

BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DENOMINATO "NICE TO EAT-EU".

CAPITOLATO TECNICO

Il Consorzio Di Tutela del Formaggio Piave DOP, con sede legale in via Nazionale 57/A, Cesiomaggiore (BL), Partita IVA 01105270258, tel. +390439391170 fax +390439393217, e-mail bchiara@formaggiopiave.it, PEC consorziopiavedop@legalmail.it, in qualità di Organismo Proponente (nel seguito denominato anche "committente") di un programma di attività di informazione e promozione denominato "**NICE TO EAT-EU**", presentato in conformità al Regolamento UE n. 1144/2014 – Promozione dei Prodotti Agricoli nel Mercato Interno

indice

ai sensi degli artt. del Reg (UE) n. 1144/2014, Reg delegato (UE) n. 2015/1829, Reg. di esecuzione (UE) 2015/1831, un **Bando di Gara per la selezione, mediante procedura competitiva aperta, di un Organismo di Esecuzione incaricato della realizzazione delle attività previste nel Programma "NICE TO EAT-EU", che si svolgerà nei seguenti Paesi del Mercato Interno: Italia, Germania, Austria.**

Gli obiettivi principali del Programma finanziato riguardano il rafforzamento della consapevolezza e del riconoscimento dei regimi dell'Unione e l'aumento della competitività e del consumo di prodotti con regime di qualità dell'Unione e ottimizzarne l'immagine all'interno dell'Unione, attraverso l'esempio di eccellenza costituito dai prodotti testimonial dotati di certificazione DOP.

In particolare nei paesi target si mira a:

1. Migliorare il grado di conoscenza dei meriti dei prodotti agricoli dell'Unione europea e degli elevati standard applicabili ai metodi di produzione nell'Unione europea.
2. Aumentare la competitività e il consumo dei prodotti agricoli e di determinati prodotti alimentari dell'Unione europea.
3. Rafforzare la consapevolezza e il riconoscimento dei regimi di qualità dell'Unione europea.
4. Aumentare la quota di mercato dei prodotti agricoli e di determinati prodotti alimentari dell'Unione europea.
5. Contribuire a contrastare fenomeni sempre più diffusi di pirateria agroalimentare – relativi ai prodotti agricoli europei, permettendo ai consumatori di compiere scelte di acquisto più informate e consapevoli.

I soggetti candidati alla selezione relativa al Bando per la selezione dell'organismo esecutore dovranno elaborare un programma di attività e iniziative coerente con la strategia e gli obiettivi sopra indicati, in considerazione della tipologia di paesi target, dei gruppi bersaglio delle iniziative, della durata del Programma e delle risorse finanziarie a disposizione.

Oggetto del Bando di Gara

Descrizione generale delle Attività oggetto del Bando

L'aggiudicatario dovrà garantire la corretta esecuzione del programma, per l'intera durata dello stesso pari a 36 mesi, composta dalle seguenti parti fondamentali:

- Sviluppo e gestione completa delle attività del programma
 - adottando metodologie appropriate di Project Management in modo da rendere facilmente verificabile la corretta esecuzione del lavoro, includendo quindi:
 - Monitoraggio costante delle attività, del raggiungimento degli Obiettivi e dei Risultati attesi.
 - Adozione ed utilizzo di un Sistema di Indicatori come parte della gestione.
- Rendicontazione finanziaria-amministrativa in coerenza con i dettami dei Regolamenti sopra citati e della Normativa di riferimento, comprendendo gli stati di avanzamento periodici (comprensivi di relazioni tecniche e rendiconti finanziari delle spese) e le attività richieste a chiusura del Programma stesso
- Realizzazione del Piano di Comunicazione, per l'intera durata del programma, in coerenza con gli obiettivi elencati in precedenza, assicurando la coerenza con i dettami del Reg (UE) 2014/1144 e la riconoscibilità del Programma e dell'Organismo Proponente.

