



## CHIANTI CLASSICO

### CAPITOLATO TECNICO

### PROCEDURA DI SELEZIONE DELL'ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DENOMINATO: FINEST EUROPEAN SUSTAINABLE TREASURES ("FEST")

#### 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI

Il **BENEFICIARIO, CONSORZIO VINO CHIANTI CLASSICO** (qui nominato come "organismo proponente"), con sede legale Via Pianigiani 9, Radda in Chianti e sede operativa in Via Sangallo 41 Barberino Tavarnelle - CAP 50028 - ITALIA, P.IVA 00637480484, tel. +39 055 82285 e-mail: fiorentini@chianticlassico.com, PEC: [chianticlassico@pec.it](mailto:chianticlassico@pec.it) in qualità di capofila e unico beneficiario

#### *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 "FINEST EUROPEAN SUSTAINABLE TREASURES ("FEST"). avente come mercati target ITALIA, FRANCIA, GERMANIA, SVEZIA e prodotto VINO e OLIO. Il suddetto programma sarà presentato alla Commissione Europea nell'ambito della "Call for proposals AGRIP-SIMPLE-2024 – Promotion of agricultural products (AGRI-SIMPLE-2024-IM-EU QS)" che verrà presentato entro la scadenza del 14/05/2024.

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 (proposta tecnica ed economica) attenendosi puntualmente alle indicazioni contenute all'interno del presente CAPITOLATO TECNICO.



## CHIANTI CLASSICO

### 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 direttoriale n. 640411 del 20 novembre 2023** - recante criteri per le procedure "di selezione degli organismi di esecuzione per programmi semplici", Dipartimento delle Politiche Competitive, della qualità agroalimentare, della pesca e dell'ippica - Direzione generale per la promozione della qualità agroalimentare e dell'ippica PQAI V del Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste (MASAF - PQAI 05).

### 3 INFORMAZIONI PRINCIPALI

#### 3.1 Prodotti oggetto di promozione



## CHIANTI CLASSICO

**Vino Chianti Classico DOCG – vino – 2204 21 66**

**Olio Chianti Classico DOP - grassi vegetali – 1509 10 20**



## CHIANTI CLASSICO

### 3.2 Mercati Target

**Italia, Francia, Germania e Svezia**

### 3.3 Obiettivi 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.

Obiettivo generale 3: Diffondere le linee programmatiche definite dai Consorzi in tema di sostenibilità ambientale, sociale e culturale e aumentare il grado di riconoscibilità delle stesse sui mercati target.

### 3.4 Durata del programma

In caso di approvazione del progetto, il servizio ha la durata di 36 mesi decorrenti dalla data di avvio del programma, salvo potenziali periodi di sospensione.

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



## CHIANTI CLASSICO

**2.119.628,25 EUR**

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.

### 3.6 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



## CHIANTI CLASSICO

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



## CHIANTI CLASSICO

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 e 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**

In caso di approvazione del progetto, il servizio avrà durata di **trentasei mesi** - decorrenti dalla data di stipula del contratto- ed è suddiviso in tre fasi di dodici mesi ciascuna. Il contratto avrà



## CHIANTI CLASSICO

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.





## CHIANTI CLASSICO

### 5 CONCEPT E STRATEGIE D'AZIONE

#### **Premessa:**

Le strategie d'azione del programma verranno sviluppate per raggiungere gli obiettivi prefissati con la massima efficacia. Si baseranno su un'analisi combinata:

- Fabbisogni dei target di riferimento
- Analisi SWOT del mercato
- Caratteristiche intrinseche dei prodotti europei di qualità

L'obiettivo sarà comunicare al meglio i messaggi chiave a ciascun target, diretto e indiretto, utilizzando modalità e strumenti differenti.

#### **Storytelling transmediale e Marketing emozionale:**

Per coerenza e credibilità, le attività di promozione si baseranno su un percorso di visual storytelling che integrerà i vantaggi competitivi dei prodotti con la loro garanzia di qualità. La narrazione si svilupperà su canali online e offline, favorendo un'alta interazione da parte degli utenti. La comunicazione sarà chiara, comprensibile e uniforme, adattandosi ai diversi target e paesi di destinazione. Il target verrà coinvolto in un'esperienza completa che punterà sull'impatto emozionale della campagna. Informazioni, emozioni e sensazioni si combineranno per generare un'esperienza duratura.

