

**CAPITOLATO TECNICO E PROCEDURA DI SELEZIONE
DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI
PRODOTTI AGRICOLI NEI PAESI TERZI**

*Approvato dal Consiglio di Amministrazione del Consorzio di Tutela Barolo Barbaresco Langhe e Dogliani
con Deliberazione del 29 ottobre 2019*

1 Premessa ed informazioni preliminari

Consorzio di Tutela Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani (di seguito Organismo appaltante), con sede in Corso Enotria, 2/c - Ampelion - 12051 Alba (CN) - ITALIA, P. IVA 02410110049 e C.F. 90021400040, in qualità di Organismo capofila del raggruppamento proponente il **Programma triennale (2020 – 2021-2022)**, d'informazione e promozione cofinanziato dalla Commissione Europea ai sensi del Regolamento UE n. 1144/2014 del Parlamento Europeo e del Consiglio – Call for proposal 2019 Simple programmes - **denominato** “TOP TALES – TOP Typical Agri- food: a Longtime European Story” (acronimo “**TOP TALES**”),

INDICE

ai sensi degli articoli di riferimento del Reg. (UE) n. 1144/2014, del Reg. delegato (UE) n. 2015/1829, del Reg. di esecuzione (UE) n. 2015/1831, un **bando di gara per la selezione, mediante Procedura Competitiva Aperta, di un organismo di esecuzione** incaricato della realizzazione delle azioni (attività/iniziative) rivolte al raggiungimento degli obiettivi previsti nell'ambito del **Programma triennale (2020 – 2022) denominato** “TOP TALES – TOP Typical Agri- food: a Longtime European Story” (acronimo “**TOP TALES**”) che si svolgerà nei seguenti Paesi Terzi: USA e Cina e riguarderà i seguenti prodotti a denominazione comunitaria:

Codice riconoscimento prodotto d'origine – Numero fascicolo	Prodotto
PDO-IT-A1389	Barolo DOCG
PDO-IT-A1399	Barbaresco DOCG
IT/PDO/0017/0008	Fontina DOP
IT/PDO/0017/0002	Riso di Baraggia Biellese e Vercellese DOP

Gli operatori economici in possesso dei requisiti indicati nei Regolamenti UE sopra menzionati, così come specificati nei paragrafi seguenti, sono invitati a presentare un'offerta sulla base delle indicazioni descritte nel presente documento al paragrafo 3. "Capitolato tecnico".

1.1 Quadro normativo di riferimento

Il quadro dei riferimenti normativi essenziali ai fini dell'esecuzione del Programma e della presente procedura comprende:

- **Regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 22 ottobre 2014**, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi e che abroga il regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio;
- **Regolamento delegato (UE) 2015/1829 della Commissione, del 23 aprile 2015**, che integra il regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi;
- **Regolamento di esecuzione (UE) 2015/1831 della Commissione, del 7 ottobre 2015**, recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi.
- **Orientamenti sulla procedura di gara** di cui alla nota della Commissione europea DDG1.B5/MJ/DB D(2016)321077 del 7 luglio 2016;
- **Decreto del Direttore Generale** del Dipartimento delle politiche competitive, della qualità agroalimentare, ippiche e della pesca, Direzione generale per la promozione della qualità agroalimentare e dell'ippica PQAI V del Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali (DG PQAI - PQAI 05 - Prot. Uscita N.0014513 del 01/03/2019).

In relazione a ciò ed in attuazione dei Regolamenti UE n.1144/2014, n. 2015/1829 e n. 2015/1831, l'organizzazione capofila ha il compito di selezionare un Organismo di Esecuzione per la realizzazione del Programma/progetto presentato sul Bando "Call for proposals for simple programmes 2019 – Promotion of agricultural products" e denominato "TOP TALES – TOP Typical Agri- food: a Longtime European Story " (acronimo "TOP TALES").

Il Consorzio di Tutela Barolo Barbaresco Langhe e Dogliani **non è un organismo di diritto pubblico** ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 1, punto 4, della Direttiva 2014/24/UE e, pertanto, come indicato nella normativa sopra citata, non è tenuto ad applicare le norme nazionali che recepiscono le Direttive europee sugli appalti pubblici (in Italia il Decreto Legislativo 50/2016). Il Consorzio deve però effettuare la selezione degli Organismi di esecuzione attraverso una procedura di gara aperta nel rispetto dei principi di interesse transfrontaliero, di non discriminazione, trasparenza, pubblicità, imparzialità, parità di trattamento dei candidati, chiarezza e coerenza dei criteri di selezione e di aggiudicazione, nonché delle condizioni indicate nei predetti Orientamenti della Commissione europea e all'articolo 2 del sopra citato Decreto del Direttore Generale del 01/03/2019.

La Direttiva 2014/24/UE e il Decreto Legislativo 50/2016 saranno, pertanto, applicati solo se e nella misura in cui siano espressamente richiamati nei documenti di gara (bando e capitolato tecnico e relativi allegati).

La procedura competitiva garantirà in ogni caso il rispetto dei principi di non discriminazione, parità di trattamento, trasparenza, pubblicità, proporzionalità, chiarezza e coerenza dei criteri di selezione e di aggiudicazione previsti con le finalità delle prestazioni richieste e con il valore delle medesime, miglior rapporto qualità-prezzo e assenza di conflitti d'interessi.

La presente procedura non prevede un'articolazione in lotti, in quanto risulta più efficiente ed efficace per l'esecuzione del servizio, l'individuazione di un unico appaltatore, che possa svolgere tutte le attività previste dal Programma in oggetto.

Infatti, i pacchetti di lavoro e le relative attività sono strettamente connesse tra di loro e da realizzarsi secondo una sequenza logica e funzionale che può essere ottimizzata solo avendo un unico appaltatore, il quale deve assicurare il coordinamento e l'integrazione del gruppo di lavoro e delle diverse professionalità necessarie e coinvolte nella realizzazione del servizio.

2. Informazioni principali di progetto

Titolo e descrizione del progetto: il progetto "TOP TALES – TOP Typical Agri- food: a Longtime European Story " (acronimo "TOP TALES") risponde al tema n. 5 (Programmi di informazione e promozione destinati ad altre zone geografiche) dell'invito.

Prodotti oggetto di promozione:

Codice riconoscimento prodotto d'origine – Numero fascicolo	Prodotto
PDO-IT-A1389	Barolo DOCG
PDO-IT-A1399	Barbaresco DOCG
IT/PDO/0017/0008	Fontina DOP
IT/PDO/0017/0002	Riso di Baraggia Biellese e Vercellese DOP

Organismo appaltante: Consorzio di Tutela Barolo Barbaresco Langhe e Dogliani (in qualità di organizzazione capofila del partenariato di progetto composto dallo stesso Ente, dal Consorzio Produttori e Tutela della DOP Fontina e dal Consorzio di Tutela della DOP Riso di Baraggia Biellese e Vercellese).