Il Servizio deve garantire un adeguato livello di supporto tecnico e operativo, caratterizzandosi per una elevata qualità dei prodotti forniti e realizzati, e per l'innovatività degli strumenti con i quali verranno veicolati i messaggi e coinvolti i target di riferimento.

Modalità di esecuzione

L'aggiudicatario deve, per la durata del contratto:

- costituire e rendere disponibile un adeguato team di progetto (le persone che si occuperanno direttamente del lavoro da svolgere), nel rispetto dei requisiti di partecipazione;
- concordare e condividere tutte le attività del team con il soggetto proponente;
- prevedere un Referente di progetto che presenzi alle riunioni di monitoraggio presso la sede del committente (queste avranno una periodicità definita dal committente), per dare supporto operativo alle attività del Programma.
- Predisporre tutti i possibili mezzi di comunicazione che possano semplificare il coordinamento, monitoraggio e controllo del Programma.

Personale coinvolto

L'aggiudicatario metterà a disposizione del Programma personale con elevate esperienze e competenze tecniche nel settore, ed inoltre dovrà esibire un approccio organizzativo flessibile per rispondere alle esigenze che potranno determinarsi nel corso dello svolgimento delle attività. Nello specifico, le competenze maggiormente richieste (importanti per l'aggiudicazione del presente Bando) sono: project management, comunicazione, analisi-sviluppo software con capacità di gestione di team distribuiti, grafica, digital web, eventi, ufficio stampa.

L'aggiudicatario si impegna a garantire la stabilità e la continuità del servizio in ogni circostanza e ad impegnarsi al rispetto, nei confronti del proprio personale, dei contratti di lavoro relativi al trattamento salariale, normativo, previdenziale ed assicurativo.

Durata del servizio

Il servizio avrà una durata di 36 mesi a partire dalla data di sottoscrizione del contratto di appalto, che verrà stipulato tra il committente e l'aggiudicatario entro 30 giorni dall'aggiudicazione ed avrà per oggetto lo svolgimento delle attività indicate nel presente bando alle condizioni ivi riportate.

TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ E INIZIATIVE PREVISTE

Le attività e le iniziative ammissibili, nell'ambito del Programma presentato dal Consorzio di Tutela Formaggio Piave DOP, nel rispetto della normativa di riferimento, sono assimilabili a quelle classiche di informazione e promozione di prodotti agricoli ed eno-gastronomici di alta qualità, tenuto conto delle tematiche da trattare e degli obiettivi elencati sopra (soprattutto in termini di contenuti della comunicazione):

- **STRATEGIA:** definizione della strategia di comunicazione del programma.
- **RELAZIONI PUBBLICHE:** organizzazione di eventi stampa e di pubbliche relazioni online e offline.
- **SITO WEB, SOCIAL MEDIA:** creazione, aggiornamento e manutenzione di un sito web dedicato al Programma; social media (creazione di account, pubblicazione periodica)
- **SVILUPPO DI APP:** Creazione, aggiornamento e manutenzione di app ad hoc per la campagna basate su Realtà Aumentata e videogiochi promozionali per dispositivi mobili (iOS/Android).
- **PUBBLICITÀ:** realizzazioni attività a mezzo stampa, radio, cinema, web e on-line.
- **STRUMENTI DI COMUNICAZIONE:** elaborazione di pubblicazioni, materiali informativi ad uso dei mezzi di informazione (press/media kit), materiali e video promozionali.
- **EVENTI:** partecipazione a fiere e manifestazioni di settore, organizzazione di Seminari, workshop, incontri tra imprese, attività con le scuole; settimane di degustazione e informazione nei ristoranti.
- **PROMOZIONE NEI PUNTI VENDITA:** giornate di degustazione e informazione; promozione in pubblicazioni dei dettaglianti, pubblicità nei punti vendita, promozione nelle mense e altro.
- **ALTRE ATTIVITÀ.**

PROCEDURA DI SCELTA DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE DEL PROGRAMMA

REQUISITI PER LA PARTECIPAZIONE ALLA GARA

Inesistenza di cause di esclusione dalla partecipazione

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

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

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

Requisiti di capacità economica e finanziaria

L'operatore economico, che intende partecipare alla presente gara di selezione, deve aver realizzato nel triennio 2014 – 2015 - 2016 un fatturato globale complessivamente non inferiore ad Euro 3.000.000,00 (in lettere: tre milioni di Euro) al netto dell'IVA (risultante dalle dichiarazioni IVA o imposta equivalente in ambito UE).