#### **Sostenibilità e Green Deal:**

La strategia darà massima enfasi alle priorità dell'UE, in particolare del Green Deal e della strategia Farm to Fork. L'obiettivo sarà promuovere un sistema alimentare equo, sano e rispettoso dell'ambiente, valorizzando i prodotti europei di qualità certificata.



## CHIANTI CLASSICO

### **Aumento della consapevolezza:**

Il programma mirerà ad aumentare la conoscenza e la consapevolezza dei consumatori, della stampa e degli operatori specializzati del settore circa i metodi di produzione, le caratteristiche e le certificazioni dei prodotti agroalimentari europei.

### **Focus sui valori:**

L'obiettivo sarà stimolare i consumatori a conoscere i "valori" della certificazione di qualità, associandoli a:

- Sostenibilità
- Effetti positivi dell'agricoltura sostenibile
- Cura dell'ambiente
- Tutela del paesaggio culturale

### **Conclusione:**

Le strategie d'azione del programma si baseranno su un approccio innovativo e coinvolgente, che combinerà storytelling, marketing emozionale e attenzione ai valori della sostenibilità. L'obiettivo sarà aumentare la conoscenza e la consapevolezza dei prodotti europei di qualità, rafforzandone la competitività sul mercato globale.

Di seguito vengono descritti i gruppi target dell'azione a livello qualitativo e quantitativo, nonché come la strategia dovrà raggiungere i target indicati attraverso le diverse attività, specificando come sono state scelte in relazione agli obiettivi e gruppi target.

## **6 I Gruppi Target**

La strategia d'azione si baserà sull'abbinamento di diverse tipologie di azioni a gruppi target specifici. Le attività terranno conto delle peculiarità di ogni gruppo e troveranno il modo ottimale per raggiungerlo.



## CHIANTI CLASSICO

I gruppi target, rappresentati da operatori del settore e consumatori, saranno in grado di incorporare, riprodurre e diffondere il messaggio legato alla produzione e al consumo dei prodotti europei di qualità. Rappresenteranno un modo concreto per diffondere il messaggio della proposta e incorporeranno un effetto moltiplicatore per il progetto.

Sarà importante creare una rete di contatti diretti con i target che saranno in grado di massimizzare l'efficacia delle azioni. La priorità chiave sarà quella di identificare quei partner influenti che saranno in grado di dare la giusta risonanza al messaggio chiave della proposta.

Le attività saranno rivolte sia al trade che ai consumatori, facendo leva sul primo gruppo (operatori commerciali) al fine di rendere la proposta più sostenibile in termini economici e di "effetto moltiplicatore". Attraverso degustazioni ed eventi informativi, gli operatori diventeranno più competenti e saranno in grado di gestire e guidare i consumatori nella scelta e nell'introduzione di prodotti con certificazioni di qualità nel loro stile di vita.

### **Le tipologie di azioni saranno strutturate attraverso due modalità principali:**

#### 1. Azioni a diretto contatto con i consumatori:

- Seminari
- Degustazioni
- Fiere

Le attività dovranno rivolgersi principalmente ai Consumatori finali di fascia medio-alta e a consumatori con un interesse per i prodotti agroalimentari di qualità; per questo target sarà necessario fornire maggiori informazioni in merito a:

- Metodi e luoghi di produzione
- Salute e sicurezza alimentare
- Tracciabilità del prodotto e del processo



## CHIANTI CLASSICO

- Rispetto dell'ambiente
- Tutela del paesaggio culturale

### 2. Azioni indirette attraverso canali on-trade e off-trade:

- Giornalisti
- Influencer
- Operatori professionali del mercato e Ho.Re.Ca.
- Canale della GDO

Questo target indiretto è il primo canale di informazione per i consumatori e di conseguenza anche il primo gruppo di stakeholder che va "formato e informato" correttamente in merito ai prodotti a marchio di qualità UE. Conoscere ed avere rapporti consolidati con questi gruppi permette di ampliare in modo significativo la diffusione del messaggio amplificato dalla campagna sulla qualità dei prodotti europei. Infatti, informando gli operatori sui temi cardine del programma, essi diventeranno a loro volta uno strumento di informazione ed educazione verso i consumatori finali.