Paesi target: Usa e Cina.

Obiettivo generale: rafforzare la competitività, la riconoscibilità e il consumo dei prodotti agroalimentari europei di qualità sui mercati USA e Cina.

Obiettivi specifici:

- Aumentare la competitività dei prodotti di qualità oggetto della proposta attraverso azioni volte ad affrontare la concorrenza dei vini rossi del nuovo mondo e favorendo l'ingresso dei prodotti food oggetto di progetto soprattutto nel canale Ho.Re.Ca (in particolare nel segmento dei ristoranti italiani e internazionali di qualità).
- Aumentare la riconoscibilità delle DOP europee da parte di consumatori finali di fascia medio-alta raggiunti dal piano media triennale e da parte degli operatori del settore Ho.Re.Ca e press attraverso azioni di informazione e promozione specifiche basate sul racconto tecnico, storico ed esperienziale dei prodotti.
- Aumentare il consumo dei prodotti oggetto di progetto attraverso l'inserimento sul canale Ho.Re.Ca in particolare catene di ristoranti di qualità. In particolare, viene fissato un obiettivo target corrispondente a un aumento dell'export da 1-3 punti percentuali nei tre anni di progetto.

Pacchetti di lavoro ed attività che verranno realizzate:

- WP2 – Pubbliche relazioni
- WP3 – Web site, Social media
- WP4 – Advertising
- WP5 – Communication tools
- WP6 – Eventi
- WP8 – Altre attività.

Durata del Programma: 36 mesi (3 fasi annuali)

Budget dei costi delle azioni in capo all'Organismo esecutore: € 2.096.730,00 oltre IVA ai sensi di legge.

PAESE TARGET	BUDGET A GARA
USA	€ 1.306.923,00
CINA	€ 789.807,00

Inizio dell'attività: 01 Febbraio 2020.

Si precisa che i soggetti interessati a partecipare al presente bando di gara dovranno presentare un'offerta prendendo in considerazione il budget complessivo pari a € 2.096.730,00 IVA esclusa, comprensivo dei costi e del compenso dell'organismo di esecuzione (onorario dell'operatore economico).

CAPITOLATO TECNICO

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 delle attività promozionali previste per il 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 sopra riportati e alla Strategia di comunicazione (riportata nell'Allegato 1), tenendo in considerazione le Priorità e gli obiettivi del Reg. UE 1144/2014, 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 appaltante.

È previsto che uno o più componenti del Gruppo di lavoro siano disponibili per riunioni di monitoraggio mensili presso la sede dell'organismo appaltante, 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 appaltante può prevedere, inoltre, modalità differenti e articolate: riunioni, contatti telefonici, videochiamate, corrispondenza via email, 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 ai 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 particolare in questi settori: project management, team working, comunicazione, grafica, eventi, conoscenza ed esperienza di attività svolte in relazione ai mercati dei Paesi target.

L'organismo di esecuzione, per la durata del contratto, si impegna a:

- a) 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;
- b) concordare e condividere tutte le attività del team con il soggetto appaltante;
- c) 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;
- d) 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;
- e) rispettare, nei confronti del proprio personale, i contratti di lavoro relativi al trattamento salariale, normativo, previdenziale ed assicurativo;
- f) 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;
- g) predisporre tutti i possibili mezzi di comunicazione che possano semplificare il coordinamento, monitoraggio e controllo del Programma.

4 Durata del servizio

Il servizio ha la durata di 36 mesi, decorrenti dalla data di stipula del contratto di appalto, che verrà stipulato tra il committente e l'aggiudicatario entro 60 giorni dall'aggiudicazione ed avrà per oggetto lo svolgimento delle attività indicate nel presente bando alle condizioni ivi riportate.

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

5 Tipologia di attività e iniziative previste dal Programma

Le attività e le iniziative ammissibili, nell'ambito del Programma presentato dal Consorzio di Tutela Barolo Barbaresco Alba Langhe Dogliani 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) e sono le seguenti:

- WP2 – Pubbliche relazioni
- WP3 – Web site, Social media
- WP4 – Advertising
- WP5 – Communication tools
- WP6 – Eventi
- WP8 – Altre attività.

Si riportano di seguito le descrizioni delle attività e gli output previsti e le relative tempistiche di esecuzione.

WP2 - Pubbliche relazioni		
Attività continuativa di Pubbliche relazioni		
<p>Obiettivo principale dell'azione in questione è rafforzare la riconoscibilità delle DOP in oggetto nelle aree target focalizzando il messaggio sulla qualità e sul logo comunitario, raccontando, delle TOP TALES! L'attività di comunicazione tramite ufficio stampa dedicato, sarà quindi basata sulle parole chiave condivise ed arricchita di tutti gli spunti notiziabili. Su ogni mercato target ci sarà un P.R. senior locale che affiancherà il lavoro annuale dell'agenzia di comunicazione selezionata. Queste figure avranno un ruolo chiave anche nell'organizzazione di incontri one to one con gli influencer del settore e con i giornalisti, durante i quali saranno veicolati gli obiettivi della campagna. Si precisa che l'evento iniziale organizzato ad avvio di ogni annualità offrirà elementi e contenuti comunicativi che avranno diffusione nei mesi successive attraverso l'attività di ufficio stampa e PR.</p> <p>L'attività di pubbliche relazioni sarà rivolta a:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ consumatori finali attraverso il coinvolgimento dei media tradizionali e soprattutto dei blogger e influencer che si occupano del settore vino, gastronomia, viaggi e lifestyle ✓ giornalisti, influencers, bloggers... ✓ operatori del settore Ho.re.ca in particolare sommelier e chef delle più importanti catene di ristorazione internazionali <p>Le principali attività per la costruzione di un rapporto continuativo e duraturo con la stampa che verranno attivate sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Creazione data-base: contatti stampa off-line e on-line che comprenderà per ognuno dei due paesi target corrispondenti delle principali riviste internazionali di settore wine&food, life-style, turismo, stampa generalista nazionale e locale, bloggers, key opinion leader ✓ Stesura press kit: lingua inglese e cinese che conterrà tutte le principali informazioni di progetto, attività, archivio immagini, video etc... ✓ Redazione e invio comunicati stampa: strumento primario per informare le redazioni dei media sulle attività di progetto ✓ Realizzazione rassegna stampa: una per annualità ✓ Lavoro di PR on e offline sia durante gli eventi, sia sui diversi canali di comunicazione ✓ Implementazione contenuti sito internet di progetto e canali social <p>Nell'attività di P.R. intervengono, inoltre testimonial scelti tra "chef" rinomati a livello internazionale che "racconteranno" le DOP con le loro professionalità attraverso abbinamenti e ricette nuove, intervenendo nella predisposizione del materiale informativo e pubbliredazionali (abbinamenti, ricette) nonché nel corso dei main events annuali previsti</p>		
YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
Data-base con 1000 contatti USA e 1000 contatti CINA Layout grafico di progetto Piano editoriale annuale N° 2 press Kit 25 comunicati stampa USA PR continuativo e con testimonial chef 2 report (6°-12° mese) Rassegna stampa annuale Invio periodico di gift box	N° 2 press Kit 25 comunicati stampa CINA Piano editoriale annuale PR continuativo PR collaborazione con testimonial chef 2 report (6°-12° mese) Rassegna stampa annuale Invio periodico di gift box	N° 2 press Kit 20 comunicati stampa CINA 20 comunicati stampa USA Piano editoriale annuale PR continuativo PR collaborazione con testimonial chef 2 report (6°-12° mese) Rassegna stampa annuale Invio periodico di gift box
BUDGET USA € 111.180,00 BUDGET CINA € 74.120,00	BUDGET USA € 105.180,00 BUDGET CINA € 70.120,00	BUDGET USA € 105.180,00 BUDGET CINA € 70.120,00