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato allegando i bilanci degli esercizi finanziari 2014-15-16 e tramite la dichiarazione allegata (Allegato A), firmata dal legale rappresentante.

Requisiti di capacità tecnica e professionale

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione, deve aver realizzato nel triennio 2014-2015-2016 servizi analoghi a quelli oggetto della gara per un valore aggregato dei progetti non inferiore complessivamente ad Euro 20.000.000,00 (in lettere: venti milioni di Euro) al netto dell'IVA, fra cui la realizzazione di almeno dieci articolati di comunicazione, promozione e relativa campagna pubblicitaria.

L'operatore deve inoltre dimostrare di possedere esperienza nella gestione di progetti finanziati di promozione agroalimentare ed in particolare nelle capacità di gestirne la rendicontazione.

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato A), firmata dal legale rappresentante.

CRITERI DI AGGIUDICAZIONE

Per l'aggiudicazione dell'appalto si utilizzerà il criterio dell'offerta congrua, con il metodo di ripartizione dei punteggi descritto di seguito.

In presenza di una sola offerta valida, il Consorzio Tutela Piave DOP ha facoltà di procedere o meno a 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.

Si tiene conto congiuntamente degli aspetti qualitativi del servizio e del prezzo, pertanto, i 100 punti complessivi saranno valutati nelle seguenti proporzioni:

QUALITÀ (OFFERTA TECNICA)	MASSIMO PUNTI 85
PREZZO (OFFERTA ECONOMICA)	MASSIMO PUNTI 15
TOTALE PUNTEGGIO ATTRIBUIBILE	MASSIMO PUNTI 100

Il punteggio sarà assegnato secondo i seguenti criteri:

QUALITÀ: OFFERTA TECNICA (85 PUNTI)

La Commissione giudicatrice provvederà ad esaminare l'offerta tecnica e ad attribuire i punteggi in base a quanto dichiarato, fino ad un massimo di 85 punti, secondo la suddivisione sotto riportata:

ELEMENTO DI VALUTAZIONE	CRITERIO MOTIVAZIONALE	PUNTEGGIO MASSIMO
QUALITÀ DELL'OFFERTA TECNICA	Adeguatezza della pianificazione in termini di coerenza con gli obiettivi della Strategia di comunicazione e coerenza rispetto alle tempistiche della programmazione	7
STRATEGIA COMPLESSIVA punti max 12	Coerenza tra la strategia complessiva progettuale e le singole attività	5
QUALITÀ DELL'OFFERTA TECNICA	Creatività nell'ideazione della proposta di visual della campagna e appeal dell'impatto visivo	5
PROPOSTE GRAFICHE punti max 25	Efficacia delle proposte grafiche del visual della campagna adatte per garantire il raggiungimento degli obiettivi fissati nel Programma	5
	Capacità nell' utilizzo di tecnologie avanzate applicate alla comunicazione	15
QUALITÀ DELL'OFFERTA TECNICA	Completezza delle caratteristiche degli output richiesti	9
APPROCCIO METODOLOGICO	Qualità delle caratteristiche professionali del gruppo di lavoro proposto in termini di competenze assolute sulla base della qualità dei CV presentati	9
punti max 33	Efficacia del sistema di monitoraggio del Piano di comunicazione. Sono valutate l'accuratezza dell'impianto metodologico complessivo che si intende applicare all'attività di monitoraggio, la completezza delle modalità di reperimento, trattamento e condivisione dei dati	15