## 7 I Key Messages

Il programma dovrà individuare strategie d'azione che trasmettano in modo chiaro informazioni sugli standard qualitativi dei prodotti europei certificati: DOP, IGP, STG e indicazioni facoltative di qualità.

Lo storytelling permetterà di:

- Raggiungere l'obiettivo di rafforzare la consapevolezza e il riconoscimento dei regimi di qualità.



## CHIANTI CLASSICO

- Rispettare le disposizioni vigenti nei vari paesi target, il regolamento europeo sui sistemi di qualità e le linee guida “Enjoy it’s from Europe”.

Per i diversi target, i messaggi chiave saranno:

Operatori del trade e professionisti    Regimi di qualità come garanzia di cultura, passione e tradizione

- I prodotti agroalimentari di qualità hanno un legame imprescindibile con il territorio d’origine, che diventa esso stesso valore intrinseco del prodotto.
- Sono simbolo di stili di vita sani e sostenibili.
- Le attività devono trasmettere la passione dei produttori, unita a processi produttivi moderni e rispettosi dell’ambiente e del paesaggio culturale.

Nuovi consumatori e Media e Influencer    Essere sostenibili ed aver cura dei valori e delle idee

- I prodotti europei di qualità (DOC/DOP in particolare) sono parte integrante della sostenibilità
- Invito a godere della peculiarità di questi prodotti in compagnia, non per semplice consumo.
- Messaggio legato alla cultura culinaria europea, di cui la dieta mediterranea è parte integrante.

Il programma si concentrerà su:

- Trasmettere informazioni chiare e concise sui regimi di qualità.
- Promuovere i valori intrinseci dei prodotti europei di qualità.
- Promuovere prodotti da agricoltura sostenibile
- Coinvolgere i diversi target attraverso un approccio multi-canale.



## CHIANTI CLASSICO

- Rafforzare la consapevolezza e il riconoscimento dei prodotti europei di qualità a livello globale.



## CHIANTI CLASSICO

### 8 TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ E INIZIATIVE PREVISTE DAL PROGRAMMA

#### *Pacchetto di lavoro 2*

Pacchetto di lavoro 2: Relazioni Pubbliche		
Durata:	M1 – M36	
Compito n.	Nome del compito	Descrizione
2.1	PR continuative	<b>Gruppo/i target:</b> Media; Giornalisti della stampa online e offline, operatori del trade, opinion leader, (indirettamente consumatori)  - <b>Mantenimento e implementazione di un database di contatti</b> - <b>Preparazione di un press kit nella lingua del paese</b> - <b>Redazione e invio di comunicati stampa</b> - <b>Il monitoraggio dei contatti con giornalisti, redazioni e blogger</b> - <b>La realizzazione della rassegna stampa</b>
<b>Budget pacchetto 2</b>	<b>complessivo</b>	<b>EUR 30.000,00</b>



CHIANTI CLASSICO

*Pacchetto di lavoro 3*

Pacchetto di lavoro 3: SITO WEB; SOCIAL MEDIA; E-LEARNING		
Durata:	M1 – M36	
Compito n.	Nome del compito	Descrizione
3.1	PORTALE INFORMATIVO	<p><b>Gruppo/i target:</b> Media; Giornalisti della stampa online e offline, operatori del trade; opinion leader, consumatori</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Creazione e mantenimento del portale Explore Chianti Classico</b></li><li>- <b>Aggregazione della community (strategia di promozione: gamification)</b></li><li>- <b>Monitoraggio del livello di interazione; gradimento della community</b></li></ul>





