



**PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA REALIZZAZIONE DI ATTIVITÀ ALL'INTERNO DEL WP2 PUBLIC RELATIONS DEL PROGETTO "ORGANIC FARMING IN EUROPE: A WAY OF "BEING"" (ACRONYM: BEING ORGANIC IN EU) – AGRIP-MULTI-2021-IM-ORGANIC – GRANT AGREEMENT N. 101046195 (REGOLAMENTO CE DEL CONSIGLIO N. 1144/2014 E DEI REGOLAMENTI CE DELLA COMMISSIONE ATTO DELEGATO N. 1829/2015 ED ATTO ESECUTIVO N. 1831/2015)**

## **CAPITOLATO TECNICO**

### **1. INFORMAZIONI PRELIMINARI**

**FEDERBIO - FEDERAZIONE ITALIANA AGRICOLTURA BIOLOGICA E BIODINAMICA** (Coordinatore) con sede in Piazza dei Martiri n. 1 - 40121 Bologna (Italia) - C.F. e P.IVA IT02252171208, tel:+390514210272, e-mail info@federbio.it, PEC federbio@pec.it è beneficiario per l'attuazione del programma MULTI 101046195 - "Organic Farming in Europe – a way of BEING" - acronimo BEING ORGANIC in EU;

Il progetto "**BEING ORGANIC in EU**" è stato approvato dalla Commissione Europea con Decisione Ref. Ares (2021)5863945 - 27/09/2021 letter from the EUROPEAN RESEARCH EXECUTIVE AGENCY - GRANT AGREEMENT n. 101046195;

## **ANNUNCIA**

Un bando di gara per la selezione, mediante procedura competitiva aperta, di un fornitore specializzato incaricato di realizzare le azioni volte al raggiungimento degli obiettivi previsti dal programma triennale "**Organic Farming in Europe – a way of BEING**" – ACRONIMO BEING ORGANIC in EU, che mira a contribuire a un sistema alimentare sostenibile a sostegno del Green Deal europeo e, in particolare, dell'obiettivo della strategia Farm to Fork di passare a sistemi alimentari equi, sani, resilienti al clima e rispettosi dell'ambiente, dalla produzione primaria al consumo, in particolare l'obiettivo di almeno il 25% della superficie agricola dell'UE in agricoltura biologica entro il 2030. Il progetto BEING ORGANIC in EU intende svolgere un ruolo nella transizione verso una produzione e un consumo alimentare sostenibili e ha definito obiettivi SMART tenendo conto anche dell'esperienza acquisita con le analisi precedenti. Per ogni obiettivo, il progetto propone



indicatori specifici che saranno utilizzati per monitorare gli effetti e l'impatto del programma, per ogni anno di attuazione del progetto

Le agenzie in possesso dei requisiti indicati nei relativi Regolamenti UE di seguito elencati (in modo non esaustivo: Agenzie o società esperte in PR, Promozione, Informazione, Organizzazione Eventi, Campagne Pubblicitarie e Stampa) sono invitate a presentare un'offerta (proposta tecnica) sulla base delle indicazioni descritte nel presente documento "CAPITOLATO TECNICO".

## 2. LEGISLAZIONE

La gara d'appalto aperta è condotta al fine di garantire l'attuazione più efficiente dell'azione con il miglior rapporto qualità-prezzo. I processi di selezione e aggiudicazione si basano sui principi di trasparenza, imparzialità e tutela dei fondi pubblici e sindacali. L'appalto si basa su due condizioni: il miglior rapporto qualità-prezzo e l'eliminazione dei conflitti di interesse. Il processo competitivo è condotto in conformità alla legislazione nazionale e dell'UE, in particolare:

- Regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 22 ottobre 2014, relativo ad azioni di informazione e di promozione dei prodotti agricoli attuate 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 dei prodotti agricoli attuate 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 dei prodotti agricoli attuate nel mercato interno e nei paesi terzi
- Nota "ORIENTAMENTO SUL PROCEDIMENTO CONCORSUALE" della COMMISSIONE EUROPEA (DIREZIONE GENERALE AGRICOLTURA E SVILUPPO RURALE | Direzione B. Relazioni multilaterali, politica della qualità | B.5. Promozione) DDG1.B5. Promozione) DDG1.B5/Mj/db D(2016)321077 prodotti agricoli attuati nel mercato interno e nei Paesi terzi.
- Determinazione Dirigenziale n. 0639624 del 06/12/2021, recante "Procedura per la selezione dei soggetti attuatori" del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali.
- Il "MODELLO DI CONTRATTO DI AIUTO NON RIMBORSABILE PER LA PROMOZIONE DEI PROGRAMMI MULTIPLI DI PRODOTTI AGRICOLI (AGRIP MULTI) (AGRIP MULTI MGA - MULTI & MONO)", Versione 1.0 - 01 giugno 2021.

## 3. INFORMAZIONI PRINCIPALI

### 3.1 PRODOTTI SOGGETTI A PROMOZIONE

- Carne bovina (fresca, refrigerata e congelata)



- Carne di maiale (fresca, refrigerata e congelata)
- Carne di pollame (fresca, refrigerata e congelata)
- Carni ovine e caprine (fresche, refrigerate e congelate)
- Formaggio
- Prodotti lattiero-caseari (esclusi i formaggi)
- Uova
- Miele e prodotti dell'apicoltura
- Frutta (fresca o secca)
- Verdure (fresche, refrigerate e secche), escluso il mais dolce
- Preparazioni di verdure, frutta o noci (incluse le olive da tavola)
- Olio d'oliva
- Cereali
- Semi oleosi, esclusi quelli di soia
- Alcolici, liquori e vermouth
- Vino, cidre e aceto
- Birra
- Cioccolato e prodotti derivati
- Pane, pasticceria, torte, confetteria, biscotti e altri prodotti da forno
- Pasta
- Sale
- Pasta di senape
- Zucchero
- Oli vegetali diversi da quelli di oliva
- Caffè e tè
- Preparazioni di carne
- Altri prodotti ammissibili
- Prodotti della pesca e dell'acquacoltura
- Granturco dolce
- Bevande a base di estratti vegetali

Il progetto promuoverà e informerà sui prodotti con il logo biologico europeo. L'obiettivo è posizionare i produttori biologici europei (in generale) come scelta ottimale per i consumatori nel mercato interno. L'attenzione a specifici produttori italiani e tedeschi è chiaramente una caratteristica del progetto, ma si colloca a un secondo livello.

