

## CAPITOLATO TECNICO

### PROCEDURA DI SELEZIONE DELL'ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DENOMINATO: “*Magical Experience of European Taste*” (acronimo “*MEET*”)

#### 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI

Il **CONSORZIO VINO CHIANTI CLASSICO** (qui nominato come “organismo proponente”), con sede legale in Via Pianigiani 9 - 53017 Radda In Chianti (SI), e sede amministrativa in Via Sangallo 41 Località Sambuca val di Pesa 50028 Barberino Tavernelle (FI) - ITALIA, P.IVA 00637480484, tel. +39 055 82285 e-mail: [lechner@chianticlassico.com](mailto:lechner@chianticlassico.com), PEC: [meetchianticlassico@pec.it](mailto:meetchianticlassico@pec.it), in qualità di capofila e in partenariato con CONSORZIO OLIO DOP CHIANTI CLASSICO

#### *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 (qui nominato “organismo di esecuzione”) incaricato della realizzazione delle azioni rivolte al raggiungimento degli obiettivi previsti dal Programma triennale denominato “*Magical Experience of European Taste*” – *MEET* avente come paesi target: Italia, Germania, Francia, Svezia. Il suddetto programma è stato presentato alla Commissione Europea nell’ambito della “Call for proposals for simple programmes 2021 – Promotion of agricultural products (2021/C 31/06)”.

Gli operatori economici in possesso dei requisiti indicati nei Regolamenti UE sopra menzionati, così come specificato nei paragrafi seguenti, sono invitati a presentare un’offerta attenendosi puntualmente alle indicazioni contenute all’interno del presente CAPITOLATO TECNICO.

#### 2 NORMATIVA E DOCUMENTAZIONE DI RIFERIMENTO

Il **quadro dei riferimenti normativi** essenziali ai fini dell’esecuzione del Programma comprende:

- **regolamento (UE) n. 1144/2014** del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 22 ottobre 2014, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi e che abroga il regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio,
- **regolamento delegato (UE) 2015/1829** della Commissione, del 23 aprile 2015, che integra il regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi,
- **regolamento di esecuzione (UE) 2015/1831** della Commissione, del 7 ottobre 2015, recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi.
- **Orientamenti sulla procedura di gara** di cui alla nota della Commissione Europea ddg1.B5/MJ/db D(2016)3210777
- **Decreto del Direttore Generale** del Dipartimento delle politiche competitive, della qualità agroalimentare, ippiche e della pesca, Direzione Generale per la promozione della qualità agroalimentare e dell'ippica PQAI V del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali (MIPAAF – PQAI 05 – Prot. Interno n. 0639624 del 06/12/2021).

### 3 INFORMAZIONI PRINCIPALI

#### 3.1 Prodotti oggetto di promozione

Vino Chianti classico DOCG

Olio Chianti Classico DOP

#### 3.2 Paesi Target

Italia, Germania, Francia, Svezia

#### 3.3 Obiettivi generali del Programma

**Obiettivo generale 1: incrementare la consapevolezza del consumatore europeo** in merito alle qualità organolettiche, alle caratteristiche di sicurezza alimentare e all'attenzione alle tematiche ambientali dei **prodotti agroalimentari di qualità**.

**Obiettivo generale 2: aumentare il grado di riconoscimento dei simboli dei marchi dei prodotti a denominazione, con particolare focus sul marchio DOP, in modo che il consumatore possa facilmente ritrovare sugli scaffali dei punti vendita i prodotti a denominazione europei.**

### **3.4 Obiettivi Specifici di Progetto**

**Obiettivo specifico 1: incrementare la consapevolezza del consumatore europeo in merito alle qualità organolettiche, alle caratteristiche di sicurezza alimentare e all'attenzione alle tematiche ambientali dei prodotti agroalimentari di qualità e dei loro loghi (DOP, IGP, STG).**

**Obiettivo specifico 2: incrementare il valore di mercato dei prodotti di qualità europea per effetto dell'aumento del prezzo** generato da un miglior posizionamento dei prodotti promossi nei mercati di riferimento (si ipotizza un consumo costante in termini di volume e un orientamento delle scelte dei consumatori verso prodotti di maggior qualità e, quindi, di maggior valore aggiunto).

### **3.5 Durata del programma**

36 mesi

### **3.6 Budget relativo alle azioni comprensivo di fee dell'Organismo di Esecuzione per il quale viene indetto il bando di gara**

**€ 1.615.422,50**

I soggetti interessati a partecipare al bando di gara dovranno presentare un'offerta tenendo in considerazione il budget complessivo sopra evidenziato, comprensivo del compenso dell'Organismo di Esecuzione che dovrà essere compreso tra un **minimo del 9% ed un massimo del 13%** del costo totale delle azioni e dovrà essere calcolato scorporandolo dal costo totale dell'azione.

### 3.7 Suddivisione in lotti

Il Programma non è suddiviso in lotti

## 4 OGGETTO DELL'APPALTO

### 4.1 Descrizione del servizio

Il servizio consiste nell'esecuzione del Programma. L'organismo di esecuzione dovrà quindi assicurare:

- lo sviluppo e lo svolgimento del programma di durata triennale, a partire dalla sottoscrizione del contratto;
- la realizzazione delle attività informative e promozionali previste dal Programma, sulla base degli obiettivi descritti nella strategia di azione e di comunicazione e mediante il monitoraggio dei risultati e dell'impatto;
- la gestione amministrativa-finanziaria del Programma, comprensiva delle relazioni tecniche periodiche e della relazione tecnica finale.

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, assicurando una chiara riconoscibilità al Programma e ai relativi soggetti promotori. Il servizio deve essere caratterizzato da un supporto tecnico e operativo qualificato.

### 4.2 Modalità di esecuzione

L'organismo di esecuzione deve costituire e disporre per la durata del contratto, di un Gruppo di lavoro, nel rispetto dei requisiti di partecipazione, che è incaricato di gestire e attuare il Programma. **Tutte le attività del Gruppo di lavoro devono essere concordate e condivise con l'organismo proponente.** È previsto che uno o più componenti del Gruppo di lavoro siano disponibili per riunioni di monitoraggio, per dare supporto operativo alle attività del piano che necessitano di essere svolte in stretto coordinamento con la struttura di riferimento; le decisioni

ed i temi trattati in tali riunioni dovranno risultare da appositi verbali redatti dall'organismo proponente e messi a conoscenza via mail all'organismo esecutore.