## CHIANTI CLASSICO

		<p>Creazione di un nuovo portale informativo che racconti l'evoluzione delle denominazioni vino e olio Chianti Classico e delle aziende produttrici delle due DOP nell'ambito della sostenibilità e della tutela del territorio, promuovendone al contempo la ricchezza culturale, paesaggistica ed enogastronomica.</p> <p>Il portale sarà il fulcro per creare una community dinamica e partecipativa, partendo dal coinvolgimento attivo di associazioni locali fino al pubblico internazionale, con l'obiettivo di sensibilizzare il pubblico verso le tematiche di sostenibilità e rispetto dell'ambiente. Comunità che sarà ingaggiata attraverso azioni di gamification e di divulgazione online, con l'obiettivo finale di generare una comunicazione autentica verso i mercati di riferimento, nella promozione delle eccellenze del territorio quali il vino e l'olio Chianti Classico DOP.</p>
3.2	SOCIAL MEDIA	<p><b>Gruppo/i target:</b> Media; Giornalisti della stampa online e offline, operatori del trade; opinion leader, consumatori</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Predisposizione di Account Instagram e Facebook specifici per i mercati di riferimento</b></li><li>- <b>Redazione e pubblicazione di post in lingua inglese (ed in lingua del mercato target laddove necessario)</b></li><li>- <b>Monitoraggio di like e visualizzazioni (livello di interazione e gradimento)</b></li></ul>
3.3	PIATTAFORMA DI E-LEARNING	<p><b>Gruppo/i target:</b> Media; Giornalisti della stampa online e offline, operatori del trade; opinion leader, consumatori</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- <b>implementazione di nuovi moduli formativi (uno per ogni UGA)</b></li><li>- <b>Promozione della piattaforma per attrarre utenti</b></li><li>- <b>Monitoraggio del livello di interazione; livello di gradimento e profitto degli studenti</b></li></ul>



## CHIANTI CLASSICO

		Progetto volto ad arricchire e sviluppare il portale di formazione online del Chianti Classico MOOC con nuovi moduli, nuovi contenuti video dedicati alle singole Unità Geografiche Aggiuntive (UGA). Attraverso approfondimenti specifici, il progetto mira a fornire una conoscenza dettagliata delle diverse zone di produzione, promuovendo la comprensione e l'apprezzamento delle peculiarità di ciascuna UGA. Questo non solo favorirà la formazione di wine lover e potenziali ambasciatori come adesso, ma anche il rafforzamento della conoscenza e delle competenze delle aziende socie che sono i primi promotori del Chianti Classico nel mondo.
<b>Budget complessivo pacchetto 3</b>		<b>EUR 300.000,00</b>

### *Pacchetto di lavoro 4*

<b>Pacchetto di lavoro 4: ADVERTISING</b>		
<b>Durata:</b>	M1 – M36	
<b>Compito n.</b>	<b>Nome del compito</b>	<b>Descrizione</b>



## CHIANTI CLASSICO

4.1	ADV STAMPA	<b>Gruppo/i target:</b> Media; Giornalisti della stampa online e offline, operatori del trade; opinion leader, consumatori <b>- Media Plan &amp; Buying: uscite tabellari e pubbliredazionali sulle primarie riviste di settore in Germania; Francia; Svezia</b>
4.2	ADV ON LINE	<b>Gruppo/i target:</b> Media; Giornalisti della stampa online e offline, operatori del trade; opinion leader, consumatori <b>- Media Plan &amp; Buying: uscite tabellari (Banner) e pubbliredazionali sulle primarie riviste on line di settore in Svezia</b>
<b>Budget pacchetto 4</b>	<b>complessivo</b>	<b>EUR 120.000,00</b>

*Pacchetto di lavoro 5*



## CHIANTI CLASSICO

Pacchetto di lavoro 5: STRUMENTI DI COMUNICAZIONE		
Durata:	M1 – M36	
Compito n.	Nome del compito	Descrizione
5.1	CONCEPT VISIVO E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE	<b>Gruppo/i target:</b> Media; Giornalisti della stampa online e offline, operatori del trade; opinion leader, consumatori <b>- Realizzazione e mantenimento del concept visivo di comunicazione del progetto (Brand Identity e Brand Book)</b> <b>- Definizione del materiale di comunicazione per la campagna (on line; above the tine) e piano di diffusione</b> <b>- Realizzazione del materiale di comunicazione</b>
5.2	VIDEO PROMOZIONALI	<b>Gruppo/i target:</b> Media; Giornalisti della stampa online e offline, operatori del trade; opinion leader, consumatori <b>- realizzazione di video promozionali sui prodotti ed il territorio del chianti classico in forma di miniserie edutainment da divulgare su piattaforme web e social network</b> <b>- promozione per la diffusione dei video</b>