I prodotti biologici dei beneficiari coinvolti nella promozione e nell'informazione saranno diffusi con una visione integrativa delle politiche biologiche europee. Si spera infatti che le attività confluiscono in un'unica visione europea del "prodotto biologico europeo e del logo".

### 3.2 AMMINISTRAZIONE AGGIUDICATRICE



### 3.3 PAESI TARGET

- Italia
- Germania

### 3.4 STRATEGIA E OBIETTIVI

Il progetto "BEING ORGANIC in EU" mira a contribuire a un sistema alimentare sostenibile a sostegno del Green Deal europeo e, in particolare, dell'obiettivo della strategia Farm to Fork di passare a sistemi alimentari equi, sani, resilienti al clima e rispettosi dell'ambiente, dalla produzione primaria al consumo, in particolare l'obiettivo di almeno il 25% della superficie agricola dell'UE in agricoltura biologica entro il 2030. La proposta BEING intende svolgere un ruolo nella transizione verso una produzione e un consumo alimentare sostenibili e ha definito obiettivi SMART tenendo conto anche dell'esperienza acquisita con le analisi precedenti. Per ogni obiettivo, il progetto propone indicatori specifici che saranno utilizzati per monitorare gli effetti e l'impatto del programma, per ogni anno di attuazione del progetto. Gli obiettivi di BEING ORGANIC in EU sono:

**Obiettivo 1. Aumentare la consapevolezza dell'agricoltura biologica dell'UE e del logo UE Organic presso i consumatori e gli operatori biologici.**

Sebbene il logo biologico dell'UE sia il più riconosciuto tra i loghi di qualità europei, c'è ancora spazio per aumentare ulteriormente il suo livello di riconoscimento. Al fine di migliorare la visibilità e la riconoscibilità delle aziende sui mercati dei Paesi selezionati (Italia e Germania) e di tutti i Paesi europei, l'obiettivo del progetto è quello di migliorare gli indicatori relativi a:

- 1.1) livello di conoscenza del logo biologico dell'UE
- 1.2) livello di conoscenza dei metodi di agricoltura biologica europei e dei loro benefici

**Obiettivo 2. Incrementare il consumo di prodotti europei registrati nell'ambito del sistema di qualità biologica dell'Unione Europea.**

Come evidenziato nel "Piano d'azione per lo sviluppo della produzione biologica", la promozione del consumo di alimenti biologici incentiverà gli agricoltori a passare alla produzione biologica, che a sua volta aumenterà e diversificherà l'offerta per soddisfare la maggiore domanda dei consumatori; oltre ad aumentare il consumo, è fondamentale rafforzare la lotta contro le pratiche fraudolente e migliorare la tracciabilità. L'impatto atteso dell'iniziativa è quello di aumentare la consapevolezza del sistema di qualità dell'Unione e di migliorare la competitività e il consumo dei prodotti registrati nell'ambito di un sistema di qualità dell'Unione, per aumentarne la visibilità e la quota di mercato. L'obiettivo è aumentare le vendite di prodotti biologici nell'UE in termini di vendite generali, consumo pro capite e quota di consumo di prodotti biologici sul consumo totale di bevande alimentari.

**Obiettivo 3. Evidenziare le caratteristiche specifiche dei metodi di produzione biologica (standard) nell'Unione Europea.**

L'agricoltura biologica dovrebbe rappresentare un modello da seguire perché per ora è l'unico sistema riconosciuto da un solido metodo di certificazione. L'obiettivo del progetto è aumentare la consapevolezza e il livello di riconoscimento del logo biologico europeo associato al sistema di qualità dell'Unione e ai suoi standard. Questo obiettivo specifico mira a migliorare la consapevolezza dei consumatori sui benefici dell'agricoltura biologica (logo biologico dell'UE), in particolare in termini di sicurezza alimentare, tracciabilità,



autenticità, etichettatura, rispetto per l'ambiente e sostenibilità, caratteristiche dei prodotti agricoli e alimentari, nonché conservazione del paesaggio e sviluppo delle aree rurali.

- il progetto prevede, sui due paesi target e rivolte al target degli operatori trade e media, le seguenti attività:

- un'azione di Pubbliche Relazioni con la realizzazione di attività di PR continue e di eventi stampa,
- la progettazione e gestione di un sito web,
- la progettazione e gestione di una pagina Facebook, LinkedIn e Instagram,
- la realizzazione di un database online (sito web) volto a raccogliere foto/immagini relative alla filiera biologica,
- l'ideazione, la stesura dei contenuti e la creatività di una campagna advertising online e a mezzo stampa,
- l'ideazione, la stesura dei contenuti, la creatività e l'acquisto di una campagna social adv, native e video native adv
- la realizzazione di video informativi e promozionali
- la creazione dell'identità visiva dell'azione, del layout e delle declinazioni per diverse tipologie di materiale
- l'acquisto di gadgets
- la progettazione e gestione di eventi orientati alla promozione dei prodotti da agricoltura biologica (fiere MARCA e SANA – ITA e BIOFACH – GER; seminari; workshops; restaurant weeks; sponsorizzazione di eventi; study trips; meeting B2B; cene tematiche con operatori e influencers; promozione tramite food trucks)
- la progettazione e gestione di eventi promozionali su punti vendita

- **DIMENSIONE EU:** Il progetto realizzato da FederBio e Naturland mira a promuovere i metodi di produzione biologica europei e, così facendo, ad aumentare la quota di mercato e a rafforzare la consapevolezza dei consumatori in generale e della società, nonché degli operatori della catena alimentare. Grazie a un mix di comunicazione coerente e a gruppi target chiaramente definiti e importanti, il programma avrà un impatto e una copertura elevati e aprirà la strada all'incremento della produzione biologica dell'UE, compreso il riconoscimento del marchio UE. Questo programma non andrà solo a beneficio dei produttori tedeschi e italiani, ma avrà più in generale un impatto positivo sull'intero mercato biologico dell'UE.