WP3 - Web site, social media		
Comunicazione on line		
<p>Attività continuativa che, al pari dell'ufficio stampa permanente, punta a mantenere elevato il grado di interesse e di coinvolgimento dei consumatori anche nei periodi in cui non vengono realizzati eventi sui mercati dei Paesi target. Contestualmente all'avvio del progetto si prevede la realizzazione del sito web dedicato. Il sito web presenta i soggetti proponenti e "racconta" i prodotti DOP oggetto del progetto evidenziando il valore qualitativo e la sicurezza garantito dal marchio DOP attraverso l'illustrazione delle caratteristiche tecnico organolettiche, dei i metodi di produzione, della storia e tradizione produttiva nonché del territorio di origine. Il sito web, nella sezione news, sarà anche uno strumento utile per divulgare gli eventi in programma nonché il materiale informativo prodotto e le ricette proposte dagli chef testimonial che verranno selezionati. Si prevede inoltre una sezione dedicata alla stampa ove verranno resi disponibili i dati, il materiale informativo e video fotografico utile per la redazione e pubblicazione di servizi editoriali. Al sito web verranno affiancati i canali social più idonei (in primis Facebook e Instagram per l'area USA, Wechat e/o Weibo per la Cina). I canali di social media esprimono il miglior rapporto qualità-prezzo, poiché raggiungono un pubblico elevato con costi limitati. I messaggi trasmessi esprimeranno diverse specifiche del messaggio comune dell'Unione, come descritto nella precedente sezione 4. Saranno comunicati l'esclusività e l'unicità dei vini e dei prodotti alimentari DOP, sia in termini di qualità che di lifestyle e la "storia" dietro tali produzioni, per aumentare la consapevolezza e il riconoscimento delle etichette DOP. Al fine di aumentare la condivisione dei post verranno stabilite collaborazioni con media digitali, influencer, blogger attivi sul vino, gastronomia, viaggi e life style, per creare contenuti innovativi e originali in vari formati (articoli, video e / o tutorial, infografiche e altro) da pubblicare attraverso le loro piattaforme digitali. I principali strumenti di comunicazione, adattati alle specifiche di ciascuna piattaforma, comprenderanno suggerimenti di abbinamento, ricette curiosità, consigli sulle modalità di conservazione e consumo.</p>		
YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
1 sito internet e software gestionale 2 profili social attivi	1 sito internet e software gestionale 3 profili social attivi	1 sito internet e software gestionale 3 profili social attivi
BUDGET USA €. 34.800,00 BUDGET CINA €. 23.200,00	BUDGET USA €. 28.860,00 BUDGET CINA €. 19.240,00	BUDGET USA €. 28.860,00 BUDGET CINA €. 19.240,00

WP4 - Advertising		
Pubblicità		
<p>Le campagne ADV verranno guidate dalla strategia di progetto e dal lavoro di ufficio stampa e PR, sono il risultato di un percorso strategico e operativo che mette al primo posto la coerenza con l'identità del messaggio che si vuole trasmettere e con il prodotto. Saranno realizzate sia con l'acquisto di spazi pubblicitari e/o publiredazionali sia social ADV. Le immagini di visual storytelling dei prodotti saranno collegate alle campagne social per migliorare il livello di consapevolezza e riconoscimento degli stessi.</p> <p>Le campagne di advertising verranno realizzate sui seguenti canali:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Stampa di settore wine&food in concomitanza con gli eventi ✓ Stampa generalista life-style turismo tutta la durata del progetto ✓ Social advertising tutta la durata del progetto 		
YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
1 campagna ADV su canali social di progetto e siti di settore 1 Publiredazionali su riviste di settore 6 uscite pubblicitarie/publiredazionali su stampa generalista	1 campagna ADV su canali social di progetto e siti di settore 2 Publiredazionali su riviste di settore 6 uscite pubblicitarie/publiredazionali su stampa generalista	1 campagna ADV su canali social di progetto e siti di settore 2 Publiredazionali su riviste di settore 6 uscite pubblicitarie/publiredazionali su stampa generalista
BUDGET USA € 45.0000,00 BUDGET CINA € 30.000,00	BUDGET USA € 45.0000,00 BUDGET CINA € 30.000,00	BUDGET USA € 45.0000,00 BUDGET CINA € 30.000,00

WP5 - Communication tools

5A Publications, media kit, promotional merchadise

Il materiale promozionale è un supporto fondamentale per tutte le attività pianificate ed in particolare per quelle a più diretto contatto con i consumatori finali. Il materiale promozionale includerà folder informativi e gadgets:

Folder informativo: distribuito ai partecipanti nel corso degli eventi, affronterà i messaggi chiave del progetto:

- Presentazione dei sistemi di qualità certificata;
- Rispetto delle politiche UE in termini di qualità, tracciabilità, sostenibilità, sicurezza ambientale, autenticità, rispetto per l'ambiente;
- Presentazione delle produzioni e delle organizzazioni proponenti;
- Presentazione del territorio di riferimento;

Nella realizzazione del folder verranno utilizzate modalità innovative di marketing emozionale, quali ad esempio:

- Selezione di immagini evocative;
- Accostamento di testi presi da opere letterarie o testimonianze storiche collegate ai prodotti o al territorio.