ELEMENTO DI VALUTAZIONE	CRITERIO MOTIVAZIONALE	PUNTEGGIO MASSIMO
QUALITÀ DELL'OFFERTA TECNICA SERVIZI EXTRA punti max 15	Servizio di assistenza e supporto attivo tutti i giorni lavorativi	8
	Servizio di magazzino e logistica per la spedizione del materiale relativo agli eventi progettuali	5
	Altri servizi	2
TOTALE		85

PREZZO: OFFERTA ECONOMICA (15 PUNTI)

La Commissione giudicatrice provvederà ad esaminare l'offerta economica e ad attribuire i punteggi in base a quanto dichiarato, fino ad un massimo di 15 punti, secondo la suddivisione sotto riportata:

CRITERI	SOTTOCRITERI	PUNTEGGIO MASSIMO
ONORARIO punti max 15	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	15
TOTALE		15

MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLE PROPOSTE

Gli organismi interessati a partecipare al Bando di Gara per la selezione dell'Organismo esecutore dovranno, a pena di esclusione, far pervenire tutta la documentazione necessaria in un plico contenente 3 buste:

- **BUSTA A - documentazione amministrativa, che dovrà contenere:**
 - Allegato A compilato e firmato dal legale rappresentante,
 - Bilanci degli ultimi 3 anni (2014, 2015, 2016)
 - CV dell'organismo interessato alla partecipazione e del personale impiegato
- **BUSTA B - offerta tecnica, che dovrà contenere:**
 - Descrizione dettagliata delle attività/iniziativa
- **BUSTA C - offerta economica, che dovrà contenere:**
 - Tabella di dettaglio del costo dell'onorario.

Nelle sezioni successive (Modalità di predisposizione dell'offerta tecnica e Modalità di predisposizione dell'offerta economica) si forniscono indicazioni su come dovranno essere redatte l'offerta tecnica e quella economica.

La documentazione dovrà essere redatta in lingua italiana o inglese, dovrà essere presentata in formato cartaceo e in formato elettronico – stampabile e copiabile – su CD o chiavetta USB, a cura del partecipante alla gara entro e non oltre il **02 gennaio 2018 alle ore 13.00**.

Il recapito del plico rimane ad esclusivo rischio del mittente, ove, per qualsiasi motivo, non giunga a destinazione entro il suddetto termine perentorio.

Contestualmente all'invio del plico, le proposte dovranno essere anticipate, sempre entro e non oltre il **02 gennaio 2018 alle ore 13.00**, via PEC o, per gli operatori esteri, via email ordinaria.

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

CONSORZIO DI TUTELA DEL FORMAGGIO PIAVE DOP

Via Nazionale 57/A

32030 Cesiomaggiore (BL)

Indirizzo PEC: consorziopiavedop@legalmail.it

Indirizzo email: bchiara@formaggiopiave.it

Sarà data tempestiva comunicazione a tutti i partecipanti, sull'esito della Gara di Selezione, a mezzo email. I risultati verranno anche pubblicati sul sito del Consorzio Tutela Piave DOP www.formaggiopiave.it entro il 05 gennaio 2018.

Ulteriori informazioni possono essere richieste al seguente recapito: dott.ssa Chiara Brandalise – email: bchiara@formaggiopiave.it

MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA TECNICA – BUSTA B

Descrizione e costo delle attività da svolgere:

L'operatore economico che parteciperà alla Gara di Selezione, potrà definire il piano di promozione e informazione, proponendo le attività/iniziative che ritiene più efficaci nel contesto di quanto previsto a livello di programma in termini di output attesi.

Il programma è suddiviso nelle aree di attività di sotto elencate. Per ciascuna di esse è prevista la realizzazione di determinati output minimi richiesti, essi sono riportati nelle relative tabelle.