Il programma mette in luce un'ampia dimensione europea, sensibilizzando l'opinione pubblica sugli standard di qualità dell'Ue. FederBio e Naturland sono sempre state, fin dalla loro fondazione, all'avanguardia nei metodi di agricoltura biologica, pubblicizzando un modo sempre più rispettoso e qualitativo di produzione biologica.

L'obiettivo principale del progetto è aumentare la consapevolezza e il riconoscimento dei sistemi di qualità dell'Unione, in particolare del metodo di produzione biologico. Uno dei risultati attesi è l'aumento del livello di consapevolezza del logo biologico dell'UE associato ai sistemi di qualità dell'Unione da parte dei consumatori europei.

Inoltre, i messaggi di comunicazione includeranno sempre il claim "Enjoy, it's from Europe".

L'impatto finale previsto è quello di aumentare la consapevolezza del logo UE e dello schema di qualità dell'Unione e di migliorare la competitività e il consumo dei prodotti agroalimentari biologici dell'Unione (in particolare in Italia e Germania) registrati nell'ambito di uno schema di qualità dell'Unione, per aumentarne la visibilità e la quota di mercato.

La campagna si concentra sui prodotti biologici a schema di qualità europeo, in particolare sulla diffusione di informazioni sulle norme di produzione europee, sulle norme di qualità e sicurezza applicabili ai prodotti



alimentari europei, sulle pratiche e sulla cultura alimentare europea, sulla tracciabilità, sull'autenticità, sull'etichettatura, sul benessere degli animali, sul rispetto dell'ambiente e sulla sostenibilità, nonché sulle caratteristiche dei prodotti agricoli e alimentari, in particolare in termini di qualità, gusto, diversità e tradizioni.

Il progetto BEING Organic in EU sosterrà e promuoverà le azioni e le iniziative della Commissione europea per difendere la reputazione del logo biologico europeo e combattere le frodi nel settore.

Sensibilizzando il grande pubblico e i circuiti commerciali sui prodotti con il logo biologico europeo, il progetto promuoverà il logo biologico europeo e la coltivazione/produzione secondo le linee guida europee sui metodi di produzione biologica, uno dei più importanti schemi di qualità europei.

Il progetto promuoverà e informerà sui prodotti con il logo biologico europeo. L'obiettivo è posizionare i produttori biologici europei (in generale) come scelta ottimale per i consumatori nel mercato interno. L'attenzione a specifici produttori italiani e tedeschi è chiaramente una caratteristica del progetto, ma si colloca a un secondo livello.

I prodotti biologici dei beneficiari coinvolti nella promozione e nell'informazione saranno diffusi con una visione integrativa delle politiche biologiche europee. Si spera infatti che le attività confluiscono in un'unica visione europea del "prodotto biologico europeo e del logo".

Le attività promuoveranno la produzione biologica nell'ambito dello schema di qualità europeo, raggiungendo un livello di "standardizzazione" in un approccio biologico regionale europeo. Oggi la produzione biologica può crescere in modo strategico e aumentare la propria posizione sul mercato.

### 3.6 GRUPPI TARGET

La strategia d'azione si basa sull'abbinamento di diverse tipologie di azioni con diversi gruppi target.

Le attività saranno rivolte sia agli operatori commerciali sia ai consumatori, anche se la priorità sarà data al primo gruppo (operatori commerciali) per rendere la proposta più sostenibile in termini finanziari e di "effetto moltiplicatore". Attraverso degustazioni ed eventi informativi, i professionisti diventeranno più competenti e saranno in grado di gestire e guidare i consumatori nella scelta e nell'introduzione di prodotti biologici nel loro stile di vita.

### 3.7 DURATA DEL PROGETTO

Le azioni cofinanziate sono attuate nell'arco di 36 mesi (2022-2025), come riportato nel Progetto; la data di inizio del progetto è il 1° gennaio 2022. Il Committente si riserva la facoltà di richiedere un differimento del termine di esecuzione del servizio per massimo ulteriori 6 (sei) mesi, al fine di assicurare il completamento delle attività previste dal Programma, a parità di condizioni economiche.

Il progetto ha una durata triennale

- o 1° anno: 1° gennaio 2022 – 31 gennaio 2022 + 1° maggio 2022 – 31 marzo 2023;
- o 2° anno: 1° aprile 2023 – 31 marzo 2024;
- o 3° anno: 1° aprile 2024 – 31 marzo 2025.



### 3.8 BILANCIO TOTALE DEL PROGETTO

Il budget totale del progetto ammonta a € 8.722.812,77.

### 3.9 SUDDIVISIONE IN LOTTI

La gara è suddivisa nei seguenti lotti, la cui realizzazione è da effettuarsi nel 3° anno di progetto (cfr. art. 3.7) e quindi entro il 31 marzo 2025:

**LOTTO 1: Continuous PR activities (WP2.1)**

**LOTTO 2: Conferenze stampa “Festa del Bio” (WP2.2)**

**LOTTO 3: Conferenza stampa “Cambia la Terra” (WP2.2)**

I concorrenti possono presentare una offerta per un singolo lotto o per più di un lotto.