Ricettario: il ricettario conterrà le ricette ed i suggerimenti di consumo ed abbinamento frutto del coinvolgimento degli chef testimonial. Il ricettario verrà prodotto in formato cartaceo per essere distribuito agli operatori, giornalisti e personalità e opinion leader in occasione degli eventi nonché in formato digitale scaricabile, gratuitamente, dal sito web e/o dalle principali piattaforme on line.

Leaflet: supporto infografico di facile divulgazione ed a basso costo. Il leaflet verrà distribuito nel corso degli eventi, in particolare gli eventi fieristici, nonché ai ristoranti che, in seguito agli eventi e/o alle attività di PR condotte, proporranno nel proprio menu entrèe e/o pietanze realizzate con i prodotti DOP oggetto del progetto. Il leaflet conterrà un QRcode attraverso il quale il consumatore che avrà avuto l'occasione di assaggiare i prodotti DOP proposti sarà indirizzato al sito web del progetto e potrà scaricare gratuitamente il ricettario.

Roll Up, Banner e poster: I roll up ed i banner con l'azione ed i loghi UE della campagna saranno prodotti nell'anno 1 e comunicheranno il claim della campagna ed il sostegno finanziario dell'UE durante tutte le attività pianificate.

Giftbox: confezione speciale in legno o altro materiale per magnum e/o bottiglie istituzionali di Barolo DOCG e Barbaresco DOCG e prodotti food di progetto da omaggiare agli operatori, giornalisti e personalità e opinion leader in occasione dei main events

Merchandise: (shopping bags, pendrive, bottle opener...): gadget di uso comune per mantenere il coinvolgimento del pubblico

YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
1.000 ricettari stampati format digistale scaricabile da web 1.000 foder stampati + format digitali 4 Roll-up di progetto 2 Banner e poster 1.500 Wine bag 1.000 Pendrive 1.000 Giftbox Merchandise food	1.000 ricettari stampati format digistale scaricabile da web 1.000 foder stampati + format digitali 4 Roll-up di progetto 2 Banner e poster 1.500 Wine bag 1.000 Pendrive 1.000 Giftbox Merchandise food	1.000 ricettari stampati format digistale scaricabile da web 1.000 foder stampati + format digitali 4 Roll-up di progetto 2 Banner e poster 1.500 Wine bag 1.000 Pendrive 1.000 Giftbox Merchandise food

5B Promotional Videos

Questa è un'attività preliminare, propedeutica a tutte le attività proposte. Questo video verrà utilizzato e mostrato durante la realizzazione degli eventi a progetto, nonché on-line su sito web e canali social media. Un video emozionale trasmetterà i messaggi principali dell'azione in un modo diverso e innovative, verranno riprese le tecniche ancora artigianali di produzione del Barolo e Barbaresco dalla vigna fino alla bottiglia, la produzione in la peggio della Fontina con I pascoli, mungitura, lavorazione e stagionatura, il lavoro nelle risaie del Baraggia. I contenuti informativi saranno presentati attraverso immagini, suoni e colori

appositamente selezionati per coinvolgere il pubblico, educarlo e contribuire alla crescita della consapevolezza del logo e dei prodotti DOP. Sarà prodotto un video nell'anno 1, tradotto nelle diverse lingue dei mercati di destinazione.

YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
1 video		
BUDGET USA €. 37.788,00 BUDGET CINA €. 25.512,00	BUDGET USA €. 16.080,00 BUDGET CINA €. 10.720,00	BUDGET USA €. 16.080,00 BUDGET CINA €. 10.720,00

WP6 - EVENTI		
6A Stands at trade fairs		
<p>SUMMER FANCY FOODS - New York 2020 Il Summer Fancy Food Show è il più grande evento fieristico nordamericano dedicato esclusivamente alle specialità alimentari e bevande, con oltre 200.000 prodotti alimentari in esposizione. Giunta alla 65 ° edizione nel 2019 ha visto la partecipazione di oltre 2.600 espositori, con rappresentanze provenienti da 54 paesi in tutto il mondo. Il progetto prevede la partecipazione congiunta all'evento dei beneficiari con una partecipazione diretta dei rappresentanti del food di qualità che avranno in stand anche il barolo e il barbaresco. Lo stand avrà una superficie prevista di circa 80 mq e sarà dotato di un'area espositiva del materiale informativo e dei prodotti nonché di un'area di assaggio.</p> <p>WINTER FANCY FOODS - San Francisco 2021 Edizione invernale del Fancy Food che si tiene ogni anno nel mese di gennaio a San Francisco. Come il Summer Fancy Food si tratta del più grande evento fieristico della West Coast dedicato esclusivamente alle specialità alimentari e bevande. Il progetto prevede la partecipazione congiunta all'evento dei beneficiari con una partecipazione diretta dei rappresentanti del food che avranno in stand anche il Barolo e il Barbaresco. Lo stand avrà una superficie prevista di circa 80 mq e sarà dotato di un'area espositiva del materiale informativo e dei prodotti nonché di un'area di assaggio.</p> <p>SIAL Shanghai 2022 SIAL China è una fiera annuale leader per l'industria alimentare e delle bevande. Si tiene insieme a SIAL Wine World a Shanghai, in Cina. L'edizione 2018 ha registrato un record di presenze con più di 3200 aziende espositrici provenienti da 67 paesi e 101.134 visitatori. Il progetto prevede la partecipazione congiunta all'evento dei beneficiari con una partecipazione diretta dei rappresentanti del food con una presenza in stand del prodotto Barolo e Barbaresco. Lo stand avrà una superficie prevista di circa 50 mq e sarà dotato di un'area espositiva del materiale informativo e dei prodotti nonché di un'area di assaggio.</p>		
YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
1 Stand allestito Summer Fancy food 2 hostess e traduttore	1 Stand allestito Winter Fancy food 2 hostess e traduttore	1 Stand allestito SIAL Shanghai 2 hostess e traduttore
BUDGET USA €. 78.800,00 BUDGET CINA €. 0	BUDGET USA €. 78.800,00 BUDGET CINA €. 0	BUDGET USA €. 0 BUDGET CINA €. 54.800,00
6B Seminars, workshop, B2B meetings		
<p>BBWO& FRIENDS – NEW YORK 2020 4-5-6 Febbraio 2020 - SHANGAI 2021 - LOS ANGELES/SAN FRANCISCO 2022 L'evento viene promosso dai partners di progetto in anteprima mondiale con fulcro la città di New York accompagnato da momenti di degustazione delle DOP europee, cene di gala e con la partecipazione di chef e sommelier rinomati a livello internazionale che degusteranno i prodotti del paniere. L'evento, pensato come un vero e proprio show con i prodotti DOP oggetto del progetto, sarà rivolto a giornalisti, influencer e operatori della ristorazione di alto livello. Il format che verrà realizzato per la prima annualità nelle date del 4-5-6 Febbraio 2020 prevede:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Selezione e coinvolgimento di circa 35 World's Best Palates, critici provenienti da tutto il mondo, che, nella prima mezza giornata, assaggeranno, a porte chiuse e con l'assistenza di personale qualificato, le nuove annate di Barolo e Barbaresco DOCG in una apposita sala attrezzata presso un prestigioso albergo/ristorante. Al termine della sessione i World's Best Palates daranno un giudizio complessivo sulle due annate; la media dei giudizi corrisponderà poi al valore in centesimi attribuito all'annata. La seconda parte della giornata sarà dedicata alle degustazioni congiunte dei prodotti food, nuovi abbinamenti in cucina proposti dagli chef testimonial e si concluderà con una cena di gala alla quale intervengono produttori, operatori, giornalisti e influencer; - Nella seconda giornata sono previsti: 		

