienza degli impegni assunti con il contratto di appalto;
- per inosservanza delle linee progettuali presentate e delle eventuali indicazioni integrative in ordine alla qualità del servizio.

14 – Risoluzione unilaterale del contratto

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

15 – 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'Aggiudicatario e per il restante 50% del Committente.

16 – Contenzioso

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

17 - Diritti di proprietà e di utilizzazione

I diritti di proprietà e/o di utilizzazione e sfruttamento economico degli elaborati, predisposti o realizzati dall'Aggiudicatario o dai suoi dipendenti e collaboratori nell'ambito o in esecuzione del presente servizio, rimarranno di titolarità esclusiva del Committente che potrà, quindi, disporre senza alcuna restrizione la pubblicazione, la diffusione, l'utilizzo, la duplicazione di dette opere dell'ingegno o materiale. Detti diritti, ai sensi della L. n. 633/1941 "Protezione del diritto d'autore o di altri diritti concessi al suo esercizio" così come modificata ed integrata dalla L. n. 248/2000, devono intendersi ceduti, acquisiti e licenziati in modo perpetuo, illimitato e irrevocabile. L'Aggiudicatario si impegna a consegnare tutti i prodotti in formato aperto e modificabile e si obbliga espressamente a fornire al Committente appaltante tutta la documentazione e il materiale necessario all'effettivo sfruttamento dei diritti di titolarità esclusiva, nonché a sottoscrivere tutti i documenti necessari all'eventuale trascrizione di detti diritti a favore del Committente in eventuali registri o elenchi pubblici. L'Aggiudicatario si impegna, inoltre, a rispettare la vigente normativa in materia di raccolta e di trattamento dei dati personali e di tutela delle banche dati.

18 – Trattamento dei dati personali di terzi e riservatezza

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

19 – Informativa sul trattamento dei dati personali

In ossequio alle disposizioni di cui al Dlgs 196/2003 e quelle previste dal Reg. (UE) 679/2016 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 (c.d. GDPR), il Committente utilizzerà i dati raccolti contenuti nelle offerte al solo fine di procedere alla selezione dell'Organismo di esecuzione. I dati raccolti potranno essere utilizzati per l'adempimento di obblighi di legge, ivi compresi i controlli previsti dal Reg. (UE) 1144/2014 e dal Decreto direttoriale del 17 ottobre 2022 n. 0526288 - Dipartimento delle politiche competitive della qualità agroalimentare, della pesca e dell'ippica - DG promozione della qualità agroalimentare e dell'ippica che definisce i criteri che le organizzazioni non pubbliche devono rispettare nella selezione degli organismi di esecuzione per i programmi semplici" in relazione all'invito AGRIP-SIMPLE-2022.

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

Il Committente dichiara che in ordine al procedimento instaurato per la procedura di selezione:

- Le finalità del trattamento dei dati riguardano la verifica della capacità dei concorrenti di partecipare e aggiudicarsi la gara in oggetto.
- I dati forniti saranno raccolti, registrati, organizzati e conservati per il tempo strettamente necessario e per le finalità di gestione della gara; saranno trattati sia mediante supporti cartacei sia mediante tecnologie informatiche, anche successivamente all'eventuale instaurazione del rapporto contrattuale per le finalità del rapporto medesimo. - La mancata indicazione dei dati richiesti obbligatoriamente comporta l'esclusione dalla presente gara.
- I dati potranno essere comunicati a: 1. Personale del Committente; 2. Componenti Commissione giudicatrice; 3. Commissione di verifica individuata dal MIPAAF; 4. Concorrenti che partecipano alla seduta pubblica di gara; 5. Tutti gli altri soggetti individuati come meritevoli o interessati ai sensi della normativa italiana e in particolare della Legge sul procedimento amministrativo n. 241/90.
- Soggetto attivo della raccolta dati è il Committente e il responsabile del trattamento è il Legale Rappresentante.
- L'interessato può esercitare i diritti previsti dal Dlgs 196/2003 e dal GDPR artt 15 e 22.

Titolare del trattamento dei dati: Raffaella Capuano.

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

20 – Conflitto di interessi

Ai sensi e per gli effetti del Decreto dipartimentale del MIPAAF – Dipartimento delle politiche competitive della qualità agroalimentare, della pesca e dell'ippica DG per la promozione della qualità agroalimentare e dell'ippica n. 0029170 del 30 giugno 2020; del Decreto direttoriale del 17 ottobre 2022 n. 0526288 - Dipartimento delle politiche competitive della qualità agroalimentare, della pesca e dell'ippica - DG promozione della qualità agroalimentare e dell'ippica che definisce i criteri che le organizzazioni non pubbliche devono rispettare nella selezione degli organismi di esecuzione per i programmi semplici" in relazione all'invito AGRIP-SIMPLE-2022; del Reg (UE) 1144/2014 Reg UE 1829/2015 - delegato; del Reg UE 1831/2015 - di esecuzione; della Nota Commissione Europea DDG1 B5/MJ/DBD (2016) 321077 del 7 luglio 2016

- Orientamenti sulla procedura di gara; della Comunicazione della Commissione Europea (2006/C 179/02) paragrafo 2.1.2; il Committente, nello svolgimento della presente procedura di selezione, adotta tutte le misure idonee a prevenire, individuare e porre rimedio in modo efficace a conflitti di interesse che siano in grado di determinare una distorsione della concorrenza e garantire la parità di trattamento di tutti gli operatori economici.

21 – Responsabile Unico del Procedimento

Responsabile unico del procedimento è Giovanni De Angelis.