### 3.10 COSTI DI BILANCIO DELLE AZIONI PER I QUALI È PUBBLICATO IL BANDO DI GARA

€ 81.230,00 +IVA, così suddivisi:

**LOTTO 1: Continuous PR activities (WP2.1): € 39.750,00 +IVA**

**LOTTO 2: Conferenze stampa “Festa del Bio” (WP2.2): € 31.260,00 +IVA**

**LOTTO 3: Conferenza stampa “Cambia la Terra” (WP2.2): € 10.220,00 +IVA**

## **4. OGGETTO DEL CONTRATTO**

### 4.1 DESCRIZIONE GENERALE DEL SERVIZIO

Il servizio consiste nella realizzazione di attività specifiche riferite al progetto BEING ORGANIC in EU e in particolare al WP2 Public Relations, da realizzarsi durante il 3° anno di progetto. Il/gli aggiudicatario/i dovrà/nno quindi assicurare la realizzazione delle attività informative e promozionali indicate successivamente tenendo conto delle informazioni riportate nel presente capitolato.

Lo sviluppo e l'esecuzione delle attività deve svolgersi in maniera coerente rispetto agli obiettivi e alle tematiche da trattare, tenendo in considerazione le Priorità e gli obiettivi del Reg. UE 1144/2104, 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 MODALITA' DI ATTUAZIONE

Tutte le attività realizzate dal/dagli aggiudicatario/i devono essere concordate e condivise con il Committente. Il coordinamento delle attività e lo scambio di informazioni tra Committente e aggiudicatario/i possono avvenire attraverso modalità diverse e articolate: contatti telefonici, incontri, videochiamate, corrispondenza via e-mail, condivisione e scambio di materiali e documenti attraverso sistemi di condivisione online. In ogni





caso, qualsiasi variazione dei piani di attuazione rispetto a quanto concordato deve essere preventivamente autorizzata dal Committente mediante atto scritto.

#### 4.3 DURATA DEL SERVIZIO

Il servizio decorrerà dalla data di stipula del contratto tra il Committente e il/gli aggiudicatario/i e terminerà alla conclusione del 3° anno di progetto, ovvero il 31/03/2025. Il contratto avrà per oggetto lo svolgimento delle attività indicate nel presente capitolato alle condizioni ivi riportate e si concluderà solo dopo la conclusione delle attività da svolgere nei tempi previsti dal presente bando.

Il/gli aggiudicatario/i danno accesso alle autorità competenti nazionali e comunitarie ai suoi locali per i controlli e gli audit necessari sia durante l'esecuzione del contratto che per un periodo di cinque (5) anni dopo il pagamento del saldo finale.

Il Committente si riserva la facoltà di richiedere un differimento del termine di realizzazione del servizio per massimo ulteriori 6 (sei) mesi, al fine di assicurare il completamento delle attività previste dal Programma, a parità di condizioni economiche.

#### 4.4 TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ E INIZIATIVE DA REALIZZARE

<b>LOTTO 1</b>	<b><u>Continuous PR activities</u></b>
<b>WP2.1</b>	<b>CONTINUOUS PR ACTIVITIES</b>
<b>Descrizione dell'attività</b>	<p>A complemento del grande sforzo di digital PR che sarà condotto attraverso i social network e che si rivolgerà ai consumatori, saranno condotte anche attività di PR più tradizionali, rivolte ai media attraverso il coinvolgimento di riviste, giornalisti e una rete di blogger enogastronomici. L'obiettivo di questa azione è quello di aumentare il più possibile la diffusione del messaggio attraverso articoli e recensioni non pagate. Obiettivo finale di questa attività informativa è raggiungere il target dei consumatori "informati" e quello dei professionisti della ristorazione e del commercio. Individuazione e gestione delle opportunità editoriali, gestione delle richieste di stampa, follow-up continuo e reporting dei ritagli media, creazione di contenuti e pitching di prodotti alimentari biologici e lifestyle oriented. Creazione e lancio di contenuti verso riviste specializzate su alimenti biologici e lifestyle durante tutto l'anno (con particolare attenzione ai media online).</p> <p>Nella presente attività è da intendersi ricompresa la realizzazione delle seguenti attività:</p> <p>ITALIA: realizzazione di 18 comunicati stampa e traduzione; media relation e PR, raccolta della rassegna stampa e traduzione nelle due lingue del progetto; media relation e PR, raccolta della rassegna stampa</p>





<b>Indicatori di realizzazione</b>	Realizzazione di n. 15 comunicati stampa
<b>Bilancio LOTTO 1</b>	<b>ANNO 3: € 39.750,00 +IVA</b>

<b>LOTTO 2</b>	<b>Conferenze stampa “Festa del Bio”</b>
<b>WP2.2</b>	<b>PRESS EVENTS</b>
<b>Descrizione dell'attività</b>	<p>Le conferenze stampa sono un'importante occasione di accreditamento del progetto nei confronti della stampa, delle istituzioni e degli opinion leaders e consentono la disseminazione dei messaggi veicolati dal progetto e dei suoi risultati.</p> <p>Nella presente attività è da intendersi ricompresa la realizzazione delle conferenze stampa seguenti:</p> <p>organizzazione di n. 3 conferenze stampa di lancio degli eventi “Festa del Bio” in programma a Milano, Bologna e Roma.</p> <p>Le attività da espletare saranno le seguenti: pianificazione, coordinamento, ingaggio dei relatori/moderatori e di almeno 20 giornalisti, bloggers e opinion leaders esperti di food e lifestyle bio e realizzazione della conferenza stampa.</p>
<b>Indicatori di realizzazione</b>	Realizzazione di n. 3 conferenze stampa in Italia
<b>Bilancio LOTTO 2</b>	<b>ANNO 3: € 31.260,00 +IVA</b>

<b>LOTTO 3</b>	<b>Conferenza stampa “Cambia la Terra”</b>
<b>WP2.2</b>	<b>PRESS EVENTS</b>
<b>Descrizione dell'attività</b>	<p>Le conferenze stampa sono un'importante occasione di accreditamento del progetto nei confronti della stampa, delle istituzioni e degli opinion leaders e consentono la disseminazione dei messaggi veicolati dal progetto e dei suoi risultati.</p> <p>Nella presente attività è da intendersi ricompresa la realizzazione delle conferenze stampa seguenti:</p> <p>organizzazione di n. 1 conferenza stampa nell'ambito delle iniziative “Cambia la Terra/FederBio”.</p>



	Le attività da espletare saranno le seguenti: pianificazione, coordinamento, ingaggio dei relatori/moderatori e di almeno 20 giornalisti, bloggers e opinion leaders esperti di food e lifestyle bio e realizzazione della conferenza stampa.
<b>Indicatori di realizzazione</b>	Realizzazione di n. 1 conferenza stampa in Italia
<b>Bilancio LOTTO 3</b>	<b>ANNO 3: € 10.220,00 +IVA</b>

## 5. PROCEDURA PER LA SELEZIONE DEI FORNITORI

### 5.1 REQUISITI PER LA PARTECIPAZIONE ALLA GARA

Gli operatori economici, stabiliti anche in altri Stati membri dell'Unione europea, possono partecipare a questa gara individualmente o avvalendosi di altri soggetti per dimostrare il possesso dei requisiti economici, finanziari, tecnici e professionali.