<ul style="list-style-type: none"> ✓ settore vino: in mattinata, un seminario tecnico con cenni di geologia e tecniche di viticoltura ed una masterclass rivolte a giornalisti e operatori del trade ✓ settore food show cooking e seminari di presentazione dei terroir e delle tecniche di produzione <p>In serata si terrà il main event, cena di gala con proiezione e lettura dei commenti dei critici da parte e assegnazione del punteggio con lancio sui media internazionali e degustazione dei prodotti del paniere. Verrà individuato un presentatore che sarà anche il testimonial della serata e parteciperanno attivamente gli chef selezionati che proporranno anche per questa serata un menu utilizzando il paniere di prodotti DOP oggetto del progetto in abbinamento ai vini protagonisti della serata. Ospiti della serata i corrispondenti delle maggiori tv, radio stampa generalista statunitense e i principali importatori americani. la serata sarà accompagnata da un evento artistico internazionale totalmente finanziato dal capofila del progetto e non oggetto di richiesta di contributo (musica e letture da parte di artisti internazionali). L'evento artistico viene realizzato per amplificare l'aspetto mediatico e garantire una forte risonanza sulla stampa cartacea e digitale a livello internazionale.</p> <p>- La terza giornata vede il rientro degli ospiti tuttavia si prevede nella mattinata l'organizzazione di un aperitivo open per favorire una conoscenza personale tra produttori e ospiti</p> <p>Il format verrà riproposto nella seconda annualità in Cina nella città di Shanghai e ripetuto sulla costa ovest (Los Angeles/San Francisco) nell'anno 3 di progetto.</p>		
YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
1 evento New York organizzato: <ul style="list-style-type: none"> • 35 operatori di settore tra sommelier e chef rinomati • a livello internazionale • 20 giornalisti /blogger di stampa generalista • 50 opinion leader/ press settore wine&food • 2 cene di gala • 2 Degustazione tecnica vini • 2 Degustazione con abbinamento food 	1 evento Shangai organizzato: <ul style="list-style-type: none"> • 35 operatori di settore tra sommelier e chef rinomati • a livello internazionale • 20 giornalisti /blogger di stampa generalista • 50 opinion leader/ press settore wine&food • 2 cene di gala • 2 Degustazione tecnica vini • 2 Degustazione con abbinamento food 	1 evento Los Angeles/san Francisco organizzato: <ul style="list-style-type: none"> • 35 operatori di settore tra sommelier e chef rinomati • a livello internazionale • 20 giornalisti /blogger di stampa generalista • 50 opinion leader/ press settore wine&food • 2 cene di gala • 2 Degustazione tecnica vini • 2 Degustazione con abbinamento food
BUDGET USA € 238.300,00	BUDGET CINA € 238.300,00	BUDGET USA € 238.300,00
6C Study trip to Europe		
LE VIE DEL FOOD – Incoming USA <p>Questa attività può essere definita come un viaggio di studio, che porterà 5/10 operatori del settore statunitensi e cinesi nelle aree di produzione dei prodotti DOP oggetto di promozione. Il programma di viaggio includerà presentazioni tecniche e didattiche e degustazioni. Gli ospiti potranno sperimentare l'unicità e la singolarità dei prodotti e comprenderli come il risultato del territorio locale, del suolo, del clima, delle varietà e del know-how. Saranno testimoni del controllo di qualità svolto durante la certificazione DOP, nonché di tutte le specifiche e gli standard necessari per ottenere il marchio di qualità DOP.</p>		
YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
1 Viaggio studio da USA	1 Viaggio studio da CINA	1 Viaggio studio da USA e CINA
BUDGET USA € 34.190,00 BUDGT CINA € 0	BUDGET USA € 0 BUDGT CINA € 34.190,00	BUDGET USA € 19.525,00 BUDGT CINA € 19.525,00

WP8 - Other activities		
Studio per inserimento Fontina DOP in Cina		
<p>La rapida crescita economica della Cina negli ultimi 30 anni ha avuto un impatto diretto anche sul mercato dei formaggi, sia a livello locale, sia internazionale. Da un paese che tradizionalmente non aveva latte nella sua dieta con una base molto piccola di consumatori (soprattutto stranieri), la Cina si è trasformata in un paese che, ancora oggi, sta godendo della più rapida crescita del mercato caseario a livello mondiale. Il fast food occidentale e i dolci occidentali come pasta, hamburger, pizza e cheesecake stanno diventando sempre più popolari, e sono in gran parte responsabili di stimolare l'interesse e il gusto per il formaggio del popolo cinese. Tuttavia, il consumo annuo di formaggio pro capite in Cina è ancora molto basso (250 grammi) e limitato ai principali centri urbani Shanghai, Pechino, Guangzhou e Tianjin. L'azione proposta mira a definire uno studio volto a identificare i canali ed i messaggi più opportuni per inserire la Fontina DOP sul mercato cinese.</p> <p>A partire dai risultati di ricerche di mercato esistenti e dagli studi sulle abitudini di consumo verrà condotta un'indagine con i seguenti obiettivi specifici:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definire il profilo del consumatore cinese per formaggi e soprattutto per i formaggi di qualità certificata; • Approfondire le abitudini di consumo ed individuare i fattori che determinano le scelte di consumo; • Analizzare gli ostacoli logistici, normativi e tariffari alla distribuzione della Fontina DOP • Valutare i possibili canali di vendita e di consumo anche in relazione al prezzo • Definire una possibile strategia di penetrazione e le specifiche attività promozionali a supporto. 		
YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
1 studio di posizionamento per identificare la corretta strategia di ingresso su mercato cinese		//
BUDGET CINA ANNO 1+2 €30.000,00		

PROCEDURA DI SCELTA DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE DEL PROGRAMMA

6. Requisiti per la partecipazione alla gara

6.1 Inesistenza di cause di esclusione dalla partecipazione alla Gara

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 d'imposte o contributi previdenziali;
- a insolvenza, conflitto d'interessi o illeciti professionali.