Il coordinamento delle attività e lo scambio di informazioni con l'organismo proponente possono avvenire mediante modalità differenti e articolate: contatti telefonici, riunioni, videochiamate, corrispondenza via e-mail, condivisione e scambio di materiali e documenti attraverso i sistemi di condivisione online. In ogni caso qualsiasi variazione nei piani di esecuzione rispetto a quanto precedentemente concordato dovrà essere previamente autorizzata dall'organismo proponente mediante atto scritto. Le parti concordano che tutti gli scambi epistolari e/o qualsiasi reciproca comunicazione, dovranno essere effettuati mediante l'utilizzo della forma scritta ed inoltrati a mezzo posta elettronica o Posta Elettronica Certificata o modalità precedentemente concordate tra l'Organismo appaltante e l'Ente Esecutore.

### **4.3 Gruppo di lavoro**

L'organismo di esecuzione deve garantire prestazioni di servizio svolte da personale con legittimi e regolari rapporti di lavoro e avente i requisiti professionali e tecnici adeguati all'impiego ed alla realizzazione del progetto. Il team di lavoro deve essere caratterizzato da un approccio organizzativo flessibile per rispondere alle variazioni e/o imprevisti che potranno determinarsi nel corso dello svolgimento del Programma.

L'organismo esecutore si assume la piena ed esclusiva responsabilità dei vari rapporti di lavoro che in alcun modo potranno essere ricondotti in capo all'organismo proponente; l'organismo esecutore garantirà il pieno rispetto di tutti gli adempimenti contributivi e fiscali, nonché contrattuali in genere, impegnandosi altresì ad osservare tutte le norme poste a tutela dell'incolumità fisica dei lavoratori, sollevando l'organismo proponente da qualsiasi onere o responsabilità in merito.

#### **L'organismo di esecuzione si impegna:**

- a. ad adibire al servizio personale idoneo, di comprovata capacità, onestà, moralità e di provata riservatezza, il quale dovrà mantenere il più assoluto riserbo su quanto sia venuto a conoscere nell'espletamento del servizio;

- b. a garantire la stabilità e la continuità del servizio in ogni circostanza, assicurando personale quantitativamente e qualitativamente adeguato alle necessità e nel rispetto dei contenuti dell'offerta tecnica;
- c. a rispettare, nei confronti del proprio personale, i contratti di lavoro relativi al trattamento salariale, normativo, previdenziale ed assicurativo;
- d. a predisporre tutti i possibili mezzi di comunicazione che possano semplificare il coordinamento, il monitoraggio e il controllo del Programma;
- e. a dare esecuzione al programma che verrà redatto e controfirmato dalle parti, in ogni sua parte e nei modi e tempi ivi stabiliti, e previsti anche dalla Convenzione di Sovvenzione.

#### **4.4 Durata del servizio**

Il servizio ha durata di **trentasei mesi** - decorrenti dalla data di stipula del contratto- ed è suddiviso in tre fasi di dodici mesi ciascuna. Il contratto avrà per oggetto lo svolgimento delle attività indicate nel presente bando alle condizioni ivi riportate e verrà sottoscritto successivamente alla firma, da parte dell'Organismo appaltante, della Convenzione di sovvenzione con lo Stato Membro e l'Ente Pagatore (AGEA).

L'organismo di esecuzione si impegna ad eseguire le prestazioni per i tempi di durata ed entro le singole scadenze previste dalla Convenzione di Sovvenzione, dal presente Capitolato Tecnico, e, ove non altrimenti previsto, secondo le tempistiche indicate dall'organismo proponente.

## 5 TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ E INIZIATIVE PREVISTE DAL PROGRAMMA

Pacchetto di lavoro 2: Relazioni Pubbliche		
Durata:		M1 – M36
Compito n.	Denominazione del compito	Descrizione
2.1	PR continuative	<p><b>Target:</b> Giornalisti della stampa online e offline, operatori del trade, opinion leader, consumatori</p> <p>L'attività di comunicazione tramite ufficio stampa dedicato dovrà essere realizzata in itinere, durante la realizzazione dell'intero programma. Nell'ambito delle attività di PR, in occasione della Chianti Classico Collection e in concomitanza con uno degli ultimi eventi del programma di promozione che si terrà nel mercato tedesco, dovranno essere previsti due momenti di <i>press conference</i>.</p> <p>Le attività di PR da prevedere possono essere così riassunte ed eventualmente ampliate:</p> <p><u>Azioni costanti</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ sviluppo di una strategia d'insieme per assicurare il raggiungimento di tutti gli obiettivi prefissati;</li> <li>▪ approfondimento delle tematiche e dei contenuti dell'attività promozionale;</li> </ul> <p><u>Azioni mirate</u> (realizzate in occasione degli eventi previsti in ciascun mercato)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ attività di scouting rivolta alla selezione di possibili partecipanti (media, opinion leaders, operatori del settore);</li> <li>▪ elaborazione e lancio di comunicati stampa;</li> </ul>

		L'attività di PR sarà realizzata in tutti i mercati target, ma <u>i costi imputati al progetto saranno solo quelli relativi alle azioni delle agenzie nei mercati Francia, Germania e Svezia. La presenza di un ufficio permanente di pubbliche relazioni interno ai Consorzi partecipanti che si occupa quotidianamente di PR sul territorio italiano, li ha infatti portati ad optare per un'attività di tipo insourcing.</u>		
<b>Prodotti/servizi da fornire e bilancio stimato</b>				
<b>Calendario</b>		<b>ANNO 1</b>	<b>ANNO 2</b>	<b>ANNO 3</b>
<b>Prodotti/servizi da fornire</b>		4 comunicati stampa per mercato (12 tot.) 1 cartella stampa per trimestre per mercato (4 cartelle x 3 paesi = 12 cartelle stampa)	4 comunicati stampa per mercato (12 tot.) 1 cartella stampa per trimestre per mercato (4 cartelle x 3 paesi = 12 cartelle stampa)	4 comunicati stampa per mercato (12 tot.) 1 cartella stampa per trimestre per mercato (4 cartelle x 3 paesi = 12 cartelle stampa)
<b>Budget indicativo triennale</b>		<b>EUR 31.680,00</b>		