In ogni caso, un singolo operatore economico non è autorizzato a partecipare a più di una gara, con una sanzione di esclusione di tutte le offerte a cui partecipa.

Gli operatori economici, **a pena di esclusione**, devono soddisfare i requisiti di cui ai seguenti capi.

#### 5.1.1 **Requisiti di ammissibilità**

Iscrizione all'albo tenuto dalla Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura per attività coerenti con quelle oggetto della presente procedura di gara (da autenticare da copia dell'iscrizione camerale).

Gli operatori economici non con sede in Italia ma in un altro Stato membro dell'UE o dello Spazio economico europeo (SEE) o in paesi terzi che hanno firmato l'accordo sugli appalti pubblici dell'Organizzazione mondiale del commercio, devono presentare una dichiarazione giurata o una dichiarazione giurata (o un documento equivalente secondo le procedure in vigore nello Stato in cui è stabilito l'operatore economico).

#### 5.1.2 **Inesistenza di cause di esclusione dalla partecipazione alla Gara**

La partecipazione a questa procedura di gara è riservata agli operatori economici che, alla data di presentazione dell'offerta, dichiarano che non sussistono motivi di esclusione ai sensi della Direttiva 2014/24/UE, né motivi di esclusione connessi a:

- alle condanne penali;
- il pagamento di imposte o contributi previdenziali;
- insolvenza, conflitto di interessi o reati professionali.

L'inesistenza di tali motivi di esclusione deve essere certificata attraverso la dichiarazione allegata (Allegato A), firmata dal legale rappresentante.



### 5.1.3 Requisiti di capacità economica e finanziaria

L'operatore economico che intende partecipare alla presente offerta di selezione deve soddisfare il seguente requisito:

- nell'ultimo triennio utile avere realizzato un fatturato annuo complessivo non inferiore a 100.000,00 euro, IVA esclusa, derivante da dichiarazioni IVA o imposte equivalenti nell'UE.

Il possesso del requisito sopra indicato dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato A), firmata dallegale rappresentante.

Nel caso in cui un singolo operatore economico formi un partenariato/consorzio con altri operatori economici impegnati in servizi connessi a servizi di promozione, pubblicità e marketing e/o servizi di consulenza e che operano legalmente in Italia o in un altro Stato membro dell'UE o dello Spazio economico europeo (SEE) o in paesi terzi che hanno firmato l'accordo sugli appalti pubblici dell'Organizzazione mondiale del commercio per presentare un'offerta alla presente Gara, l'Allegato A e l'altra documentazione richiesta devono essere prodotti anche dalla società o dalle società ausiliarie.

### 5.1.4 Requisiti di capacità tecnica e professionale

Gli operatori economici che intendono partecipare alla presente gara d'appalto devono - in qualità di prestatore di servizi - aver effettuato negli ultimi tre anni (2021-2022-2023) servizi analoghi a quelli oggetto del presente capitolato d'onori.

È obbligatorio allegare una dichiarazione relativa ai principali servizi analoghi a quelli oggetto della presente gara, effettuata negli ultimi tre anni (2021-2022-2023) con l'indicazione delle rispettive durate, destinatari pubblici o privati.

## 5.2 CRITERI DI AGGIUDICAZIONE

L'appalto sarà aggiudicato con il criterio del miglior rapporto qualità-prezzo tenendo conto dell'offerta tecnica e dell'offerta economica.

In presenza di una sola offerta valida, l'amministrazione aggiudicatrice ha il diritto di procedere o meno all'aggiudicazione dell'appalto.

Gli aspetti qualitativi del servizio e il prezzo sono presi in considerazione congiuntamente, pertanto i 100 punti totali

saranno valutati nelle seguenti proporzioni:

- OFFERTA TECNICA: MASSIMO 95 PUNTI
- OFFERTA ECONOMICA: MASSIMO 5 PUNTI

Per l'assegnazione del punteggio, i seguenti criteri sono stabiliti con i relativi sottocriteri:

Criteria di aggiudicazione	Sottocriteri	Punteggio massimo
<b>i - Qualità dell'azione</b>		
<b>1. STRUTTURA DELLE ATTIVITÀ</b>	a) modalità di realizzazione delle attività: descrizione delle modalità operative utilizzate per l'erogazione dei servizi in coerenza con le finalità e gli obiettivi di progetto	26
<b>2. PIANO D'AZIONE DETTAGLIATO /PIANO TEMPORALE</b>	a) Realismo ed efficienza dei risultati proposti e dei tempi delle attività	12
<b>Punteggio massimo attribuibile</b>		<b>38</b>
<b>ii – Capacità operativa</b>	a) Esperienza nel ruolo di fornitore in progetti finanziati da fondi pubblici/Programmi europei	14
	b) Esperienza lavorativa per servizi svolti nella realizzazione di attività analoghe	18
<b>Punteggio massimo attribuibile</b>		<b>32</b>
<b>iii – Qualità del piano di costi</b>	a) Chiarezza espositiva del piano di costi dettagliato	25
<b>Punteggio massimo attribuibile</b>		<b>25</b>

