



## **CAPITOLATO TECNICO**

**BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA  
COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN  
ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DI UNA  
PARTE DEL PROGRAMMA DENOMINATO "EU SPIRITS  
IG: HELLO GRAPPA!" ACRONIMO: EUSIG.**

Via Torino 146 - 00184 Roma tel. +3906/95214501 - fax +3906/95214503

e-mail: [assodistil@assodistil.it](mailto:assodistil@assodistil.it) sito web: [www.assodistil.it](http://www.assodistil.it)

## 1 SOMMARIO

2	Informazioni preliminari.....	3
2.1	Quadro di riferimento.....	3
2.2	Normativa e documentazione di riferimento.....	3
3	Oggetto dell'appalto.....	3
3.1	Descrizione generale del servizio.....	3
3.2	Modalità di esecuzione.....	4
3.3	Personale addetto e Gruppo di lavoro.....	4
4	Durata del servizio.....	5
5	Requisiti per la partecipazione alla gara.....	5
5.1	Inesistenza di cause di esclusione dalla partecipazione alla Gara.....	5
5.2	Requisiti di capacità economica e finanziaria.....	6
5.3	Requisiti di capacità tecnica e professionale.....	6
6	Criteri di aggiudicazione.....	7
7	Modalità di presentazione.....	8
7.1	Modalità di predisposizione della proposta tecnica (Allegato B).....	10
7.2	Abstract del programma.....	11
7.2.1	Attività n.1: Definizione della strategia di comunicazione e dell'identità visiva coordinata.....	11
7.2.2	Attività n.2: Restaurants Grappa IG week.....	12
7.2.3	Attività n.3: LIFESTYLE WEEK (Happy Hour).....	12
7.2.4	Attività n.4: Viaggi di studio in Europa: Viaggi di studio in Europa.....	13
7.2.5	Attività n.5: WEB SOCIAL MEDIA MARKETING.....	13
7.2.6	Attività n.6: Seminari, workshop, incontri tra imprese: Workshop B2B & B2C.....	14
7.2.7	Attività n. 7: Valutazione dei risultati.....	14
7.2.8	Attività n.8: Gestione amministrativo-finanziaria del progetto.....	15
7.3	Modalità di predisposizione dell'offerta economica (Allegato C).....	15
8	Oneri a carico dell'organismo di esecuzione.....	16
9	Modifiche del contratto - variazioni quantitative e qualitative dei servizi.....	16
10	Inadempienze.....	17
11	Decadenza e revoca dell'appalto.....	17
12	Risoluzione unilaterale del contratto.....	17
13	Spese contrattuali.....	17
14	Contenzioso.....	17
15	Diritti di proprietà e di utilizzazione.....	17

## CAPITOLATO TECNICO

### 2 INFORMAZIONI PRELIMINARI

AssoDistil – Associazione Nazionale Industriali Distillatori di Alcoli e Acquaviti con sede legale in Via Torino, 146 – 00184 Roma - Italia, C.F. 80090690589, tel. +39 06 95214501, fax +39 06 95214503, e-mail: [assodistil@assodistil.it](mailto:assodistil@assodistil.it), in qualità di organismo proponente capofila – del Programma triennale (2017-2019) “EUSIG” – programma di attività di informazione e promozione, approvato dalla Commissione europea in conformità al Regolamento (UE) n. 1144/2014 –indice un Bando di Gara per la selezione, mediante Procedura Competitiva Aperta, di un “Organismo di esecuzione”.

#### 2.1 QUADRO DI RIFERIMENTO

In attuazione dei Regolamenti UE n. 1144/2014, n. 2015/1829 e n. 2015/1831 l’Associazione ha il compito di selezionare un Organismo di Esecuzione per la realizzazione del progetto presentato sul Bando “Call for proposals for simple programmes 2016 – Promotion of agricultural products”, denominato “EU Spirits IG: Hello Grappa!” acronimo: EUSIG.