*Pacchetto di lavoro 3*

<b>Pacchetto di lavoro 3: Sito web, media sociali</b>				
<b>Durata:</b>		M1- M36		
Co mp ito n.	Denom inazion e del	Descrizione		



	compito			
3.1	Media - social	<p><b>Target:</b> consumatori e appassionati, giornalisti, opinion leaders, trade, foodies</p> <p>Le piattaforme social di riferimento dovranno essere <b>Facebook, Instagram e Twitter</b>. Nello specifico, l'attività dovrà comporsi almeno delle seguenti sub azioni:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. definizione della strategia di comunicazione:</li> <li>2. attivazione, personalizzazione e gestione di un account per ogni social.</li> <li>3. attività di listening finalizzata a monitorare tendenze, conversazioni di interesse, hashtag di riferimento.</li> </ol> <p>Inoltre dovrà essere prevista una <b>sezione dedicata al progetto sui siti web istituzionali dei due Consorzi</b>.</p>		
<b>Prodotti/servizi da fornire e bilancio stimato</b>				
<b>Calendario</b>		<b>ANNO 1</b>	<b>ANNO 2</b>	<b>ANNO 3</b>
<b>Prodotti/servizi da fornire</b>		16 Post al mese per piattaforma creazione pagina del programma sui siti web dei partner 4 report trimestrali	16 Post al mese per piattaforma creazione pagina del programma sui siti web dei partner 4 report trimestrali	16 Post al mese per piattaforma creazione pagina del programma sui siti web dei partner 4 report trimestrali
<b>Budget indicativo triennale per l'attività 3.1</b>		<b>EUR 101.376,00</b>		

Co mp ito n.	Denom inazion e del compit o	Descrizione	
3.2	<b>Piatta forma e- learnin g</b>	<p><b>Target:</b> consumatori appassionati, operatori trade</p> <p>I soggetti proponenti hanno previsto lo sviluppo di un percorso <i>e-learning</i>. Informare ed educare consumatori ed operatori del settore sulle tematiche della campagna attraverso una piattaforma e-learning, che deve consentire:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- condivisione diretta dei contenuti</li> <li>- dovrà essere sempre accessibile così la formazione online potrà essere gestita dall'interlocutore in autonomia di tempo e luogo, riuscendo ad abbattere barriere geografiche e temporali.</li> </ul> <p>Il percorso dovrà essere composto da <b>5 moduli formativi</b>, nei quali verranno affrontati temi specifici di rilevanza per la campagna promozionale. Ogni video dovrà essere prodotto con sottotitoli in lingua francese e tedesca e dovranno essere previsti anche test intermedi e un test finale. A completamento del percorso e con l'ottenimento di risultati soddisfacenti nei vari test, verrà rilasciato ad ogni partecipante il certificato ufficiale <b>Chianti Classico MOOC</b>. <b>Dove:</b> Francia, Germania, Svezia</p>	
<b>Prodotti/servizi da fornire e bilancio stimato</b>			
<b>Calendario</b>	<b>ANNO 1</b>	<b>ANNO 2</b>	<b>ANNO 3</b>
<b>Prodotti/servizi da fornire</b>	1 piattaforma LMS e customizzazione 2 moduli formativi	1 mantenimento piattaforma LMS 3 moduli formativi	1 attivazione e mantenimento piattaforma LMS

Budget indicativo triennale per l'attività 3.2	EUR 63.866,00
--	---------------

Pacchetto di lavoro 4

Pacchetto di lavoro 4: Pubblicità			
Durata:		M1-M36	
Co mp ito n.	Deno minazione del compito	Descrizione	
4.1	Adv su riviste offline	<p><b>Target:</b> consumatori appassionati, trade i partner hanno deciso di ricorrere alla pubblicazione di <i>advertorial</i> sulle principali testate di settore.</p> <p>L'azione deve prevedere l'inserimento di pagine pubbliredazionali in alcune delle più rilevanti testate di settore, strategicamente individuate sulla base della notorietà ed autorevolezza di cui godono nei mercati target. Nel corso delle tre annualità ne devono essere previsti 20, suddivisi tra i paesi target Germania, Francia, Svezia.</p>	
Prodotti/servizi da fornire e bilancio stimato			
Calendario		ANNO 1	ANNO 2
Prodotti/servizi da fornire		6 uscite sulle principali testate di settore	6 uscite sulle principali testate di settore
			ANNO 3
			8 uscite sulle principali testate di settore

<b>Budget indicativo triennale per l'attività 4.1</b>		<b>EUR 110.000,00</b>		
Co mp ito n.	Deno minazi one del compi to	Descrizione		
4.2	AVD su riviste on line	<p><b>Target:</b> consumatori appassionati, trade</p> <p>Al fine di mantenere alta l'attenzione sulle attività e sugli obiettivi della campagna deve essere predisposto un piano di comunicazione che coinvolga alcune delle principali riviste svedesi.</p> <p>Devono essere previsti 3 banner all'anno durante la seconda e terza annualità</p>		
<b>Prodotti/servizi da fornire e bilancio stimato</b>				
Calendario		ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire			3 banner promozionali pubblicati	3 banner promozionali pubblicati
<b>Budget indicativo triennale per l'attività 4.2</b>		<b>EUR 11.220,00</b>		

## Pacchetto di lavoro 5: Strumenti di comunicazione

Durata:

M1 – M36

Co  
mp  
ito  
n.  
del  
comp  
ito

Descrizione

5.1

Visua  
l –  
Mate  
riali  
infor  
mativ  
i

**Definizione dell'identità visiva della campagna - Pubblicazioni, materiali informativi ad uso dei mezzi di informazione, articoli promozionali**

**Target:** consumatori, appassionati, trade, media.

L'ideazione e lo sviluppo della visual identity troveranno molteplici applicazioni nella realizzazione delle varie attività previste dal programma. Il *brand concept* dovrà essere definito tenendo in considerazione i target individuati, i mercati di riferimento ed il messaggio da diffondere. Sulla base di queste informazioni dovranno basarsi infatti la predisposizione dei testi, tradotti poi nelle lingue dei paesi target, e delle immagini combinate dei prodotti oggetto di promozione che comporranno il logo della campagna. Deve essere prevista la realizzazione di tre principali strumenti di comunicazione:

**brochure** in lingua inglese;

**mappe del territorio:** dovrà essere ideata e stampata una cartina del territorio di produzione del vino Chianti Classico DOCC e dell'olio Chianti Classico DOP;