I candidati possono presentare in sede di offerta tecnica una proposta migliorativa, che preveda la realizzazione di un numero maggiore di output, purché la conseguente offerta economica si mantenga entro i limiti imposti dalla base d'asta.

Attività 1: Definizione della strategia di comunicazione

Il servizio comprende l'elaborazione dei documenti necessari alla progettazione e alla pianificazione delle attività: il Piano di comunicazione a valenza pluriennale e i Piani annuali delle attività di progetto. In particolare, entro trenta giorni dalla sottoscrizione del contratto, il soggetto aggiudicatario deve presentare la prima versione del Piano di comunicazione pluriennale ed il primo Piano annuale delle attività di comunicazione per l'anno 2017; il committente 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. Il risultato sarà l'elaborazione di un percorso strutturato sui 3 anni di progetto, caratterizzato da una copy strategy ben definita, che unisca attività online e offline, differenziate per i diversi target e i diversi obiettivi specifici, ma sinergiche al raggiungimento degli obiettivi comuni.

Output richiesti:

1.1	Piano di comunicazione 2018-2020	prima versione: entro 30 giorni dalla sottoscrizione del contratto e relativi aggiornamenti (al termine di ogni annualità unitamente al Report annuale delle attività svolte);
1.2	Piano annuale delle attività di comunicazione	per l'annualità 2018, entro 30 giorni dalla sottoscrizione del contratto; per le annualità 2019 e 2020, entro il 30/11 dell'anno precedente.

Attività 2: Definizione dell'identità visiva della campagna

La creazione dell'identità visiva costituisce il primo passo per dare alla campagna un volto, che associ ad un unico concept creativo i messaggi da veicolare. È necessario che il visual sia attraente e facilmente memorizzabile, per poter comunicare in maniera efficace i valori del Programma ai gruppi di destinatari individuati.

Output richiesti:

2.1	Ideazione della visual identity	entro 40 giorni dalla sottoscrizione del contratto e relativi aggiornamenti (al termine di ogni annualità unitamente al Report annuale delle attività svolte);
-----	---------------------------------	--

Attività 3: Attività di ufficio stampa e pubbliche relazioni

Per tutta la durata della campagna verrà attivata una strategia mirata di comunicazione con i media locali, basata sulle parole chiave definite e condivise, ed arricchita di tutti gli spunti notiziabili legati al progetto e alle sue attività. Durante l'arco del progetto verranno diffusi, secondo un calendario precedentemente elaborato, i comunicati stampa riguardanti le attività e gli sviluppi della campagna e verranno portate avanti attività di pubbliche relazioni coordinate e condivise sia online che offline.

Output richiesti:

3.1	Database di contatti giornalistici	3600 contatti stampa
3.2	Comunicati stampa	34/anno
3.3	Evento dedicato ai media	1/anno
3.4	Cartella stampa	1/anno
3.5	Incoming tour	1 tour

Attività 4: Gestione campagna di comunicazione online e offline

Il servizio comprende l'attività di ideazione, progettazione, elaborazione grafica, produzione e diffusione delle pubblicazioni, materiali informativi e contenuti promozionali on ed off line e l'aggiornamento e la gestione dei contenuti sul web per l'intera durata del Programma.

Contenuti, stile e grafiche dei prodotti devono essere in linea con i materiali per tutte le attività previste dal Programma.

Si elencano a titolo esemplificativo e non esaustivo le tipologie di materiali che potranno essere realizzati: pubblicazioni a carattere tecnico e divulgativo; guide e report di attività; folder; riviste; cataloghi, brochure; pieghevoli; flyer; poster; manifesti; locandine; cartelline; bloc-notes; banner e banner roll-up; totem; espositori; pannelli; insegne; cartellonistica di grandi dimensioni; adesivi e prespaziati; gadget promozionali; sito web; account social; App per tablet e smartphone. Tutti i materiali devono essere realizzati e quantificati in accordo con il committente e sottoposti alla sua approvazione prima della loro realizzazione e diffusione.