ASSODISTIL, in qualità di organismo proponente del Programma di informazione e di promozione sul Mercato Statunitense, indice un Bando di Selezione mediante Procedura Competitiva Aperta per la selezione di un “Organismo di esecuzione” incaricato della realizzazione del programma.

#### 2.2 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.

### 3 OGGETTO DELL’APPALTO

#### 3.1 DESCRIZIONE GENERALE DEL SERVIZIO

Il servizio consiste nell’esecuzione di una parte del Programma.

L'organismo di esecuzione dovrà quindi assicurare:

- lo sviluppo progettuale delle parti concordate del programma di durata triennale, a partire dalla sottoscrizione del contratto;
- l'attivazione operativa delle azioni e attività promozionali previste nel periodo stabilito dal Programma, sulla base degli obiettivi previsti dalla strategia di comunicazione, anche attraverso il monitoraggio costante delle attività realizzate e dei relativi effetti;
- la gestione finanziario-amministrativa delle parti concordate del Programma, comprensiva delle relazioni tecniche periodiche e della relazione tecnica finale.

Il servizio deve caratterizzarsi per un qualificato supporto tecnico e operativo, un'elevata qualità dei prodotti realizzati, e distinguersi per l'innovatività dei messaggi, degli strumenti con cui veicolarli e delle modalità di coinvolgimento dei target di riferimento. Lo sviluppo e l'esecuzione delle attività concordate del Programma deve svolgersi in maniera coerente rispetto agli obiettivi generali e specifici previsti dalla Strategia di comunicazione, tenendo in considerazione le Priorità e gli obiettivi del Reg. UE 1144/2104, assicurando una chiara riconoscibilità al Programma e ai relativi soggetti promotori.

### 3.2 MODALITÀ DI ESECUZIONE

L'organismo di esecuzione deve costituire e disporre per la durata del contratto un Gruppo di lavoro, nel rispetto dei requisiti di partecipazione, che è incaricato di gestire e attuare il Programma. Tutte le attività del Gruppo di lavoro devono essere concordate e condivise con l'organismo proponente. È previsto che uno o più componenti del Gruppo di lavoro siano disponibili per riunioni di monitoraggio trimestrali presso la sede dell'organismo proponente, per dare supporto operativo alle attività del piano che necessitano di essere svolte in stretto coordinamento con la struttura di riferimento. Il coordinamento e lo scambio di informazioni con l'organismo proponente può prevedere inoltre modalità differenti e articolate: riunioni, contatti telefonici, videochiamate, corrispondenza via e-mail, scambio di materiali e documenti attraverso i sistemi di condivisione online.

### 3.3 PERSONALE ADDETTO E GRUPPO DI LAVORO

L'organismo di esecuzione deve assicurare le prestazioni inerenti i servizi in affidamento con personale integrato con legittimi rapporti di lavoro e avente i requisiti professionali e tecnici adeguati all'impiego. Il Gruppo di lavoro deve essere caratterizzato da un approccio organizzativo flessibile per rispondere alle esigenze che potranno determinarsi nel corso dello svolgimento delle attività. In particolare lo staff del gruppo di lavoro dedicato dovrà possedere un ventaglio di competenze in questi settori: project management, comunicazione, grafica, eventi, conoscenza e presenza del mercato USA.

L'organismo di esecuzione si impegna:

- a. ad adibire al servizio personale idoneo, di provata capacità, onestà, moralità e di provata riservatezza il quale dovrà mantenere il più assoluto riserbo su quanto sia venuto a conoscere nell'espletamento del servizio;
- 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. ad impegnarsi al rispetto, nei confronti del proprio personale, dei contratti di lavoro relativi al trattamento salariale, normativo, previdenziale ed assicurativo.

## 4 DURATA DEL SERVIZIO

Il servizio ha la durata di trentasei mesi - decorrenti dalla data di stipula del contratto - ed è suddiviso in tre fasi di dodici mesi ciascuna. L'Organismo di esecuzione sarà autorizzato a procedere all'esecuzione delle fasi successive alla prima solo previo nulla osta scritto da parte dell'Organismo Proponente, il quale è tenuto a ricevere analogo nulla osta da parte dello Stato membro interessato.