## CHIANTI CLASSICO

<b>Budget complessivo pacchetto 5</b>	<b>EUR 165.000,00</b>
---------------------------------------	-----------------------

### *Pacchetto di lavoro 6*

<b>Pacchetto di lavoro 6: EVENTI</b>		
<b>Durata:</b>	M1 – M36	
<b>Compito n.</b>	<b>Nome del compito</b>	<b>Descrizione</b>
6.1	PARTECIPAZIONE A FIERE	<b>Gruppo/i target:</b> Media; Giornalisti della stampa online e offline, operatori del trade, operatori del settore, opinion leader  - <b>Partecipazione a Vinexpo - Wine Paris 2026</b> - <b>Partecipazione a Vinexpo - Wine Paris 2027</b>  - Affitto Spazi  - Allestimenti



## CHIANTI CLASSICO

		<ul style="list-style-type: none"><li>- Promozione dell'evento</li><li>- Relatori</li><li>- Personale di Servizio</li><li>- Costi di Trasferta</li><li>- Costi di Attrezzatura e Logistica</li><li>- Selezione Operatori</li><li>- Fee per organizzazione</li></ul>
6.2	SEMINARI E WORKSHOPS	<p><b>Gruppo/i target:</b> Media; Giornalisti della stampa online e offline, operatori del trade; opinion leader</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- <b>realizzazione di seminari divulgativi su territori di produzione, caratteristiche delle produzioni del Vino Chianti Classico DOC e Olio Chianti Classico DOP nei quattro mercati oggetto del progetto</b></li><li>- Affitto Spazi</li><li>- Allestimenti</li><li>- Promozione dell'evento</li><li>- Relatori</li><li>- Personale di Servizio</li></ul>



## CHIANTI CLASSICO

		<ul style="list-style-type: none"><li>- Costi di Trasferta</li><li>- Costi di Attrezzatura e Logistica</li><li>- Selezione Operatori</li><li>- Fee per organizzazione</li></ul>
6.3	TASTINGS	<p><b>Gruppo/i target:</b> Media; Giornalisti della stampa online e offline, operatori del trade, operatori del settore, opinion leader</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- <b>realizzazione di eventi di degustazione sulle produzioni del Vino Chianti Classico DOC e Olio Chianti Classico DOP nei mercati Germania, Francia, Svezia</b></li><li>- Affitto Spazi</li><li>- Allestimenti</li><li>- Promozione dell'evento</li><li>- Relatori</li><li>- Personale di Servizio</li><li>- Costi di Trasferta</li><li>- Costi di Attrezzatura e Logistica</li></ul>



## CHIANTI CLASSICO

		<p>- Selezione Operatori</p> <p>- Fee per organizzazione</p>
6.4	SPONSORSHIP DI EVENTI	<p><b>Gruppo/i target:</b> Media; Giornalisti della stampa online e offline, operatori del settore, opinion leader, consumatori</p> <p><b>- Sponsorship di eventi enogastronomici, artistici e culturali nel periodo estivo sul territorio del Chianti Classico. La sponsorship si realizzerà attraverso la fornitura di prodotti per le degustazioni, servizi di tipo organizzativo per l'implementazione delle attività, servizi di comunicazione per la promozione delle attività.</b></p> <p><b>Gli eventi sponsorizzati saranno di tre tipologie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ <b>TASTE THE MUSIC:</b> serate tra luglio e settembre durante le quali le aziende del territorio del Chianti Classico saranno i palcoscenici naturali per performance di musica jazz.</li><li>○ <b>EMOZIONE IN ARTE:</b> la partecipazione del progetto ad una mostra collettiva di arte moderna. Le opere saranno disposte lungo un percorso a tappe dislocate, non solo nelle piazze del territorio del Chianti Classico, ma anche all'interno di aziende vitivinicole e oleicole</li></ul>