Il Comitato di Selezione valuterà ogni offerta, assegnando per ogni criterio/sottocriterio un coefficiente qualitativo con valore variabile compreso tra zero e uno, assegnato a discrezione dei commissari secondo la seguente tabella:

- non trovato 0
- valutazione insignificante 0,1
- valutazione appena sufficiente 0,2
- valutazione sufficiente 0,3
- valutazione tra sufficiente / equo 0,4
- valutazione equa 0,5
- valutazione tra giusto/buono 0,6
- valutazione buona 0,7
- valutazione tra buono / eccellente 0,8
- valutazione eccellente 0,9
- valutazione eccellente 1

Al fine di attribuire punteggi alle offerte, il Comitato di Selezione si avvarrà della seguente formula:

$$V_{c(a)} = \sum_n \{ W_m * V_{(a) ii} \}$$

Dove:



- $V_c(a)$  = Valutazione complessiva dell'offerta
- $\sum n$  = Somma dei sottocriteri (n)
- $W_m$  = Punteggio massimo del sottocriterio
- $V(a)_{ii}$  = Coefficiente di qualità assegnato all'offerta (a) rispetto alla variabile requisito compresa tra 0 e 1.

I coefficienti  $V(a)_i$  sono determinati attraverso la media dei coefficienti qualitativi attribuiti discrezionalmente da ciascun membro del Comitato di Selezione.

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

Il Comitato di Selezione procederà successivamente all'esame dell'offerta economica e assegnerà punteggi in base a quanto dichiarato, fino ad un massimo di 5 punti, secondo la tabella sottostante:

<b>Criteri di aggiudicazione</b>	<b>Sottocriteri</b>	<b>Punteggio massimo</b>
<b>iv - Prezzo</b>	a) Ogni 0,5 punti percentuali di ribasso sull'importo totale del/dei lotto/i per i quali si presenta l'offerta: 0,5 punti (fino a un massimo di 5 punti)	5
<b>Punteggio massimo attribuibile</b>		<b>5</b>

Ai fini dell'attribuzione e del calcolo dei punteggi, tutti i valori non interi saranno approssimati fino alla prima cifra decimale.

Sulla base dei punteggi attribuiti a ciascuna offerta ricevuta, verrà stilata la classifica.

L'aggiudicazione sarà effettuata a favore del concorrente che ha presentato un'offerta che ha ottenuto il punteggio complessivo più alto (punteggio dell'offerta tecnica + punteggio dell'offerta economica).

L'Amministrazione Aggiudicatrice non è tenuta a corrispondere alcun compenso alle imprese concorrenti, per qualsiasi motivo o titolo, per le offerte presentate.

L'Amministrazione Aggiudicatrice procederà all'aggiudicazione anche nel caso in cui venga presentata una sola offerta valida, purché ritenuta opportuna dall'Amministrazione Aggiudicatrice. L'Amministrazione Aggiudicatrice non procederà all'aggiudicazione qualora nessuna offerta sia conveniente o idonea in relazione all'oggetto dell'appalto.

Nel caso in cui il contraente non si presenti alla stipula dell'appalto o in cui sia accertata la falsità delle dichiarazioni rese, l'Amministrazione Aggiudicatrice si riserva il diritto di assegnare l'incarico all'operatore economico successivamente inserito nella graduatoria, una volta effettuati i controlli di routine.



Sulla base dei punteggi attribuiti alle offerte, verrà stilata la graduatoria finale e verrà individuato l'aggiudicatario.

## 6. TERMINI PER L'INVIO DELL'OFFERTA

La documentazione può essere redatta in lingua italiana o inglese, e deve essere presentata **entro e non oltre il 08/05/2024 alle ore 12.00** in una delle due seguenti opzioni:

1. a mezzo corriere o raccomandata dell'offerta in formato cartaceo ed elettronico - su CD o chiavetta USB - da parte del partecipante alla gara

1. tramite posta elettronica certificata

Tutti i documenti devono essere debitamente firmati e timbrati.

In caso di presentazione dell'offerta in formato cartaceo, il pacchetto deve riportare la seguente dicitura: "NON APRIRE: CONTIENE OFFERTA PER LA REALIZZAZIONE DI ATTIVITÀ ALL'INTERNO DEL PROGETTO "ORGANIC FARMING IN EUROPE: A WAY OF "BEING"" – [NOME DELLA SOCIETÀ]"

In caso di invio tramite **posta elettronica (certificata)**, l'oggetto dovrà recare la seguente dicitura: " OFFERTA PER LA REALIZZAZIONE DI ATTIVITÀ ALL'INTERNO DEL PROGETTO "ORGANIC FARMING IN EUROPE: A WAY OF "BEING"" – [NOME DELLA SOCIETÀ]". I partecipanti alla gara possono inviare l'offerta tramite più di un messaggio di posta elettronica, se gli allegati superano la dimensione di 100 mb. Se è necessario inviare la domanda tramite più di un messaggio di posta elettronica (certificato), tutti i messaggi devono essere ricevuti entro e non oltre l'ora e la data di invio sopra indicate e l'oggetto della comunicazione, oltre a recare la dicitura di cui sopra, deve indicare il numero del messaggio sul numero totale di messaggi forniti (ad esempio "PARTE 1 DI 3", "PARTE 2 DI 3" e "PARTE 3 DI 3").

La consegna delle offerte, qualora per qualsiasi motivo non giungano a destinazione entro il suddetto termine perentorio, è a rischio esclusivo del mittente.