## 5 REQUISITI PER LA PARTECIPAZIONE ALLA GARA

### 5.1 INESISTENZA DI CAUSE DI ESCLUSIONE DALLA PARTECIPAZIONE ALLA GARA

La partecipazione alla presente procedura di gara è riservata alle Società singole, raggruppate temporaneamente o che intendano farlo, i consorzi e i gruppi ai sensi degli artt. da 45 a 48 del D.Lgs. 50/2016, purché con società che non risultino partecipanti alla presente procedura in forma singola e/o associata in altri raggruppamenti.

Ai predetti soggetti si applicano le disposizioni di cui agli artt. 45, 47 e 48 del D. Lgs. 50/2016.

I consorzi stabili sono tenuti ad indicare in sede di offerta per quali consorziati il consorzio concorre; a questi ultimi è fatto divieto di partecipare alla gara in qualsiasi altra forma.

Ai soggetti di cui all'art. 45, comma 2 lett. b) e c) del Codice si applicano le disposizioni dell'art. 47 del medesimo Decreto.

Non possono partecipare i concorrenti che si trovano rispetto ad un altro partecipante in una situazione di controllo di cui all'art. 2359 cod. civ. o in qualsiasi relazione, anche di fatto, qualora il controllo o la relazione implichi l'imputabilità, al medesimo centro decisionale, delle offerte presentate.

È fatto divieto ai concorrenti di partecipare alla gara in più di un raggruppamento temporaneo di imprese o consorzio. Qualora questa situazione si verifichi, si procederà all'esclusione dalla gara di tutti i raggruppamenti o consorzi interessati.

È, altresì, fatto divieto ai concorrenti di partecipare alla gara in forma individuale qualora partecipino alla gara in associazione o consorzio; in presenza di tale compartecipazione, si procederà all'esclusione dei partecipanti sia in forma individuale che in forma di raggruppamento e/o consorzio.

La forma giuridica che dovrà assumere il raggruppamento di prestatori di servizi al quale sia stato eventualmente aggiudicata la concessione in oggetto sarà quella del Raggruppamento Temporaneo ai sensi dell'articolo 48 del D.Lgs. 50/2016, mediante formale conferimento del mandato collettivo speciale e della procura speciale del mandatario nelle forme di legge, prima della stipulazione del contratto.

Si precisa che il ruolo di capogruppo potrà essere assunto solo da società che in sede di presentazione dell'offerta dichiarino che non sussistono motivi di esclusione ai sensi dalla Direttiva 2014/24/UE, ovvero motivi di esclusione legati:

- a condanne penali;
- al pagamento 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 Rappresentate.

## 5.2 REQUISITI DI CAPACITÀ ECONOMICA E FINANZIARIA

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

- deve aver realizzato un fatturato globale annuo non inferiore ad Euro 1.500.000,00 (in lettere: Euro un milione e cinquecentomila/00) al netto dell'IVA, risultante dalle dichiarazioni IVA o imposta equivalente in ambito UE.
- Allegare la dichiarazione dell'Istituto Bancario di possesso da parte dell'Operatore Economico dei mezzi finanziari necessari per garantire l'esecuzione delle azioni previste dal Programma.
- Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato A) firmata dal Legale Rappresentate e dall'invio della documentazione necessaria.

## 5.3 REQUISITI DI CAPACITÀ TECNICA E PROFESSIONALE

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

- deve allegare i CV anonimi del personale impiegato, sia dipendente e sia consulenziale, nell'eventuale esecuzione del Programma, dai quali si evinca una comprovata esperienza nei settori analoghi a quelli oggetto della gara: progettazione e gestione di programmi a contribuzione pubblica, organizzazione eventi, comunicazione, promozione, internazionalizzazione, etc.
- deve aver realizzato servizi analoghi a quelli oggetto della gara per un importo non inferiore complessivamente ad Euro 1.500.000,00 (in lettere: Euro un milione e cinquecentomila/00) al netto dell'IVA, fra cui la realizzazione di almeno un progetto di comunicazione, promozione e relativa campagna pubblicitaria.