**flyer:** da distribuire/utilizzare durante gli eventi previsti dal programma.

		<p>La visual sarà utilizzata anche nella parte <i>web</i> e <i>digital</i> della campagna. Gli account social, le pagine dei siti istituzionali dei Consorzi dedicate al progetto, così come il “Chianti Classico MOOC”, dovranno essere graficamente prodotti partendo dal brand concept del progetto.</p> <p><u>Nella realizzazione della visual identity dovranno essere rispettati i criteri ed i dettami dei Reg EU 1144/2014 e Reg EU 1831/2015, nonché le normative comunitarie in materia.</u> Durante la prima annualità dovrà essere definita l’identità visiva e prodotti mappe, brochure e flyer; nella seconda annualità dovrà essere prodotta la parte rimanente dei flyer.</p>	
<b>Prodotti/servizi da fornire e bilancio stimato</b>			
<b>Calendario</b>	<b>ANNO 1</b>	<b>ANNO 2</b>	<b>ANNO 3</b>
<b>Prodotti/servizi da fornire</b>	Strategia di comunicazione, definizione della campagna visiva Produzione di n. 3.000 brochure Produzione di n. 50.000 mappe Produzione di n. 15.000 flyers	Produzione di n. 15.000 flyers	
<b>Budget indicativo triennale per l’attività 5.1</b>	<b>EUR 78.243,00</b>		
Co mp	Deno mina zione	Descrizione	

ito n. ito	del comp ito	
5.2	Video Prom ozion ali	<p><b>Target:</b> consumatori, appassionati, trade, media</p> <p>Deve essere prevista la realizzazione di video promozionali per un totale di n. 3 video clip che dovranno essere video brevi, diretti, coinvolgenti e stimolanti, che cattureranno l'attenzione degli interlocutori e lasceranno impresso il messaggio della campagna. Una volta realizzati, i video troveranno molteplici applicazioni nella campagna, quali ad esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- utilizzo sulle piattaforme social dedicate al progetto,</li> <li>- proiezione durante gli eventi previsti a progetto, a supporto e completamento degli stessi;</li> <li>- inserimento nei moduli di e-learning MOOC come materiale didattico.</li> </ul>

**Prodotti/servizi da fornire e bilancio stimato**

Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
<b>Prodotti/servizi da fornire</b>	Ideazione e realizzazione di 1 video promozionale	Ideazione e realizzazione di 1 video promozionale	Ideazione e realizzazione di 1 video promozionale
<b>Budget indicativo triennale per l'attività 5.2</b>	<b>EUR 23.100,00</b>		

*Pacchetto di lavoro 6*

<b>Pacchetto di lavoro 6: Eventi</b>		
<b>Durata:</b>	M1 – M36	

Co mp ito n.	Deno minazi one del compit o	Descrizione	
6.1	Parteci pazion i a fiere	<p><b>Target:</b> Giornalisti, opinion leader, operatori del settore, rappresentanti canali Ho.Re.Ca e G.D.O.</p> <p><b>VINEXPO&amp; WINE PARIS</b></p> <p>Nel 2023 i beneficiari parteciperanno alla manifestazione Vinexpo &amp; Wine Paris, fiera a cura degli stessi organizzatori delle fiere internazionali di successo che si svolgono ogni due anni a Bordeaux, Hong Kong e Tokyo. Il Vinexpo &amp; Wine Paris si terrà presso il Paris Convention Centre, situato nel cuore della capitale francese. La prima edizione è stata accolta molto positivamente da parte degli operatori del settore, a cui la manifestazione si rivolge. La superficie espositiva della fiera sarà di 7.500 metri quadrati ed ospiterà oltre 700 espositori. Sono previsti circa circa 10.000 visitatori provenienti prevalentemente da Europa, Usa e Cina. I partner del programma intendono partecipare a Vinexpo &amp; Wine Paris con uno stand. I vini e l'olio destinati a questa attività saranno spediti dall'Italia. Lo stand sarà presidiato da personale dei Consorzi.</p>	
<b>Prodotti/servizi da fornire e bilancio stimato</b>			
<b>Calendario</b>	<b>ANNO 1</b>	<b>ANNO 2</b>	<b>ANNO 3</b>
<b>Prodotti/servizi da fornire</b>		1 Report evento (2 RP) 1 stand allestito	
<b>Budget indicativo triennale per l'attività 6.1</b>	<b>EUR 65.703,00</b>		



Co mp ito n.	Deno minazi one del compit o	Descrizione	
6.2	Seminari di degustazione	<p><b>Target:</b> Importatori, operatori canale Ho.Re.Ca, giornalisti, enotecari, sommelier.</p> <p>Il programma prevede la realizzazione di 11 incontri, da realizzarsi nei paesi target nel corso delle 3 annualità. Tali appuntamenti, rappresenteranno momenti di approfondimento sui specifici temi di rilevanza per il progetto.</p> <p>Ogni seminario dovrà prevedere anche guidate e a tema dei prodotti oggetto di promozione. Ad ogni giornata è prevista la partecipazione di 50 addetti del settore o operatori stampa. Gli incontri previsti in Italia verranno realizzati nel periodo di svolgimento della Chianti Classico Collection al fine di ottimizzare la presenza degli operatori. In Svezia inoltre, è prevista la realizzazione di un contest denominato “Chianti Classico Ambassador”: tra i partecipanti ai seminari, verrà svolta una selezione da parte di una giuria che decreterà successivamente il vincitore che diventerà figura di riferimento dei beneficiari in Svezia.</p>	
<b>Prodotti/servizi da fornire e bilancio stimato</b>			
<b>Calendario</b>	<b>ANNO 1</b>	<b>ANNO 2</b>	<b>ANNO 3</b>
<b>Prodotti/servizi da fornire</b>	1 Rapporto dell'evento (1RP) 4 seminari realizzati	1 Rapporto dell'evento (2RP) 3 seminari realizzati	1 Rapporto dell'evento (3RP) 4 seminari realizzati

		50 addetti partecipanti tra addetti del settore e operatori stampa per ogni evento	50 addetti partecipanti tra addetti del settore e operatori stampa per ogni evento	50 addetti partecipanti tra addetti del settore e operatori stampa per ogni evento
<b>Budget indicativo triennale per l'attività 6.2</b>		<b>EUR 275.880,00</b>		
Co mp ito n.	Deno minazi one del compit o	Descrizione		
6.3	Works hop: Walk aroun d tasting	<p><b>Target:</b> Importatori, operatori canale Ho.Re.Ca, giornalisti, enotecari, sommelier.</p> <p>Il programma prevede la realizzazione di una serie di walk-around tasting da realizzare nei paesi target.</p> <p>I walkaround tasting dovranno prevedere l'allestimento, di banchi d'assaggio, al fine di far degustare a tutti i target partecipanti i prodotti delle D.O. Chianti Classico e di promuovere l'eccellenza della qualità dei prodotti europei.</p> <p>Devono essere previsti 7 eventi nel corso del triennio e deve essere prevista la partecipazione, ad ogni singolo evento, di almeno 150 persone.</p>		
<b>Prodotti/servizi da fornire e bilancio stimato</b>				
<b>Calendario</b>		<b>ANNO 1</b>	<b>ANNO 2</b>	<b>ANNO 3</b>
<b>Prodotti/servizi da fornire</b>		1 Rapporto dell'evento (1RP)	1 Rapporto dell'evento (2RP)	1 Rapporto dell'evento (3 RP)