Indirizzo postale al quale devono essere inviate le proposte entro il suddetto termine:

**FEDERBIO - FEDERAZIONE ITALIANA AGRICOLTURA BIOLOGICA E BIODINAMICA (Coordinatore) con sede in Piazza dei Martiri n. 1 - 40121 Bologna (Italia)**

Indirizzo di posta elettronica certificata: **federbio@pec.it**

## 7. PROCEDURA DI PRESENTAZIONE DELLE OFFERTE

Gli operatori economici interessati a partecipare al bando di gara per la selezione dei fornitori devono, a pena di esclusione, inviare tutta la documentazione necessaria in un pacchetto contenente 3 buste:



**A) BUSTA A - DOCUMENTAZIONE AMMINISTRATIVA**, che deve contenere:

- 1) Allegato A compilato e firmato dal rappresentante legale;
2. Copia della Visura Camerale (gli offerenti non stabiliti in Italia ma in un altro Stato membro presentano una dichiarazione giurata o un documento equivalente secondo le procedure in vigore nello Stato in cui sono stabiliti);

**B) BUSTA B - OFFERTA TECNICA**, che deve contenere:

**1. PRESENTAZIONE DELL'OPERATORE ECONOMICO** partecipante al Bando in termini di: contatti, esperienza maturata nel settore della promozione/informazione su prodotti dell'agricoltura biologica, esperienza nella realizzazione di eventi, elaborazione di materiale promozionale/informativo.

**2. STRUTTURA DELLE ATTIVITÀ** - Descrizione delle modalità operative utilizzate per l'erogazione dei servizi e relativa coerenza con le finalità e gli obiettivi di progetto

**3. PIANO D'AZIONE DETTAGLIATO**

Descrizione dettagliata dei servizi offerti e delle attività (dettagliate per lotto, WP e relative attività) con un programma di implementazione specifico.

**4. CAPACITA' OPERATIVA** - Le esperienze specifiche maturate dal proponente devono essere descritte come segue:

a) Descrizione dell'esperienza nel ruolo di fornitore di Enti/Imprese/Organizzazioni nell'ambito di partecipazioni a progetti finanziati da fondi/Programmi pubblici (nell'ultimo triennio 2020-2021-2022) utilizzando il format seguente:

Denominazione Progetto	Durata del servizio (in mesi)	Denominazione Programma/Fondo finanziatore (*)	Committente	Paesi destinatari	Descrizione attività realizzate per il committente

(\*): indicare denominazione Programma/Fondo pubblico (EU, nazionale, regionale) di finanziamento e/o la norma di riferimento





b) Descrizione dell'esperienza lavorativa per servizi svolti nella realizzazione di attività analoghe (nell'ultimo triennio 2021-2022-2023) a quelle indicate nel/nei lotto/i per i quali si sta presentando l'offerta.

c) **BUSTA C - OFFERTA ECONOMICA**, che deve contenere:

L'operatore economico che parteciperà alla Gara deve fornire:

1. **Piano finanziario dettagliato** per ogni lotto/attività/iniziativa proposta

2. **Bilancio riepilogativo** con indicazione dell'eventuale ribasso %.

Gli operatori economici devono includere un'analisi dettagliata (ripartizione del bilancio) per ciascun lotto/WP/attività inclusa nel costo stabilito per ciascun lotto:

LOTTO 1: Continuous PR activities (WP2.1)

LOTTO 2: Conferenze stampa "Festa del Bio" (WP2.2)

LOTTO 3: Conferenza stampa "Cambia la Terra" (WP2.2)

I costi devono essere organizzati e presentati in una tabella (detta Piano Finanziario Dettagliato) che contenga la denominazione di ciascuna attività e le sue singole voci di costo.

*Tabella modello "Piano finanziario dettagliato"*

LOTTO/I	ATTIVITA'	DETTAGLIO COSTI	COSTO TOTALE
(esempio) 1 - Continuous PR activities)	(esempio) Realizzazione comunicati stampa (WP2.1)	(compilare) .....	€
		<b>TOTALE</b>	<b>€..... + IVA (sommatoria)</b>

È quindi necessario predisporre una tabella che riassume per anno i costi totali dei servizi proposti, suddivisi per il/i lotto/i per cui si sta presentando l'offerta e esplicitando l'eventuale ribasso % sul prezzo, come indicato nella tabella sottostante:

*Tabella modello "Bilancio riepilogativo"*

	<b>Anno 3</b>
(esempio) LOTTO 1	€ (importo come da capitolato)
(esempio) LOTTO 2	€ (importo come da capitolato)



	<i>capitolato)</i>
<b>Totale</b>	<b>€ ..... +IVA</b>
<b>Ribasso %</b>	<b>...%</b>
<b>Offerta economica</b>	<b>€ ..... +IVA</b>

Qualsiasi ulteriore servizio relativo al programma può essere descritto in dettaglio in questa sezione.

## 8. PROCEDURA DI VALUTAZIONE E COMITATO DI SELEZIONE

Il **Comitato di Selezione** sarà nominato ad hoc dopo la scadenza per la presentazione delle offerte. Il Comitato sarà nominato appositamente per la valutazione e la selezione delle offerte ricevute e composto da rappresentanti di FederBio. Si riunirà il giorno **10/05/2024** alle **ore 09.00** presso la sede di FederBio in Piazza Martiri della Libertà 1 – 40121 Bologna al fine di effettuare la procedura di valutazione. Il Comitato comincerà la procedura di selezione a partire dall'apertura della Busta A per definire l'ammissibilità dei proponenti, successivamente procederà in sessione privata alla valutazione delle proposte tecniche ed economiche (Busta B e C).

ELENCO DOCUMENTI DI GARA:

- CAPITOLATO TECNICO
- ALLEGATO A

Tutti i partecipanti saranno tempestivamente informati dell'esito della procedura di valutazione via e-mail. I risultati saranno pubblicati anche sul sito [www.federbio.it](http://www.federbio.it) **entro il 13/05/2024**

Ulteriori informazioni possono essere richieste ai seguenti indirizzi e-mail: [info@federbio.it](mailto:info@federbio.it)

## 9. OBBLIGHI DEL/DEGLI AGGIUDICATARIO/I

Di seguito è responsabilità dell'aggiudicatario:

1. Esecuzione dei Servizi oggetto del contratto, in piena e incondizionata accettazione del contenuto delle presenti Specifiche;



2. Rispetto di tutte le indicazioni contenute nel presente disciplinare, anche se non specificamente richiamate nel presente articolo, delle norme e dei regolamenti vigenti sia a livello nazionale che regionale, nonché di quelli che potranno essere emanati durante il periodo contrattuale (ivi compresi i regolamenti e le ordinanze comunali), con particolare riguardo a quelli relativi all'igiene e alla sicurezza e comunque relativi all'oggetto del contratto.