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato A) firmata dal Legale Rappresentate e l'invio dei CV anonimi.

## 6 CRITERI DI AGGIUDICAZIONE

L'appalto è aggiudicato in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa secondo la ripartizione dei punteggi di seguito descritta.

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

- QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA: max punti 85 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>ELEMENTO DI VALUTAZIONE</b>	<b>CRITERIO MOTIVAZIONALE</b>	<b>MAX PUNTEGGIO</b>
<b>QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA STRATEGIA COMPLESSIVA</b> <b>Max 12 punti</b>	Adeguatezza della pianificazione in termini di coerenza con gli obiettivi della strategia di comunicazione e coerenza rispetto alle tempistiche della programmazione. Adeguatezza della metodologia proposta, articolazione della strategia di comunicazione, la sua capacità di produrre risultati significativi, l'ampiezza del pubblico di riferimento contattato	8
	Coerenza tra la strategia complessiva progettuale e le singole attività	4
<b>QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA PROPOSTE GRAFICHE</b> <b>Max 31 punti</b>	Creatività nell'ideazione di 1 proposta di identità visiva della campagna e dell'immagine coordinata	15
	Efficacia delle proposte grafiche del visual della campagna e del claim identificato adatte per garantire il raggiungimento degli obiettivi fissati nel Programma	8
	Indicazione dettagliata delle azioni da intraprendere sui vari social, con relative motivazioni: efficacia e funzionalità dell'architettura, del sistema di navigazione e della strategia social	8
<b>QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA APPROCCIO METODOLOGICO</b> <b>Max 32 punti</b>	Completezza delle caratteristiche degli output richiesti	8
	Profonda conoscenza del mercato USA e delle logiche di mercato nel Paese	5
	Qualità delle caratteristiche professionali del gruppo di lavoro proposto in termini di competenze assolute sulla base della qualità dei CV presentati	8
	Efficacia del sistema di monitoraggio del Paino di comunicazione. Sono valutate nell'accuratezza dell'impianto metodologico complessivo che si intende applicare, all'attività di monitoraggio, la completezza delle modalità di reperimento, trattamento e condivisione dei dati.	8
	Adeguatezza dei meccanismi di controllo per monitorare la corretta esecuzione economico-finanziaria del progetto e il rispetto del cronoprogramma	3

<b>QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA SERVIZI EXTRA Max 10 punti</b>	Presenza permanente nel paese target: USA	5
	Altri servizi: Controllo logistica dei prodotti negli USA, assistenza alla spedizione, sdoganamento e movimentazione dei prodotti nell'ambito degli eventi	2
	Servizio di Back-office attivo 5 giorni la settimana	3

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>MAX PUNTEGGIO</b>
<b>OFFERTA ECONOMICA Max 15 punti</b>	Valutazione della congruità dell'onorario, espresso in giornate/uomo, richiesto per la realizzazione di ogni azione, in base al costo di ogni azione e ai benefici attesi.	<b>15</b>

Il Comitato di selezione valuterà ogni offerta, assegnando per ogni criterio/subcriterio un coefficiente di natura qualitativa:

<b>GIUDIZIO QUALITATIVO</b>	<b>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.

Sulla base dei punteggi attribuiti alle offerte verrà stilata la graduatoria finale e individuato il concorrente aggiudicatario.

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.

## 7 MODALITÀ DI PRESENTAZIONE

Gli organismi interessati a partecipare al Bando di Gara dovranno, a pena di esclusione, far pervenire tutta la documentazione necessaria, scaricabile dal sito [www.assodistil.it](http://www.assodistil.it), entro e non oltre il 19 aprile 2017 alle ore 18:00, in un unico plico contenente i 3 seguenti documenti o in uno o più file (se l'invio avverrà per via telematica):



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

- I. Allegato A compilato e firmato dal Legale Rappresentante
- II. Lettera dell'Istituto Bancario
- III. CV anonimi del personale impiegato Allegato

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

- I. Descrizione dettagliata delle attività e proposte grafiche richieste.