		2 walkaround tasting 150 persone partecipanti per ogni singolo evento	2 walkaround tasting 150 persone partecipanti per ogni singolo evento	3 walkaround tasting 150 persone partecipanti per ogni singolo evento
<b>Budget indicativo triennale per l'attività 6.3</b>		<b>EUR 295.102,50</b>		
Co mp ito n.	Deno minazi one del compit o	Descrizione		
6.4	Spons orship: Emozi oni in Chianti Classic o	<p><b>Target:</b> Influencer, blogger, consumer.</p> <p>Il progetto sarà <b>partner</b> degli eventi. Potrà così beneficiare della visibilità degli stessi, ed essere presente con un gazebo promozionale. <b>Gazebo:</b> attraverso il gazebo sarà possibile informare in modo diretto il pubblico intervenuto attraverso la distribuzione dei flyers. Oltre alla promozione <i>on</i> e <i>off</i> line degli eventi la presenza dei prodotti durante lo svolgimento degli eventi, dovrà essere supportato da una adeguata azione di PR, in modo da favorire l'intervento di pubblico e influencer. Il calendario degli eventi verrà veicolato online, in questo modo oltre a focalizzare l'attenzione di una nicchia di utenti riconducibile al target di progetto, verranno creati diversi contenuti e interazioni utili ad accrescere l'attenzione verso la campagna. Questa dovrà essere concepita tenendo come filo conduttore lo stretto legame dei prodotti oggetto</p>		

di promozione ed il territorio. Sono stati individuati 3 filoni, **3 mood** attraverso i quali dovranno essere sviluppati gli eventi, nel 2022 e 2023, che consentiranno di amalgamare arte, cultura, storia ed eccellenze europee.

**Mood 1:** il calendario degli eventi legati al territorio vedrà la realizzazione di 4 serate tra luglio e settembre durante le quali dovranno intrecciarsi performance di musica jazz, serate dedicate a orchestre e spettacoli di piano solo che dovranno integrarsi con le degustazioni dei prodotti oggetto di promozione.

**Mood 2:** questo modulo prevede la partecipazione del progetto ad una mostra collettiva di arte moderna. Le opere, saranno disposte lungo un percorso a tappe dislocate. Gli artisti ospitati dovranno essere sia italiani che dei paesi target del programma.

**Mood 3:**

Attraverso questo terzo gruppo di eventi, il programma è chiamato a raccontare il rapporto tra i prodotti di qualità e il territorio d'origine. Questa serie di eventi, dovrà creare percorsi adatti a target ancora più ampi. Gli eventi dovranno concretizzarsi in due tipologie di momenti di degustazione:

- circuito di visite e degustazione, attivo durante tutta la stagione, presso le aziende selezionate tra quelle con punti storico culturali al loro interno;
- allestimento, durante la stagione turistica della prima e seconda annualità, di corner di assaggio dei prodotti e attività di presenza mediatica del progetto lungo i percorsi che comprendono i punti storico-culturali rappresentati dai centri storici dei comuni del Chianti.

**Prodotti/servizi da fornire e bilancio stimato**

Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	1 Rapporto dell'evento (1RP)	1 Rapporto dell'evento (2RP)	

		Partnership in 4 serate per mood1	Partnership in 4 serate per mood1	
		Partnership in 1 mostra di arte contemporanea mood2	Partnership in 1 mostra di arte contemporanea mood2	
		Partnership in 6 weekend di eventi mood3	Partnership in 6 weekend di eventi mood3	
<b>Budget indicativo triennale per l'attività 6.4</b>		<b>EUR 205.030,00</b>		
Co mp ito n.	Deno minazi one del compit o	Descrizione		
6.5	Viaggi studio in Europa	<p><b>Target:</b> giornalisti, sommelier, chef</p> <p>Deve essere previsto l'arrivo di n. 25 persone nell'arco dell'anno per una durata massima di 3 notti (fra sommelier, giornalisti e chef provenienti dalla Germania, dalla Svezia, dalla Francia)</p> <p><b>Dove:</b> Firenze</p>		
<b>Prodotti/servizi da fornire e bilancio stimato</b>				
<b>Calendario</b>		<b>ANNO 1</b>	<b>ANNO 2</b>	<b>ANNO 3</b>

<b>Prodotti/servizi da fornire</b>			1 Rapporto dell'evento (1RP) Realizzazione di n. 5 visite guidate Ospitalità di n. 25 operatori del settore 5 articoli redazionali redatti dagli operatori ospitati	1 Rapporto dell'evento (2RP) Realizzazione di n. 5 visite guidate Ospitalità di n. 25 operatori del settore 5 articoli redazionali redatti dagli operatori ospitati	1 Rapporto dell'evento (3RP) Realizzazione di n. 5 visite guidate Ospitalità di n. 25 operatori del settore 5 articoli redazionali redatti dagli operatori ospitati
<b>Budget indicativo triennale per l'attività 6.5</b>			<b>EUR 80.850,00</b>		
Co mp ito n.	Deno minazi one del compit o	Descrizione			
6.6	Other events :	<b>Target:</b> stampa, Importatori, operatori canale Ho.Re.Ca, giornalisti, enotecari, sommelier			

	Chianti Classic Collection	<p>Il Vino e Olio Chianti Classico, saranno il centro di un evento internazionale della durata di 2 giorni che si svolgerà, nel 2022 e 2023, a febbraio. Nel 2024 ricorreranno i 100 anni dalla fondazione del Consorzio. Per celebrare questo anniversario la Chianti Classic Collection, per questa annualità, verrà allargata a 4 giornate.</p> <p>Destinatari dell’invito alla manifestazione saranno giornalisti del settore nazionale e internazionale, che potranno assaggiare le nuove annate di Vino Chianti Classico DOCG e l’ultimo raccolto della Chianti Classico DOP, per poterli recensire nelle principali riviste di settore nazionale e internazionale, divulgando in questo contesto le principali peculiarità e novità delle due Denominazioni europee.</p> <p>L’evento sarà composto da 2 macro attività. 1) <b>Presentazione alla stampa delle nuove annate del Chianti Classico DOCG</b></p> <p>In questa area potrà accedere solo la stampa specializzata dove per due giorni, con l’assistenza di un altamente strutturato servizio sommelier, potrà assaggiare seduta al tavolo le nuove annate di Gallo Nero. 2) <b>Presentazione alla stampa e al trade del nuovo raccolto dell’Olio Chianti Classico DOP:</b> In questa area potranno accedere rappresentanti della stampa e del trade che per due giorni, con l’assistenza di un servizio sommelier, potranno assaggiare le referenze di Olio DOP.</p> <p>Per <b>l’evento previsto nel 2024</b>, dovranno essere organizzate, oltre alle sopra descritte giornate, una serie di iniziative di degustazione che riconurranno a questo importante anniversario. Le iniziative in programma non si limiteranno a celebrare questo traguardo ma dovranno avere l’obiettivo di stimolare tra struttura consortile, soci, opinion leader e pubblico una riflessione su sui traguardi qualitativi raggiunti. Gli eventi verranno svolti tra febbraio come consuetudine e maggio, mese in cui nacque effettivamente il.</p> <p><b>Quando:</b> febbraio 2022, 2023, febbraio – maggio 2024. <b>Dove:</b> Firenze</p>	
<b>Prodotti/servizi da fornire e bilancio stimato</b>			
<b>Calendario</b>	<b>ANNO 1</b>	<b>ANNO 2</b>	<b>ANNO 3</b>