Output richiesti:

4.1	Sito web multilingue	n. 1 sito: creazione, aggiornamento e manutenzione per tutta la durata del Programma
4.2	Presenza nei social network	4
4.3	App	2 App pubblicate su Apple Store e Google Play Store
4.4	Uscite su riviste	6 su riviste del settore
4.5	Pubblicazione materiale dedicato ai target	3 anni
4.6	Gestione contenuti e documenti (strumenti web Piano Comunicazione)	3 anni
4.7	Campagne di digital marketing / pubblicitarie (compresi social media)/ display e mobile advertising	8/anno, 1 report annuale
4.8	Presenza su siti nazionali	90 siti nazionali
4.9	Video promozionali	24

Attività 5: Organizzazione eventi/attività

L'area di attività consiste nella ideazione, pianificazione, organizzazione e gestione di eventi, incontri, partecipazione a fiere e festival e altre tipologie di attività mirate alla comunicazione diretta con i target di riferimento. Il soggetto aggiudicatario deve assicurare la gestione completa di ogni attività durante tutte le sue fasi e per tutti gli aspetti organizzativi: selezione delle location, sopralluoghi, verifica della presenza e del funzionamento delle attrezzature tecniche, attivazione di servizi accessori, allestimento, trasporto e distribuzione di materiali, servizio di accoglienza, assistenza, ospitalità e trasporti, attività di monitoraggio e promozione.

Output richiesti:

5.1	Eventi dedicati	4
5.2	Partecipazione a festival/fiere del settore	4
5.3	Eventi/attività rivolti alle scuole	1
5.4	Attività con i ristoratori	Almeno 20 degustazioni
5.6	GDO- degustazioni	248 giornate
5.7	Eventi per food bloggers	1

Attività 6: Monitoraggio e valutazione

L'aggiudicatario deve assicurare un costante monitoraggio delle attività e dei risultati conseguiti nell'attuazione del servizio e un'articolata attività di indagine sugli effetti del Programma. L'aggiudicatario, inoltre, deve predisporre e aggiornare un Sistema complessivo di monitoraggio che metta in relazione le azioni attivate con gli obiettivi della Strategia, definendo tutti i livelli di indicatori, adottando una metodologia che consideri input, output, out-take, outcome prodotti dal Piano di comunicazione.

Output richiesti:

6.1	Set di indicatori di monitoraggio delle attività del Piano di comunicazione	1
6.2	Relazione trimestrale sui dati di monitoraggio delle attività di comunicazione	1/trimestre

6.3	Relazione annuale di monitoraggio delle attività di comunicazione	1/anno
6.4	Relazione finale dati monitoraggio delle attività di comunicazione	1
6.5	Indagine intermedia risultati ed effetti del Programma (entro il secondo anno di attività)	1
6.6	Indagine conclusiva risultati ed effetti del Programma (entro il terzo anno di attività)	1
6.7	Accesso diretto al sistema di Monitoraggio e Controllo per il Consorzio	1 (al referente individuato)

Attività 7: Gestione amministrativo finanziaria del progetto

L'aggiudicatario dovrà sovrintendere all'attività di monitoraggio amministrativo/finanziario 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:

7.1	Relazioni tecniche periodiche	1/anno
7.2	Richieste di SAL	varie
7.3	Relazione tecnica finale	1
7.4	Comunicazione con l'Ente Ministeriale	1
7.5	Accesso diretto al sistema di gestione per il Consorzio	1 (al referente individuato)

MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA ECONOMICA – BUSTA C

Costo dell'onorario dell'organismo di esecuzione:

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 la modalità e i dati necessari per quantificarli. Questi costi riguardano tutte le attività necessarie per l'organizzazione e realizzazione stessa delle attività (es.: selezione e contatto con i fornitori, ricerca dei prezzi, scelta delle location, prenotazioni, organizzazione degli eventi, ecc.).