L'inesistenza di questi motivi di esclusione dovrà essere attestata tramite la dichiarazione allegata (Allegato B), firmata dal legale rappresentante. In caso di raggruppamento temporaneo non ancora costituito ciascun operatore dovrà produrre tale dichiarazione.

6.2 Requisiti di capacità economica e finanziaria

L'operatore economico (singolo o in raggruppamento temporaneo d'impresе) che intende partecipare alla presente gara di selezione:

- deve aver realizzato, nel triennio 2016-2017-2018, un fatturato globale complessivamente non inferiore a Euro 3.000.000,00 in lettere: (Euro tremilioni/00) al netto dell'IVA, risultante dalle dichiarazioni IVA o imposta equivalente in ambito UE;
- deve 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 (idonee referenze bancarie);
- deve allegare la visura CCIAA oppure iscrizione in un registro commerciale tenuto nello Stato membro in cui l'operatore economico ha sede.

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato B), firmata dal legale rappresentante. Tali requisiti devono essere posseduti dal singolo operatore economico ovvero come soggetto in raggruppamento temporaneo d'impresе.

Requisiti di capacità tecnica e professionale

L'operatore economico (singolo o in raggruppamento temporaneo d'impresе) che intende partecipare alla presenta gara di selezione deve:

- aver realizzato, nel triennio 2016-2017-2018, servizi analoghi a quelli oggetto della gara per un importo non inferiore complessivamente ad Euro 1.000.000,00 (in lettere: Euro unmilione/00) al netto dell'IVA;
- allegare l'elenco dei principali servizi svolti (CV aziendale);
- allegare i CV del personale impiegato, nell'eventuale esecuzione del Programma, dai quali si evinca una comprovata esperienza in servizi analoghi a quelli oggetto della gara.

Per servizi analoghi si intendono (a titolo esemplificativo e non esaustivo):

- attività di gestione di progetti/programmi complessi di promozione internazionale;
- attività di gestione di raggruppamenti di aziende e di coordinamento di gruppi di lavoro;
- attività di progettazione e gestione di programmi a contribuzione pubblica;
- attività di organizzazione eventi ed incoming;
- attività di gestione di ufficio stampa;
- attività di comunicazione, PR, etc. anche on-line;
- realizzazione di materiale informativo;
- realizzazione di video promozionali;
- attività promozionali nel settore agroalimentare.

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato B) firmata dal Legale Rappresentate del soggetto proponente e l'invio dei CV delle figure professionali previste nell'esecuzione dell'incarico. Tali requisiti devono essere posseduti dall' operatore economico o dal raggruppamento temporaneo d'impresе nel suo complesso, fatto salvo che in tale ultimo caso la mandataria in ogni caso deve possedere i requisiti ed eseguire le prestazioni in misura maggioritaria.

7 Criteri di aggiudicazione

L'appalto è aggiudicato in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, ai sensi dell'art. 95 del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i., secondo la ripartizione dei punteggi di seguito descritta, tenendo conto dell'offerta tecnica e dell'offerta economica.

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

- OFFERTA TECNICA: MASSIMO 85 PUNTI;
- OFFERTA ECONOMICA: MASSIMO 15 PUNTI.

Per l'assegnazione del punteggio vengono stabiliti i seguenti criteri con relativi sotto criteri.

OFFERTA TECNICA: MASSIMO 85 PUNTI		
Criteri	Sotto criteri	Punteggio massimo
1. QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA - STRATEGIA COMPLESSIVA	Qualità della articolazione della strategia complessiva e delle attività e loro coerenza con le specifiche previste dal capitolato e dal Programma di riferimento	Fino a 6 punti
	Capacità di produrre i risultati previsti e di raggiungere gli obiettivi previsti dal progetto	Fino a 4 punti
Punteggi massimi attribuibili		10
2. QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA – OUTPUT DI PROGETTO	Creatività ed innovazione degli strumenti di comunicazione proposti (es. gestione ufficio stampa, realizzazione del video promozionale, realizzazione del materiale informativo e della comunicazione on-line, realizzazione di eventi ed incoming, etc.)	Fino a 8 punti
	Efficacia e capacità degli output previsti di comunicare il messaggio del progetto	Fino a 4 punti
	Qualità della proposta grafica e del concept	Fino a 5 punti
	Qualità della proposta per svolgimento dell'analisi di posizionamento	Fino a 3 punti
	Qualità del gruppo di lavoro dedicato all'attività di comunicazione, di grafica, di gestione eventi, etc. del progetto (valutazione CV del gruppo di lavoro dedicato)	Fino a 10 punti
Punteggi massimi attribuibili		30
3. QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA – APPROCCIO METODOLOGICO	Adeguatezza nelle modalità di realizzazione ed esecuzione delle azioni	Fino a 20 punti
	Adeguatezza della pianificazione in termini di coerenza con gli obiettivi della strategia di comunicazione e coerenza rispetto alle tempistiche della programmazione: in particolare, coerenza tra il cronoprogramma delle attività proposto ed efficacia della realizzazione delle singole azioni, anche in relazione alle risorse professionali coinvolte	Fino a 8 punti

Adeguatezza dei meccanismi di controllo per monitorare la corretta esecuzione economico-finanziaria del progetto e il rispetto del cronoprogramma: qualità ed efficacia delle modalità di esecuzione delle azioni previste	Fino a 2punti
Qualità del gruppo di lavoro dedicato all'attività di gestione del progetto (valutazione CV del gruppo di lavoro dedicato)	Fino a 10 punti
Servizi/attività aggiuntivi proposti migliorativi del servizio	Fino a 3 punti
Attività di assistenza fornita al Consorzio	Fino a 2 punti
Punteggi massimi attribuibili	45

La Commissione valuterà ogni offerta tecnica, assegnando per ogni sotto-criterio un coefficiente di natura qualitativa, moltiplicando il punteggio massimo previsto dalla precedente tabella per il coefficiente corrispondente alla valutazione attribuita:

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	1,0

OFFERTA ECONOMICA: MASSIMO 15 PUNTI		
Criteri	Sottocriteri	Punteggio massimo
ECONOMICITÀ DELL'OFFERTA	Offerta economica per le attività (SUBTOTALE ATTIVITÀ) secondo la formula di seguito riportata	Fino a 10 punti
	Offerta economica per l'onorario dell'operatore economico partecipante secondo la formula di seguito riportata	Fino a 5 punti
Punteggio massimo attribuibile		15

Per quanto riguarda l'offerta economica per le attività (massimo di 10 punti su 100) il punteggio verrà attribuito sulla base della seguente formula:

$$\text{punteggio "offerta economica per le attività" considerata} = \frac{\text{Offerta X}}{\text{Offerta massima}} \quad \boxed{* 10}$$

dove:

Offerta massima: è l'offerta economica per le attività (SUBTOTALE ATTIVITÀ) più alta tra quelle presentate;
Offerta X: è l'offerta economica per le attività (SUBTOTALE ATTIVITÀ) dell'operatore economico considerato.