<b>Prodotti/servizi da fornire</b>	1 Rapporto dell'evento (1RP) 2 giorni di evento a Firenze 230 giornalisti coinvolti per 2 gg	1 Rapporto dell'evento (2RP) 2 giorni di evento a Firenze 230 giornalisti coinvolti per 2 gg	1 Rapporto dell'evento (3RP) 4 giorni di evento a Firenze 230 giornalisti coinvolti per 4 gg
<b>Budget indicativo triennale per l'attività 6.6</b>	<b>EUR 273.372,00</b>		



## 6 REQUISITI PER LA PARTECIPAZIONE ALLA GARA

### 6.1 Requisiti di idoneità

Iscrizione nel Registro tenuto dalla Camera di Commercio Industria e Artigianato e Agricoltura per attività coerenti con quelle oggetto della presente procedura di gara (da attestare tramite copia di visura camerale). Nel caso di operatore economico non stabilito in Italia, documentazione conforme alla normativa vigente del rispettivo Paese o dichiarazione giurata.

### 6.2 Inesistenza di cause di esclusione dalla partecipazione alla gara

La partecipazione alla presente procedura di gara è riservata, **a pena di esclusione**, 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**) firmata dal Legale Rappresentante.

### 6.3 Requisiti di capacità economica e finanziaria

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione, deve aver realizzato nel triennio 2018/2019/2020 un fatturato globale complessivamente non inferiore ad € 2.000.000,00 (Euro duemilioni/00) al netto di IVA.

Si richiede, pertanto, di allegare i bilanci di esercizio delle annualità del triennio necessari ad attestare il raggiungimento del fatturato globale sopra indicato.

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato anche tramite la dichiarazione allegata (**Allegato A**) firmata dal Legale Rappresentante.

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

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione deve aver realizzato, nel corso del triennio 2018/2019/2020, progetti e attività analoghi a quelli promozionali destinati al mercato interno/paesi terzi, per un importo non inferiore complessivamente a Euro 1.000.000,00 (in lettere: un milione di Euro) al netto dell'IVA. Deve essere allegata dichiarazione con indicazione dei rispettivi importi di progetto, date, mercati, destinatari pubblici o privati.

Il possesso di questo requisito dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (**Allegato A**) firmata dal Legale Rappresentante e dall'Autodichiarazione sopra menzionata.

#### **7 CRITERI DI AGGIUDICAZIONE**

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:

**QUALITÀ DELL'OFFERTA TECNICA: max punti 85**

**OFFERTA ECONOMICA: max punti 15**

**TOTALE PUNTEGGIO ATTRIBUIBILE: 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:

<b>Criteri</b>	<b>Sotto criteri</b>	<b>Punteggio massimo</b>
1. STRATEGIA COMPLESSIVA	Adeguatezza della metodologia proposta e qualità dell'articolazione della strategia di comunicazione: in particolare, dimostrazione della capacità di produrre i risultati previsti dal progetto	Fino a 3 punti
	Coerenza tra la strategia complessiva progettuale e le singole attività e coerenza tra la strategia complessiva progettuale e gli obiettivi previsti	Fino a 3 punti
<b>Punteggi massimi attribuibili</b>		<b>6</b>
2. OUTPUT DI PROGETTO	Creatività ed innovazione nelle modalità realizzative e nei contenuti della proposta di realizzazione degli output di progetto richiesti (es. gestione ufficio stampa, realizzazione del materiale informativo e della comunicazione on-line, realizzazione di eventi ed incoming, etc.)	Fino a 15 punti
	Efficacia e capacità degli output previsti di comunicare il messaggio del progetto	Fino a 5 punti
	Qualità della proposta grafica e del concept e contenuto dei messaggi promozionali adeguati alla realizzazione dei risultati previsti dal	Fino a 15 punti
	Qualità del gruppo di lavoro dedicato all'attività di comunicazione, di grafica, di gestione eventi, etc. del progetto (valutazione CV del gruppo di lavoro dedicato)	Fino a 10 punti
<b>Punteggi massimi attribuibili</b>		<b>45</b>
3. APPROCCIO METODOLOGICO	Adeguatezza nelle modalità di realizzazione ed esecuzione delle azioni	Fino a 8 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 3 punti
	Adeguatezza dei meccanismi di controllo per monitorare la corretta esecuzione economico-finanziaria del progetto e il rispetto del cronoprogramma: qualità ed efficacia delle modalità di esecuzione	Fino a 3 punti
	Qualità del gruppo di lavoro dedicato all'attività di gestione del progetto (valutazione CV del gruppo di lavoro dedicato)	Fino a 6 punti
	Adeguatezza ed efficacia degli strumenti previsti per la valutazione dei risultati di progetto	Fino a 3 punti
	Qualità del gruppo di lavoro dedicato all'attività di valutazione dei risultati di progetto (valutazione CV del gruppo di lavoro dedicato)	Fino a 6 punti
<b>Punteggi massimi attribuibili</b>		<b>29</b>
	Altri servizi proposti	Fino a 3 punti
	Attività di assistenza fornita al Consorzio	Fino a 2 punti
<b>Punteggi massimi attribuibili</b>		<b>5</b>

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

<b>ELEMENTO DI VALUTAZIONE</b>	<b>CRITERIO MOTIVAZIONALE</b>	<b>PUNTEGGIO MASSIMO</b>
<b>ANALISI ECONOMICA E ONORARIO</b>  <b>Max 15 punti</b>	Analisi di economicità sulle iniziative proposte, secondo i prezzi di mercato	3
	Congruità dell'onorario, espresso in giornate/uomo, richiesto per la realizzazione di ogni azione, in base al costo di ogni azione e ai benefici attesi	12

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

<b>GIUDIZIO QUALITATIVO COEFFICIENTI</b>	
non riscontrabile	0
valutazione insignificante	0,1
valutazione appena sufficiente	0,2
valutazione sufficiente	0,3
valutazione tra sufficiente/discreta	0,4
valutazione discreta	0,5
valutazione tra discreta/buona	0,6
valutazione buona	0,7
valutazione tra buona/ottima	0,8
valutazione ottima	0,9
valutazione eccellente	1

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

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

La commissione giudicatrice verrà nominata ad hoc dopo la scadenza del termine per la presentazione delle offerte ed espletterà le procedure di selezione.