### **Allegato C) Offerta economica:**

- I. Tabella di dettaglio di costo dell'onorario

La documentazione dovrà essere redatta in una delle due lingue (italiana e/o inglese) e dovrà essere presentata in formato elettronico – stampabile e copiabile – su CD o chiavetta USB, a cura del partecipante alla gara entro e non oltre il 19 aprile 2017 alle ore 18.00 via PEC all'indirizzo: [assodistil@legalmail.it](mailto:assodistil@legalmail.it).

In questo caso si consiglia di mettere a disposizione un link al quale poter accedere per scaricare la documentazione. Il materiale verrà messo a disposizione, nel momento opportuno, del Comitato di valutazione che ASSODISTIL creerà per svolgere le attività di selezione.

In alternativa, è possibile far pervenire la documentazione di gara anche in forma cartacea in una busta chiusa contenente i 3 allegati, controfirmata sui lembi.

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 18.00 del 19 aprile 2017. Il recapito oltre tale termine perentorio, e la relativa esclusione, non potrà essere oggetto di contestazione.

### **Nominare l'oggetto del plico o dell'e-mail con la seguente dicitura:**

BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DI UNA PARTE DEL PROGRAMMA DENOMINATO "EU SPIRITS IG: HELLO GRAPPA!" acronimo: EUSIG.

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

ASSODISTIL Via Torino, 146 – 00184 Roma – Italia Referente: Daniele Nicolini

**Modalità di apertura delle offerte:** Data: 20/04/2017 Ora locale: 11:00 Luogo: Roma, presso la sede AssoDistil.

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

Il Comitato di selezione, organo ad hoc creato successivamente per la valutazione e selezione delle proposte pervenute, si riunirà in data 21/04/2017 al fine di espletare le procedure di selezione.

Sarà data tempestiva comunicazione a tutti i partecipanti, sull'esito della Gara di Selezione, a mezzo e-mail. I risultati verranno anche pubblicati sul sito dell'AssoDistil - [www.assodistil.it](http://www.assodistil.it) entro il 28/04/2017 .

**Eventuali domande o chiarimenti sulla redazione dell'offerta possono essere richiesti unicamente via mail: Dr.ssa Lorena Bruno [lorena.bruno@assodistil.it](mailto:lorena.bruno@assodistil.it)**

#### 7.1 MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELLA PROPOSTA TECNICA (ALLEGATO B)

L'operatore economico che parteciperà alla gara di selezione, nell'Allegato B) Proposta tecnica, dovrà presentare un servizio articolato in otto aree di attività.

Per il periodo di attuazione del programma, è prevista la realizzazione di una serie di output minimi richiesti per ciascuna area di attività. I concorrenti hanno titolo a 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.

## 7.2 ABSTRACT DEL PROGRAMMA

**Prodotto rappresentato:** Grappa IG

**Paese target:** USA

**Durata:** 36 mesi

**Obiettivi:** Il programma si propone di accrescere il livello di *awareness* (notorietà e consapevolezza) dei disciplinari aziendali di qualità presso alcuni target specifici, nella convinzione – sostenuta da ampia letteratura scientifica- che essa sia la condizione necessaria, ancorché non sufficiente se non sostenuta da adeguata copertura distributiva, per un incremento delle vendite finali

### **Gruppi destinatari**

- Consumatori
- Influencer: Operatori Ho.Re.Ca
- Opinion leader: Giornalisti specializzati, lifestyle, blogger

### **Strategia dell'azione:**

- “Ringiovanire il percepito” del consumatore rispetto al prodotto grappa e spiegarne i nuovi modi di utilizzo.
- Veicolare il messaggio di innovazione del sistema delle bevande spiritose IG
- Ottenere la collaborazione dei responsabili dei luoghi di consumo sulla redditività dei prodotti IG.
- Contattare e successivamente coinvolgere (engagement) i membri della tribù degli appassionati di cucina.