Per quanto riguarda l'offerta economica per l'onorario dell'operatore economico partecipante (massimo di 5 punti su 100) il punteggio verrà attribuito sulla base della seguente formula:

$$\text{punteggio offerta economica per l'onorario dell'operatore economico considerato} = \frac{\text{Ribasso \% minimo}}{\text{Ribasso \% X}} \quad \boxed{* 5}$$

dove:

Ribasso % minimo: è il ribasso relativo all'offerta economica per l'onorario dell'operatore economico partecipante più bassa tra quelle presentate;

Ribasso % X: è il ribasso relativo all'offerta economica per l'onorario dell'operatore economico considerato.

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

Non sono ammesse offerte in aumento.

Sulla base dei punteggi attribuiti alle offerte, verrà stilata la graduatoria.

L'aggiudicazione sarà effettuata a favore del concorrente che abbia presentato un'offerta che, in possesso di tutti i requisiti minimi obbligatori, risulti aver conseguito il punteggio complessivo (punteggio offerta tecnica + punteggio offerta economica) più elevato.

In caso di parità di punteggio ottenuto, l'appalto sarà aggiudicato al concorrente che avrà riportato il maggior punteggio nell'offerta tecnica. In caso di parità di punteggio sia dell'offerta economica, sia dell'offerta tecnica, si procederà mediante sorteggio.

L'organismo appaltante non è tenuto a corrispondere compenso alcuno alle imprese concorrenti, per qualsiasi titolo o ragione, per le offerte presentate.

Espletati i controlli previsti circa il possesso dei prescritti requisiti si procederà con l'aggiudicazione.

L'aggiudicazione vincola immediatamente il concorrente affidatario della gara, mentre l'organismo appaltante sarà impegnato definitivamente soltanto quando, a norma di legge, tutti gli atti conseguenti e necessari all'espletamento della gara avranno conseguito piena efficacia giuridica.

Nel caso in cui l'affidatario non si presenti per la stipula del contratto o in cui venga accertata la falsità delle dichiarazioni prestate, l'organismo appaltante si riserva la facoltà di conferire l'incarico al soggetto posto successivamente in graduatoria, espletati i controlli di rito.

Il Consorzio di Tutela Barolo Barbaresco Langhe e Dogliani procederà all'aggiudicazione anche nel caso in

cui venga presentata un'unica offerta valida, purché congrua.

In applicazione dell'art. 95, comma 12, del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i. l'organismo appaltante non procederà all'aggiudicazione laddove nessuna offerta risultasse conveniente o idonea in relazione all'oggetto del contratto.

L'apertura dei plichi contenenti l'offerta, presentata ai sensi del successivo art.8, avverrà in seduta pubblica in data e luogo che saranno comunicati attraverso pubblicazione sul sito web del capofila e dei partners a partire dal 21/11/2019 (indicativamente si prevedono 5 giorni lavorativi prima della seduta pubblica).

La valutazione delle offerte tecniche avverrà in seduta privata e sarà effettuata dalla Commissione di valutazione nominata successivamente alla data di presentazione delle offerte.

La valutazione dell'offerta economica avverrà in seduta pubblica in data e luogo che saranno comunicati attraverso pubblicazione sul sito web del capofila e dei partners a partire dal 28/11/2019 (indicativamente si prevedono 5 giorni lavorativi prima della seduta pubblica).

I risultati saranno comunicati via PEC ai partecipanti e saranno pubblicati sul sito web del Consorzio Barolo Barbaresco Langhe e Dogliani.

8 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 chiuso contenente 3 buste ugualmente chiuse e sigillate con nastro adesivo o altro mezzo idoneo:

- **BUSTA A - documentazione amministrativa, che dovrà contenere:**
 - domanda di partecipazione alla procedura secondo il modello di cui all'Allegato A, compilata e firmata dal legale rappresentante;
 - le dichiarazioni richieste secondo il modello di cui all'Allegato B, compilato e firmato dal legale rappresentante;
 - documento di identità del/dei sottoscrittore/i;
 - dichiarazione dell'Istituto Bancario di possesso dei mezzi finanziari necessari per garantire l'esecuzione delle azioni previste dal Programma (idonea referenze bancarie);
 - visura CCIAA oppure iscrizione in un registro commerciale tenuto nello Stato membro in cui l'operatore economico ha sede;
 - CV del/degli operatore/i economo/i interessato/i alla partecipazione (CV aziendale);

- **BUSTA B - offerta tecnica, che dovrà contenere:**
 - relazione tecnica contenente la descrizione dettagliata delle attività utilizzando i riferimenti indicati nel successivo capitolo: MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA TECNICA- BUSTA B;
 - CV del personale impiegato;

- **BUSTA C - offerta economica, che dovrà contenere l'indicazione:**
 - dell'offerta economica per le attività (SUBTOTALE ATTIVITÀ);
 - dell'onorario dell'operatore economico considerato secondo il modello descritto nel successivo capitolo: MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA ECONOMICA - BUSTA C.

Nel caso in cui la Busta B o C risultassero aperte si procederà all'esclusione del partecipante interessato.

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, dovrà essere presentata in formato cartaceo e in formato elettronico - PDF non editabile, stampabile e copiabile - su CD o chiavetta USB, a cura del partecipante alla gara entro e non oltre il giorno 27/11/2019 alle ore 12.00. Il recapito del plico rimane a esclusivo rischio del mittente ove, per qualsiasi motivo, non giunga a destinazione entro il suddetto termine perentorio.

Tutti i documenti dovranno essere sottoscritti dal legale rappresentante dell'operatore economico partecipante alla Procedura di Selezione; nel caso di raggruppamento temporaneo già costituito deve essere sottoscritta dal legale rappresentante del concorrente designato quale Capogruppo; nel caso di raggruppamento temporaneo non ancora costituito l'offerta deve essere sottoscritta da tutti i soggetti che costituiranno il predetto raggruppamento.