## CHIANTI CLASSICO

		<ul style="list-style-type: none"><li>○ <b>TERRITORIO E GUSTO:</b> Attraverso questo terzo gruppo di eventi, il programma vuole narrare il rapporto imprescindibile che insiste tra i prodotti di qualità e il territorio d'origine, valorizzando le produzioni di qualità europee.</li></ul> <ul style="list-style-type: none"><li>- allestimento palchi</li><li>- allestimento opere</li><li>- allestimento punti di degustazione</li><li>- promozione dell'evento</li><li>- Fee per organizzazione</li></ul>
6.5	VIAGGI STUDIO IN EUROPA	<p><b>Gruppo/i target:</b> Media; Giornalisti della stampa online e offline, operatori del settore, opinion leader</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Organizzazione di missioni in Italia</b> di giornalisti, sommelier e chef ( gruppo ristretto di profili altamente specializzati) provenienti da Germania Francia e Svezia. I partecipanti svilupperanno un programma di visite guidate volte ad approfondire la conoscenza del territorio e di tutti gli anelli della filiera connessi.</li><li>- Viaggio, Vitto, Alloggio</li><li>- Selezione Operatori</li></ul>



## CHIANTI CLASSICO

6.6	ALTRI EVENTI	<p><b>Gruppo/i target:</b> Media; Giornalisti della stampa online e offline, operatori del settore, opinion leader, consumatori</p> <p>- <b>Organizzazione e Promozione dell'evento Chianti Classico Collection</b> che consentirà di promuovere le eccellenze agroalimentari del territorio attraverso l'attività di comunicazione dell'evento e le denominazioni Chianti Classico DOCG e Chianti Classico DO consentiranno di focalizzare l'attenzione sulla definizione di prodotti certificati di qualità con particolare riferimento alle nuove annate di Vino Chianti Classico DOCG e l'ultimo raccolto della Chianti Classico DOP.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Affitto Spazi</li><li>- Allestimenti</li><li>- Promozione dell'evento</li><li>- Relatori</li><li>- Selezione Operatori</li><li>- Fee per organizzazione</li></ul>
<b>Budget pacchetto 6</b>	<b>complessivo</b>	<b>EUR 1.300.000,00</b>



CHIANTI CLASSICO

*NB: i budget sono indicati al netto della fee del soggetto esecutore:*

CONSORZIO VINO CHIANTI CLASSICO

Via Sangallo, 41 - Loc. Sambuca  
50028 Barberino Tavarnelle (FI) - Italy

T. +39 055 82285  
F. +39 055 8228173

C.F. e P. IVA: 00637480484  
[chianticlassico.com](http://chianticlassico.com)



## CHIANTI CLASSICO

### 9 REQUISITI PER LA PARTECIPAZIONE ALLA GARA

#### 9.1 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.

#### 9.2 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.

Nel caso di partecipazione alla Gara come RTI non ancora costituiti, l'offerta (tecnica ed economica) deve essere sottoscritta da tutti gli operatori economici che costituiranno il raggruppamento temporaneo e contenere una dichiarazione che espliciti l'impegno che, in caso di aggiudicazione della Gara (e di eventuale approvazione del Programma), gli stessi operatori conferiranno mandato collettivo speciale con rappresentanza ad uno di essi, da indicare in sede



## CHIANTI CLASSICO

di offerta e qualificata come mandatario, il quale stipulerà il contratto in nome e per conto proprio e dei mandanti.

### 9.3 Requisiti di capacità economica e finanziaria

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione deve aver realizzato nel triennio 2020/2021/2022 un fatturato globale complessivamente non inferiore ad € 2.000.000,00 (Euro duemilioni/00) al netto di IVA.

Tali requisiti devono essere posseduti dall'operatore economico singolo o dal raggruppamento temporaneo d'impreses nel suo complesso.

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato A), firmata dal legale rappresentante, che – nel caso di partecipazione in RTI – deve essere compilata da ogni soggetto facente parte dell'RTI.