### **Attività svolte:**

- Definizione dell'identità visiva della campagna
- Restaurants grappa ig week
- Workshop b2b & b2c
- Lifestyle week
- Social network communication
- Viaggi di studio in europa
- Misurazione dei risultati
- Gestione amministrativo finanziaria del progetto

---

### 7.2.1 ATTIVITÀ N.1: DEFINIZIONE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE E DELL'IDENTITÀ VISIVA COORDINATA

Il servizio comprende l'elaborazione dei documenti necessari alla progettazione e alla pianificazione delle attività: il Piano di comunicazione a valenza pluriennale, Definizione

dell'identità visiva e i Piani annuali delle attività di progetto. In particolare, entro 40 giorni dalla sottoscrizione del contratto, l'organismo di esecuzione deve presentare la prima versione del Piano di comunicazione pluriennale, la proposta definitiva di Visual, ed il primo Piano annuale delle attività di comunicazione per l'anno 2017; l'organismo proponente avrà a sua volta 30 giorni a disposizione per il contraddittorio e l'approvazione.

La strategia dovrà definire: i target, gli obiettivi, il contesto e gli attuali gradi di conoscenza e riconoscibilità che si intendono variare e migliorare, oltre a determinare l'identità visiva. Il risultato sarà l'elaborazione di un percorso strutturato sulle tre annualità di progetto, caratterizzato da una copy strategy ben definita, differenziato per i diversi target e i diversi obiettivi specifici, capace di riassumere il significato unitario della campagna.

### **Output richiesti per anno**

- a) Piano di comunicazione triennale prima versione: entro 40 giorni dalla sottoscrizione del contratto e relativi aggiornamenti (al termine di ogni annualità unitamente al Report annuale delle attività svolte)
- b) Definizione dell'immagine coordinata della campagna entro 40 giorni dalla sottoscrizione del contratto
- c) Piano annuale delle attività di comunicazione per la prima annualità, entro 40 giorni dalla sottoscrizione del contratto; per le annualità successive, entro 30 giorni dall'avvio dell'annualità

---

#### 7.2.2 ATTIVITÀ N.2: RESTAURANTS GRAPPA IG WEEK

10 ristoranti selezionati a New York. La degustazione verrà proposta non solo al tavolo ma anche al bancone bar. Le statistiche, infatti, ci confermano che il 40% dei pasti nei ristoranti di Manhattan è consumato al bar.

Perché: Aumentare la conoscenza e il consumo del prodotto grappa direttamente nei luoghi dove c'è maggiore predisposizione al cambiamento delle proprie abitudini, dove la difficoltà di cambiare viene annullata dall'invito ristoratore o del bartender di fiducia.

### **Output richiesti per anno**

- a) 10 restaurant week (70 giornate dedicate agli end consumer)
- b) 17.500 consumatori informati 1/anno
- c) Report interviste ristoratori 10

---

#### 7.2.3 ATTIVITÀ N.3: LIFESTYLE WEEK (HAPPY HOUR)

Dove: 5 locali/bar di tendenza a New York

Perché: L'obiettivo è "ringiovanire il percepito" del consumatore rispetto al prodotto. La Grappa viene tendenzialmente considerata un prodotto da meditazione a fine pasto. Le nuove tendenze della mixology ne hanno reinventato l'utilizzo, proponendolo all'interno di aperitivi, cocktails e long

drink. L'obiettivo, quindi è raggiungere a un target più giovane proponendo loro un nuovo life style europeo.

### **Output richiesti per anno**

- a N. 25 eventi\* (n. 5 locali per 5-week end)
- b 7.500 stakeholder

---

#### **7.2.4 ATTIVITÀ N.4: VIAGGI DI STUDIO IN EUROPA: VIAGGI DI STUDIO IN EUROPA**

L'attività prevede l'organizzazione di missioni in Italia di giornalisti provenienti dai Paesi oggetto del programma.