Si richiede quindi la predisposizione, per ogni paese, 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 d'esempio:

Pubbliche Relazioni	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Attività permanenti di Pubbliche Relazioni			
Totale annuo attività	XXXXX	XXXXX €	XXXXX €
	€		
Onorario agenzia (costo unitario al giorno per un consulente senior o per un consulente junior)	XXX €	XXX €	XXX €
Numero giornate previste	XX	XX	XX
Totale onorario agenzia	XXXX €	XXXX €	XXXX €
Totale annuo comprensivo di onorario	XXXXX	XXXXX €	XXXXX €
	€		
Eventi Stampa			
Totale annuo attività	XXXXX	XXXXX €	XXXXX €
	€		
Onorario agenzia (costo unitario al giorno per un consulente senior o per un consulente junior)	XXX €	XXX €	XXX €

Numero giornate previste	XX	XX	XX
Totale onorario agenzia	XXXX €	XXXX €	XXXX €
Totale annuo comprensivo di onorario	XXXXX €	XXXXX €	XXXXX €

Questa tabella formerà l'offerta economica e andrà inserita nella Busta C – Offerta economica (si veda il paragrafo “Modalità di presentazione delle proposte”).

ONERI A CARICO DELL'AGGIUDICATARIO

Sono a carico dell'aggiudicatario:

1. Svolgimento dei Servizi oggetto dell'appalto, in accordo e collaborazione con il Direttore dell'Esecuzione dell'Amministrazione del Committente, di seguito denominata anche "Amministrazione" 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 regionale, 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.

MODIFICHE DEL CONTRATTO - VARIAZIONI QUANTITATIVE E QUALITATIVE DEI SERVIZI

L'Amministrazione, 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'Amministrazione si riserva inoltre di risolvere, per ragioni non imputabili all'aggiudicatario, il contratto in tutto od in parte riconoscendo all'aggiudicatario una indennità a termini di legge sulla parte 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'Amministrazione appaltante e l'aggiudicatario.

RAPPORTI TRA L'AGGIUDICATARIO E L'AMMINISTRAZIONE

L'operatore economico deve individuare un referente responsabile del servizio, che avrà l'obbligo di collaborare strettamente con il Direttore dell'esecuzione della Amministrazione appaltante ed il Responsabile Unico del Procedimento nella realizzazione del Servizio oggetto dell'appalto, nonché la risoluzione operativa di problematiche relative a particolari esigenze delle attività.

INADEMPIENZE

L'Amministrazione 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'Amministrazione 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'Amministrazione contesterà in forma scritta alla ditta aggiudicataria le inadempienze.

DECADENZA E REVOCA DELL'APPALTO

La ditta aggiudicataria potrà essere dichiarata decaduta 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;
3. per inosservanza delle linee progettuali presentate e delle eventuali indicazioni integrative in ordine alla qualità del servizio.

RISOLUZIONE UNILATERALE DEL CONTRATTO

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

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'operatore economico aggiudicatario e per il restante 50% all'Amministrazione.

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 Venezia.

DIRITTI DI PROPRIETÀ E DI UTILIZZAZIONE

I diritti di proprietà e/o di utilizzazione e sfruttamento economico degli elaborati, predisposti o realizzati dall'aggiudicatario o da suoi dipendenti e collaboratori nell'ambito o in occasione dell'esecuzione del presente servizio, rimarranno di titolarità esclusiva del Committente l'Amministrazione 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'aggiudicatario si impegna a consegnare tutti i prodotti in formato aperto e modificabile e si obbliga espressamente a fornire all'Amministrazione al Committente appaltante tutta la documentazione e il materiale necessario all'effettivo sfruttamento dei diritti di titolarità esclusiva, nonché a

sottoscrivere tutti i documenti necessari all'eventuale trascrizione di detti diritti a favore dell'Amministrazione del Committente in eventuali registri o elenchi pubblici. L'aggiudicatario si impegna a rispettare la vigente normativa in materia di raccolta e trattamento dei dati personali e di tutela delle banche dati.