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.

### 9.4 Requisiti di capacità tecnica e professionale

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione deve aver realizzato, nel corso del triennio 2020/2021/2022, 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



## CHIANTI CLASSICO

(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.

Tali requisiti devono essere posseduti dall'operatore economico o dal raggruppamento temporaneo d'impresе nel suo complesso, fatto salvo che in tale ultimo caso la mandataria in ogni caso deve possedere i requisiti ed eseguire le prestazioni in misura maggioritaria.

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

### 10 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:



## CHIANTI CLASSICO

<b>Criteria</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 a progetto	Fino a 3 punti
	<b>Punteggi massimi attribuibili</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 progetto	Fino a 15 punti



## CHIANTI CLASSICO

	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 delle azioni previste	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





## CHIANTI CLASSICO

<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>DI</b>	<b>CRITERIO MOTIVAZIONALE</b>	<b>PUNTEGGIO MASSIMO</b>
<b>ANALISI ECONOMICA ONORARIO</b>  <b>Max 15 punti</b>	<b>E</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:



## CHIANTI CLASSICO

GIUDIZIO QUALITATIVO COEFFICIENTI	
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.

### 11 MODALITÀ DI PRESENTAZIONE



## CHIANTI CLASSICO

Gli organismi interessati a partecipare al Bando di Gara dovranno, a pena di esclusione, inviare la propria proposta entro il giorno 26/04/2024 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:



## CHIANTI CLASSICO

- 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



## CHIANTI CLASSICO

### 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>			



## CHIANTI CLASSICO

<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>
<b>2.1 Attività di Pubbliche relazioni permanenti</b>	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>



## CHIANTI CLASSICO

La documentazione dovrà essere presentata in formato pdf non editabile entro e non oltre il giorno 26/04/2024 alle ore 10:00 a mezzo PEC all'indirizzo [chianticlassico@pec.it](mailto:chianticlassico@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 26/04/2024. 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 -

50028 BARBERINO TAVARNELLE

Alla cortese attenzione di **SILVIA FIORENTINI**

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 "FINEST EUROPEAN SUSTAINABLE TREASURES (acronimo "(FEST)")" / 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...).



## CHIANTI CLASSICO

### 12 MODALITÀ DI APERTURA DELLE OFFERTE

Data: 27/04/2024

Ora locale: 10:00 per la parte pubblica

Ora locale 12:00 per la parte riservata

Luogo: **CONSORZIO VINO CHIANTI CLASSICO**, con sede operativa in Via Sangallo 41 Barberino Tavarnelle - CAP 50028- ITALIA, P.IVA 00637480484, tel. +39 055 82285 e-mail: fiorentini@chianticlassico.com, PEC: [chianticlassico@pec.it](mailto:chianticlassico@pec.it) in qualità di capofila e unico beneficiario,

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 22/04/2024 (5 GIORNI PRIMA DELLA VALUTAZIONE) ore 9.00 all'indirizzo PEC.

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 **dopo** il termine di presentazione delle offerte, si riunirà in data 27/04/2024 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/progetti/fest> entro il giorno 27/04/2024.

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 [chianticlassico@pec.it](mailto:chianticlassico@pec.it) alla c.a. di SILVIA FIORENTINI alle quali seguirà risposta esclusivamente per





## CHIANTI CLASSICO

iscritto. Le domande e le risposte saranno pubblicate nel sito del CONSORZIO VINO CHIANTI CLASSICO nell'apposita sezione FAQ dedicata alla presente Gara. Non saranno prese in considerazioni eventuali richieste verbali o inoltrate con modalità diverse da quella indicata.



## CHIANTI CLASSICO

### 13 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.

### 14 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



## CHIANTI CLASSICO

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.

### 15 INADEMPIENZE

L'organismo proponente 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, 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.

### 16 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;



## CHIANTI CLASSICO

4. per grave e reiterato mancato rispetto dei tempi di esecuzione del servizio o di una singola scadenza o fase del contratto.

### **17 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.



## CHIANTI CLASSICO

### 18 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.

### 19 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 Cremona.

### 20 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.