Il programma delle missioni prevede l'approfondimento sui seguenti temi specifici:

- I. Varietà, qualità e condizioni di produzione europei nonché sui risultati di studi scientifici;
- II. informazione sulla legislazione comunitaria che prevede norme rigorose sulla produzione, le indicazioni di qualità, l'etichettatura e la commercializzazione, che garantiscono ai consumatori la qualità e la tracciabilità del prodotto offerto;
- III. trasmissione dei concetti di piacere di poter scegliere tra una grande varietà di prodotti europei di diverse origini, mettendo in risalto il legame tra produzione europea e territorio.

Nello stesso tempo, i partecipanti svilupperanno un programma di visite guidate volte ad approfondire la conoscenza del territorio e di tutti gli anelli della filiera connessi.

### **Output richiesti per anno**

- a) N. 10 Giornalisti
- b) N. 25 articoli sulle finalità del programma

---

#### **7.2.5 ATTIVITÀ N.5: WEB SOCIAL MEDIA MARKETING**

L'utilizzo dei social media in un'azione dedicata all'informazione su problemi complessi quali sono i meriti dei regimi IG della UE offre numerosi vantaggi:

- I. Fidelizzazione: la continua interazione con gli utenti rafforza il legame informatore (UE/proponente-utente). L'utente può partecipare attivamente alla vita dell'attività apportando il proprio contributo e condividendo le proprie esperienze e sentirsi parte di una comunità di persone legate da un interesse comune; si può così potenziare la fedeltà dei target Group e generare un vantaggio competitivo nei confronti di informazioni non autorevoli e/o generate da soggetti non competenti.
- II. Reputazione: si tratta di un altro aspetto che subisce una forte influenza a causa delle dinamiche che regolano i social media. I soggetti che riescono a stabilire un contatto diretto ed efficace con i propri utenti-clienti riescono ad incrementare la propria reputazione.

- III. **Visibilità:** la presenza sui social media permette di utilizzare una vetrina virtuale accessibile a tutti gli utenti della rete: sia quelli direttamente coinvolti come i membri di una pagina sia quelli coinvolti indirettamente come gli amici dei membri.
- IV. **Target group:** la massa di utenti presente sui social media costituisce un nuovo mercato all'interno del quale ci si può inserire per individuare ed intercettare nuovi potenziali del target di riferimento dell'attività.
- V. **Feedback:** l'interazione con gli utenti permette di ottenere feedback sui propri prodotti e servizi e capire quali siano i propri punti di forza e quali le debolezze da migliorare per essere più competitivi.

### **Output richiesti per anno**

- a) Piano Editoriale: N. 5 uscite settimanali
- b) Misurazione statistica performance azione:
  - Aumento dei followers sulla pagina (stima 1° anno da 0 a 8.000/10.000 fan).
  - Aumento dell'engagement: crescita copertura post - media 2,000 a post (dopo 1 anno) con punte di 6/8 mila a post
  - Numero delle persone raggiunte mensilmente (dopo 1 anno) 150.000/200.000.
  - like su post, numero condivisione, sentiment dei commenti
- c) report riepilogativo semestrale delle attività effettuate, dei risultati raggiunti sulla base dei dati degli insights, del numero dei nuovi utenti coinvolti, delle conversazioni aperte e dell'interazione del pubblico.

---

#### 7.2.6 ATTIVITÀ N.6: SEMINARI, WORKSHOP, INCONTRI TRA IMPRESE: WORKSHOP B2B & B2C

- Dar modo a Buyers, Distributori, Operatori Ho.Re.Ca., blogger, produttori, di conoscersi vicendevolmente al fine di veicolare e introitare i messaggi del programma, la conoscenza del prodotto e dei sistemi di qualità.
- Innescare l'inizio di una introduzione significativa dei prodotti sul mercato statunitense.