## **10. RELAZIONI TRA IL/I AGGIUDICATARIO/I E L'AMMINISTRAZIONEAGGIUDICATRICE**

L'aggiudicatario dovrà individuare un referente responsabile del servizio che avrà l'obbligo di collaborare strettamente con il Comitato Direttivo del progetto nella realizzazione del Servizio oggetto del contratto, nonché nella risoluzione operativa di problemi relativi a particolari esigenze delle attività.

## **11. DECADENZA E REVOCA DEL CONTRATTO**

L'aggiudicatario può essere dichiarato incamerato dall'appalto nei seguenti casi:

- per inadempimento di obblighi contrattuali o di legge, in materia di stipendi, liquidazioni o trattamenti previdenziali e assicurativi a favore del personale della società aggiudicataria;
- per manifesto inadempimento degli impegni assunti con il contratto;
- per il mancato rispetto delle linee guida di progetto presentate e di eventuali ulteriori indicazioni in merito alla qualità del servizio;
- Per il mancato rispetto di questo capitolato tecnico

## **12. RISOLUZIONE UNILATERALE DEL CONTRATTO**

FederBio ha la facoltà di verificare e verificare la buona attuazione del servizio con il supporto di agenti scelti a sua discrezione. In caso di risoluzione del contratto, l'aggiudicatario si impegna in ogni caso a proseguire l'incarico, alle medesime condizioni, per un massimo di tre mesi. FederBio sostituirà l'offerente con i successivi candidati nella graduatoria della gara.

## **13. CONTENZIOSO**

Per la risoluzione di tutte le controversie che dovessero insorgere nell'esecuzione del servizio, che non possono essere definite brevemente dalle parti contraenti, il foro competente è quello di Bologna (Italia).



## 14. PROPRIETÀ E DIRITTI D'USO

I diritti di proprietà e/o di utilizzo e di sfruttamento economico dei risultati, predisposti o creati dall'aggiudicatario o dai suoi dipendenti e collaboratori nell'ambito o in occasione dell'esecuzione del servizio, rimarranno di proprietà esclusiva dell'Amministrazione Aggiudicatrice FederBio di cui potrà, pertanto, disporre senza alcuna restrizione la pubblicazione, diffusione, utilizzo, duplicazione di tali opere intellettuali o materiali, salvo quanto previsto dal diritto dell'Unione Europea.

Tali diritti, ai sensi della Legge n. 633/41 "Tutela del diritto d'autore e degli altri diritti concessi al suo esercizio" come modificata e integrata dalla Legge 248/00, devono intendersi trasferiti, acquisiti e concessi in licenza in modo perpetuo, illimitato e irrevocabile. L'aggiudicatario si impegna a consegnare tutti i prodotti in un formato aperto e modificabile e si impegna espressamente a fornire a FederBio in qualità di Amministrazione Aggiudicatrice, tutta la documentazione e il materiale necessari per l'effettivo sfruttamento dei diritti di proprietà esclusiva, nonché a firmare tutti i documenti necessari per l'eventuale trascrizione di tali diritti a favore di FederBio in eventuali registri o elenchi pubblici.

## 15. TRATTAMENTO DEI DATI

Ai sensi del D.Lgs. 196/2003 e del Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 contenente il Regolamento Europeo sulla Protezione dei Dati (di seguito anche "GDPR"), La informiamo che I datiraccolti sono destinati alla scelta del contraente e il loro conferimento è facoltativo, fermo restando che l'offerente che intende partecipare alla procedura o aggiudicarsi l'appalto deve fornire all'ente aggiudicatore la documentazione prevista dalla normativa vigente. I diritti dell'interessato sono quelli previsti dall'articolo 13 della citata legge. Tali diritti possono essere esercitati ai sensi e per gli effetti del D.Lgs. 196/2003 e gdpr.

In particolare, per quanto riguarda la procedura stabilita dalla presente offerta:

- a) le finalità per le quali sono conservati i dati raccolti riguardano la verifica della capacità dei concorrenti di partecipare alla gara in oggetto;
- b) i dati forniti saranno raccolti, registrati, organizzati e conservati per le finalità di gestione della gara e saranno trattati, sia su supporto cartaceo che magnetico, anche successivamente all'eventuale instaurazione del rapporto contrattuale, per le finalità del rapporto stesso;
- c) il conferimento dei dati richiesti costituisce un onere a pena di esclusione dalla gara;
- d) i soggetti o le categorie di soggetti ai quali i dati possono essere comunicati sono: 1) il personale dell'ente aggiudicatore; 2) gli offerenti partecipanti alla gara;
- e) i diritti dell'interessato sono quelli di cui all'art.7, del D.Lgs. n. 196/2003 e successive modifiche e articoli da 15 a 22 del GDPR, a cui si rinvia;
- f) il soggetto attivo della raccolta è l'amministrazione aggiudicatrice e il responsabile è il legale rappresentante.



Il titolare del trattamento è FederBio nella figura del legale rappresentante ai sensi dell'art.28 del Regolamento Europeo sulla Protezione dei Dati ("GDPR") e dell'art. 29 del D.Lgs. n. 196/2003, nonché della normativa italiana per l'adeguamento al GDPR.

Per ogni ulteriore aspetto al riguardo, è possibile fare riferimento all'"Informativa sul trattamento dei dati personali al cliente" di FederBio e indirizzate a FederBio Piazza Martiri della Libertà 1 – 40121 Bologna per lettera, o via e-mail all'indirizzo e-mail certificato: [federbio@pec.it](mailto:federbio@pec.it) o standard: [info@federbio.it](mailto:info@federbio.it)

### **Unico responsabile della procedura**

Responsabile unico del procedimento è il Legale Rappresentante.

Bologna, 19/04/2024