## **8 MODALITÀ DI PRESENTAZIONE**

Gli organismi interessati a partecipare al Bando di Gara dovranno, a pena di esclusione, inviare la propria proposta entro il giorno **07/01/2022 alle ore 10:00**, in un unico plico contenente i 3 seguenti Allegati (se l'invio avverrà per via cartacea) o in uno o più file (se l'invio avverrà per via telematica):

### **Allegato A) Documentazione amministrativa:**

- Allegato A compilato e firmato dal Legale Rappresentante
- Bilanci degli ultimi 3 anni
- Visura aggiornata
- Autodichiarazione e documentazione relativa ai requisiti descritti al punto 4.3:
  - CV aziendale
  - Cv dei componenti del gruppo di lavoro
- elenco dei progetti e attività promozionali realizzati, come richiesto a dimostrazione del requisito di capacità tecnica e professionale con indicazione dei rispettivi importi di progetto, date, mercati, destinatari pubblici o privati.
- C.i sottoscrittore

### **Allegato B) Proposta tecnica:**

L'operatore economico che parteciperà alla gara di selezione, nell'Allegato B) Proposta tecnica, dovrà presentare un servizio articolato rispetto alle diverse tipologie di attività.

Per il periodo di attuazione del programma, è prevista la realizzazione di una serie di output minimi richiesti per ciascun settore di attività. I concorrenti hanno facoltà di presentare in sede

di offerta tecnica una proposta che preveda la realizzazione di un numero maggiore di output, a condizione che la conseguente offerta economica rientri obbligatoriamente entro i limiti determinati dalla base d'asta.

- Presentazione dell'operatore economico partecipante:
  - Presentazione generale in termini di esperienze maturate
    - nel settore della promozione/informazione su prodotti alimentari di qualità,
    - Nella realizzazione di eventi, fiere, attività di PR e ufficio stampa
    - Elaborazione materiale promozionale/informativo
- Strategia complessiva: l'operatore dovrà descrivere in modo articolato la strategia generale del Programma, evidenziando le modalità di raggiungimento degli obiettivi del programma e la coerenza complessiva e le singole attività proposte.
- Approccio metodologico e articolazione delle attività:
  - L'operatore economico dovrà articolare la propria proposta proponendo un piano di attività che deve contenere:
    - una descrizione dettagliata di ciascun intervento, con motivazione della scelta in relazione all'efficacia nel raggiungimento degli obiettivi del Programma, delle tematiche da diffondere e trattare e della tipologia di Paesi e gruppi target, dimostrando ponderata selezione per il massimo impatto raggiungibile;
    - dovrà indicare per ciascuna attività i kpi attesi;
    - dovrà riportare indicazione del numero e la tipologia di contatti attesi (diretti e indiretti).

Il piano dovrà inoltre contenere:

- la 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.
- Presentazione degli eventuali ulteriori servizi proposti e delle modalità di assistenza fornite al Soggetto Appaltante

### Allegato C) Offerta Economica:

L'operatore economico che parteciperà alla Gara di Selezione dovrà fornire:

- Piano finanziario dettagliato per ogni attività/iniziativa proposta (compreso onorario);
- Budget riassuntivo del triennio per Paese.

Per ogni attività proposta dovranno essere dettagliati il più possibile i costi previsti, che dovranno essere indicati al netto dell'IVA. I costi devono essere organizzati e presentati in una tabella (denominata Piano finanziario dettagliato) che contenga il nome dell'iniziativa e le singole voci di costo che la compongono, al fine di giungere ad una somma totale (costo totale delle azioni), composta dai costi delle singole iniziative, a loro volta composti dalle singole voci di costo.

Per quanto riguarda i costi relativi all'onorario dell'Organismo Esecutore, questi dovranno essere presentati in forma di giornate/uomo in relazione ad ogni singola iniziativa, dettagliando le modalità e i dati necessari per quantificarli.

Si riporta una tabella a titolo di esempio:

Paese Target	ITALIA		
<b>2.1 Attività di Pubbliche relazioni permanenti</b>	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Segreteria organizzativa			
Ospitalità operatori			
<i>Inserire una riga per ogni voce di costo</i>			
<b>Totale annuo attività</b>			
Onorario agenzia (costo unitario al giorno, indicare se per un consulente senior o per un consulente junior o altra figura)	XXXX €	XXXX €	XXXX €
Numero giornate previste	XXXX €	XXXX €	XXXX €
<b>Totale onorario agenzia</b>	<b>XXXX €</b>	<b>XXXX €</b>	<b>XXXX €</b>
<b>Totale annuo comprensivo di onorario</b>	<b>XXXX €</b>	<b>XXXX €</b>	<b>XXXX €</b>

2.1 Attività di Pubbliche relazioni permanenti	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
<i>Inserire una riga per ogni voce di costo</i>			
<b>Totale annuo attività</b>			
Onorario agenzia (costo unitario al giorno per un consulente senior o per un consulente junior o altra figura)	XXXX €	XXXX €	XXXX €
Numero giornate previste	XXXX €	XXXX €	XXXX €
<b>Totale onorario agenzia</b>	<b>XXXX €</b>	<b>XXXX €</b>	<b>XXXX €</b>
<b>Totale annuo comprensivo di onorario</b>	<b>XXXX €</b>	<b>XXXX €</b>	<b>XXXX €</b>

La documentazione dovrà essere presentata in formato pdf non editabile entro e non oltre il giorno **07/01/2022 alle ore 10:00 a mezzo PEC** all'indirizzo [meetchianticlassico@pec.it](mailto:meetchianticlassico@pec.it); esclusivamente per operatori economici non stabiliti in Italia è possibile inviare la documentazione all'indirizzo sopra riportato da un indirizzo email non PEC. In alternativa, è possibile far pervenire la documentazione di gara anche in forma cartacea, in una busta chiusa contenente i 3 allegati, timbrata e controfirmata sui lembi dal legale rappresentante con la medesima scadenza sopra riportata.