### **Output richiesti per anno**

- a) N. 2 incontri dei produttori con target qualificato
- b) Report dell'attività
- c) Relazione finale report attività

---

#### 7.2.7 ATTIVITÀ 7: VALUTAZIONE DEI RISULTATI

L'attività di monitoraggio si pone due obiettivi: (i) verificare il grado di raggiungimento degli indicatori di risultato previsti nel progetto; (ii) misurare gli indicatori d'impatto indicati per ciascun prodotto. A un livello macro, i risultati di quest'attività consentiranno di esprimere una chiara

valutazione dell'impatto complessivo dell'azione, dei risultati prodotti e, last but not least, dell'efficacia dell'architettura progettuale proposta.

### **Output richiesti per anno**

- a) Report intermedio
- b) Report annuale che prende in considerazione:
- c) dati social media, N.70 interviste ristoratori, N.125 interviste bartender, N.120 questionari partecipanti workshop B2C-B2B, N.10 interviste partecipanti ai viaggi di studio.

---

### **7.2.8 ATTIVITÀ N.8: GESTIONE AMMINISTRATIVO-FINANZIARIA DEL PROGETTO**

L'organismo di esecuzione dovrà sovrintendere all'attività di monitoraggio amministrativo/finanziario della parte assegnata del progetto, compresi la tenuta dei registri e documenti giustificativi, la trasmissione dei deliverable, e la predisposizione delle azioni e delle domande di pagamento.

### **Output richiesti per anno**

- a) Relazioni tecniche periodiche
- b) Richieste di SAL varie
- c) Relazione tecnica finale
- d) Comunicazione con l'ente pubblico incaricato
- e) varie

### **7.3 MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA ECONOMICA (ALLEGATO C)**

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

Si richiede quindi la predisposizione di una tabella che riassume per anno i costi totali delle attività proposte e il relativo costo dell'onorario dell'agenzia, indicando il numero di giornate previste e il costo giornaliero.

Si riporta una tabella a titolo di esempio:

Voci di spesa	N. experts	Giorni	€ Unità	Anno 1	Anno 2	Anno 3
Spese trasporti voli da e vs il Paese target	10					
Viaggio, vitto , alloggio e servizi extra	10					
Costi logistici (trasporti da aeroporto a siti)	10					
Onorario agenzia (costo unitario al giorno per un consulente senior o per un consulente junior						
Numero giornate previste						
<b>Totale onorario agenzia</b>						
<b>Totale viaggi studio in Europa comprensivo di onorario</b>						

## 8 ONERI A CARICO DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE

Sono a carico dell'organismo di esecuzione:

- a) Svolgimento dei Servizi oggetto dell'appalto, in accordo e collaborazione con l'organismo proponente e nell'accettazione integrale e incondizionata del contenuto del presente Capitolato;
- b) 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 le ordinanze municipali), con particolare riguardo a quelle relative all'igiene ed alla sicurezza e comunque attinenti all'oggetto dell'appalto.
- c) 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 la vigente normativa dell'Unione Europea e con le regole di concorrenza applicabili in materia. Il contraente assume il personale necessario per il controllo e la sorveglianza dell'esecuzione delle azioni previste dal programma

## 9 MODIFICHE DEL CONTRATTO - VARIAZIONI QUANTITATIVE E QUALITATIVE 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'organismo di esecuzione, il contratto in tutto od in parte riconoscendo all'organismo di esecuzione 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 l'organismo proponente e l'organismo di esecuzione.



## 10 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, l'organismo proponente 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.

## 11 DECADENZA E REVOCA DELL'APPALTO

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

- a) 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;
- b) per manifesta inadempienza degli impegni assunti con il contratto di appalto;
- c) per inosservanza delle linee progettuali presentate e delle eventuali indicazioni integrative in ordine alla qualità del servizio.

## 12 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.

## 13 SPESE CONTRATTUALI

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

## 14 CONTENZIOSO

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

## 15 DIRITTI DI PROPRIETÀ E DI UTILIZZAZIONE

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

la documentazione e il materiale necessario all'effettivo sfruttamento dei diritti di titolarità esclusiva, nonché a sottoscrivere tutti i documenti necessari all'eventuale trascrizione di detti diritti a favore dell'organismo proponente 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.