Il recapito del plico e/o della comunicazione telematica nei termini previsti rimane ad **esclusivo rischio del mittente** ove, per qualsiasi motivo, non giunga a destinazione entro le ore 10.00 del 07/01/2022. Il recapito oltre tale termine perentorio non potrà essere oggetto di contestazione.

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

**Consorzio Vino Chianti Classico**

Via Sangallo 41 Località Sambuca val di Pesa

50028 Barberino Tavernelle (FI)

Alla cortese attenzione di **CHRISTINE LECHNER**

Nell'oggetto della PEC e dell'e-mail, nonché sulla busta cartacea, scrivere quanto segue:



**NON APRIRE: CONTIENE BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DENOMINATO "MAGICAL EXPERIENCE OF EUROPEAN TASTE" / nome operatore/agenzia/organismo partecipante alla gara.**

L'oggetto della comunicazione, oltre a riportare la dicitura di cui sopra, dovrà indicare il numero del messaggio sul numero totale di messaggi previsti (ad esempio parte 1 di 3, parte 2 di 3, ecc...).

## **9 MODALITÀ DI APERTURA DELLE OFFERTE**

Data: **10/01/2022**

Ora locale: 10:00 per la parte pubblica

Ora locale 15:00 per la parte riservata

Luogo: **CONSORZIO VINO CHIANTI CLASSICO**, sede amministrativa Via Sangallo 41 Loc. Sambuca - 50028 Barberino Tavernelle (FI), la parte pubblica avverrà con modalità telematica al link che verrà inviato via PEC ai partecipanti alla gara che ne faranno richiesta entro il giorno 10/01/2022 ore 9.00 all'indirizzo [meetchianticlassico@pec.it](mailto:meetchianticlassico@pec.it).

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

La Commissione di valutazione, organo ad hoc creato appositamente per la valutazione e selezione delle proposte pervenute, si riunirà in data 10/01/2022 ora locale 10:00, al fine di espletare le procedure di selezione e aggiudicazione secondo i criteri di cui al punto 6 del presente capitolato. Sarà data tempestiva comunicazione a tutti i partecipanti sull'esito della Gara di Selezione, a mezzo PEC. I risultati verranno anche pubblicati sul sito <https://www.chianticlassico.com> entro il giorno 14/01/2022.

Eventuali domande e/o richieste di chiarimenti per l'esecuzione dell'offerta dovranno essere presentate **ESCLUSIVAMENTE** per iscritto ed inviate a mezzo PEC al seguente indirizzo [meetchianticlassico@pec.it](mailto:meetchianticlassico@pec.it) alla c.a. di **CHRISTINE LECHNER** alle quali seguirà risposta esclusivamente per iscritto. Le domande e le risposte saranno pubblicate nel sito del Consorzio

Vino chianti nell'apposita sezione FAQ dedicata alla presente Gara. Non saranno prese in considerazione eventuali richieste verbali o inoltrate con modalità diverse da quella indicata.

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

Sono a carico dell'organismo di esecuzione:

1. Svolgimento dei Servizi oggetto dell'appalto, in accordo e collaborazione con l'organismo capofila e nell'accettazione integrale e incondizionata del contenuto del presente Capitolato.
2. Osservanza di ogni indicazione contenuta nel presente capitolato anche se non specificatamente richiamata nel presente articolo, di norme e regolamenti in vigore sia a livello nazionale che comunitario, nonché quelle che venissero eventualmente emanate nel corso del periodo contrattuale (comprese le norme regolamentari e le ordinanze municipali), con particolare riguardo a quelle relative all'igiene ed alla sicurezza e comunque attinenti all'oggetto dell'appalto od alla sua esecuzione.
3. L'organismo di esecuzione si assume l'intera responsabilità tecnica e finanziaria delle azioni di cui all'articolo 6, compresa quella relativa alla loro compatibilità con le vigenti normative dei paesi target e con le regole di concorrenza applicabili in materia. Il contraente assume se necessario personale per il controllo e la sorveglianza dell'esecuzione delle azioni previste dal programma.
4. L'organismo di esecuzione dovrà sovrintendere all'attività di monitoraggio amministrativo/finanziario del progetto, compresi la tenuta dei registri e documenti giustificativi, la trasmissione dei deliverables, e la predisposizione delle azioni e delle domande di pagamento.

## **11 MODIFICHE DEL CONTRATTO - VARIAZIONI DEI SERVIZI**

L'organismo proponente, qualora sorgessero improvvise e particolari necessità, si riserva il diritto di apportare al contratto variazioni quantitative in più o in meno entro il limite del quinto dell'importo del contratto nel rispetto degli obblighi contrattuali. L'organismo proponente si riserva inoltre di risolvere, per ragioni non imputabili all'aggiudicatario, il contratto in tutto o in parte riconoscendogli una indennità a termini di legge sulla parte del contratto non eseguita. Qualora venissero richiesti interventi straordinari non contemplati nel presente capitolato, le condizioni relative saranno di volta in volta concordate fra le parti. Tutte le modifiche sopra

menzionate dovranno essere comunicate per iscritto via PEC, con specifica indicazione delle nuove condizioni di esecuzione e dei tempi di avvio.

## **12 INADEMPIENZE**

L'organismo proponente 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. In caso di ritardo o rifiuto, nonché in ogni altra ipotesi di inosservanza degli obblighi contrattuali assunti dall'operatore economico, l'organismo proponente contesterà in forma scritta all'organismo di esecuzione le inadempienze.

## **13 DECADENZA E REVOCA DELL'APPALTO**

L'organismo di esecuzione potrà essere dichiarato decaduto dall'appalto nei seguenti casi:

1. per mancato assolvimento degli obblighi contrattuali o di legge, in materia di stipendi, liquidazioni o trattamenti previdenziali ed assicurativi a favore del personale della ditta aggiudicataria;
2. per manifesta inadempienza degli impegni assunti con il contratto di appalto anche se previsti da piani esecutivi o apposite convenzioni sottoscritti tra le parti, o per variazioni successivamente apportate al piano esecutivo ai sensi del precedente art 12;
3. per inosservanza delle linee progettuali presentate e delle eventuali indicazioni integrative in ordine alla qualità del servizio;
4. per grave e reiterato mancato rispetto dei tempi di esecuzione del servizio o di una singola scadenza o fase del contratto.

## **14 RISOLUZIONE UNILATERALE DEL CONTRATTO**

L'organismo proponente ha la facoltà di controllare e verificare la buona esecuzione del servizio con ausilio di incaricati scelti a sua discrezione.

## **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'organismo di esecuzione e per il restante 50% all'organismo proponente.

## **16 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 sarà quello di Firenze.

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

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