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

**Consorzio di Tutela Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani
Corso Enotria, 2/c - Ampelion - 12051 Alba (CN)
All'attenzione del dott. Andrea Ferrero.**

Sull'esterno del plico deve essere riportata, oltre all'indicazione del mittente (singolo o dei soggetti raggruppati), 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 "TOP TALES" – NON APRIRE.

Possono partecipare alle sedute pubbliche i legali rappresentanti dei soggetti offerenti o le persone munite di delega da parte del legale rappresentante degli operatori economici partecipanti.

La valutazione delle offerte tecniche avverrà in una o più sedute riservate da parte della Commissione di valutazione indicata all'art. 7.

Ulteriori informazioni possono essere richieste ai seguenti recapiti:

- Dott. Andrea Ferrero - direzione@langhevini.it

Le comunicazioni da parte dell'organismo appaltante avverranno a mezzo PEC (posta elettronica certificata) all'indirizzo di posta elettronica certificata indicato dal concorrente.

9 Documenti di gara

9.1 Indicazioni rispetto alle irregolarità della documentazione amministrativa, - busta A

Ai sensi dell'art. 83, comma 9, del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i. le carenze di qualsiasi elemento formale della domanda possono essere sanate attraverso la procedura di soccorso istruttorio. In particolare, in caso di mancanza, incompletezza e di ogni altra irregolarità essenziale della documentazione presentata, con esclusione di quelle afferenti all'offerta economica e all'offerta tecnica, l'organismo appaltante assegna al concorrente un termine, non superiore a dieci giorni, perché siano rese, integrate o regolarizzate le dichiarazioni necessarie, indicandone il contenuto e i soggetti che le devono rendere. In caso di inutile decorso del termine di regolarizzazione, il concorrente è escluso dalla gara. Costituiscono irregolarità essenziali non sanabili le carenze della documentazione che non consentono l'individuazione del contenuto o del soggetto responsabile della stessa.

9.2 Modalità di predisposizione dell'offerta tecnica - busta B

A. Contenuti della Relazione tecnica

L'operatore dovrà indicare per ogni punto sotto elencato le proprie iniziative e relative modalità di esecuzione e raggiungimento dei risultati.

1. STRATEGIA COMPLESSIVA

L'organismo appaltante dovrà articolare la propria proposta proponendo le strategie realizzative che ritiene maggiormente efficaci al perseguimento degli obiettivi progettuali utilizzando le sottostanti indicazioni:

- a) dimostrazione della capacità del gruppo di lavoro di produrre i risultati previsti dal progetto;
- b) articolazione della strategia complessiva: coerenza tra la strategia complessiva progettuale e le singole attività;
- c) modalità di raggiungimento degli obiettivi specifici e dei risultati indicati nel progetto.

2. OUTPUT DI PROGETTO

L'organismo appaltante dovrà articolare la propria proposta proponendo tipologie di attività e le modalità realizzative che ritiene maggiormente efficaci per la produzione degli output progettuali utilizzando le sottostanti indicazioni:

- a) descrizione degli output di progetto: proposta relativa alle modalità realizzative ed ai contenuti della degli output di progetto richiesti, analisi di posizionamento, proposta grafica e del concept e contenuto dei messaggi promozionali e loro coerenza con il Programma e capacità del gruppo di lavoro di produrre tali output;
- b) presentazione del gruppo di lavoro responsabile della realizzazione delle attività di comunicazione e di analisi di mercato.

3. APPROCCIO METODOLOGICO E ARTICOLAZIONE DELLE ATTIVITA'

Per ogni tipologia di attività riportata nel capitolato dovranno essere descritti gli specifici interventi che s'intendono porre in essere per raggiungere gli obiettivi progettuali. Le attività e i relativi interventi dovranno essere coerenti con le strategie proposte per i singoli Paesi target e con i relativi gruppi bersaglio individuati e dovranno essere declinati in funzione dei punti sotto riportati:

- a) modalità di esecuzione delle azioni: descrizione delle modalità operative utilizzate per la prestazione dei servizi e relativa coerenza con le finalità e con gli obiettivi della campagna di comunicazione proposta e con il Programma;
- b) cronoprogramma: adeguatezza di tempi e risorse, previsti nel cronoprogramma e sua coerenza con il Programma che dovrà articolarsi nell'arco temporale di tre anni;

- c) coerenza con la strategia generale e le modalità esecutive degli interventi sopra proposti;
- d) descrizione dei meccanismi di monitoraggio e della corretta esecuzione delle attività;
- e) presentazione degli eventuali ulteriori attività/servizi proposti e delle modalità di assistenza fornite al Consorzio;
- f) descrizione del gruppo di lavoro e delle specifiche responsabilità in relazione alle diverse attività.

I precedenti punti devono essere organizzati e presentati secondo i criteri e sottocriteri descritti all'art. 7 e per attività. Eventuale e ulteriore documentazione aggiuntiva non sarà considerata dalla commissione di valutazione.

I sopracitati punti A) e B) dovranno essere inseriti nella **Busta B - Offerta tecnica**.

9.3 Modalità di predisposizione dell'offerta economica - busta C

OFFERTA ECONOMICA

I costi dovranno essere dettagliati per paese target, per ogni attività e tipologia di attività necessaria per l'organizzazione e realizzazione del servizio (SUBTOTALE) con indicazione del valore dell'onorario dell'operatore economico considerato secondo lo schema seguente.

Tali costi concorrono alla definizione del SUBTOTALE ATTIVITA' e sono soggetti a rendicontazione secondo quanto indicato nella Convenzione di cui al modello allegato al bando annualità 2019 approvato ai sensi del Regolamento UE n. 1144/2014 – Promozione dei prodotti agricoli nei Paesi terzi, a cui si rinvia per gli aspetti di dettaglio. Dovrà inoltre essere evidenziato l'onorario dell'operatore economico

I costi dovranno essere indicati al netto dell'IVA

Si riportano di seguito tabelle d'esempio:

PAESE TARGET USA					
Descrizione attività	Costo unitario in euro	Unità di misura	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
W.P. 2 PUBBLICHE RELAZIONI					
Esempio: Piano editoriale					
Press kit					
.....					
SUB-TOTALE ATTIVITA' WP 2 PER ANNO			€.	€.	€.
ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP 2			€.	€.	€.
W.P. 3					

WEB-SITE E SOCIAL MEDIA					
.....					
.....					
.....					
SUB-TOTALE ATTIVITA' WP 3 PER ANNO			€.	€.	€.
ONORARIO OPERATORE ECONOMICO WP 3			€.	€.	€.
W.P.4...					
SUB- TOTALE GENERALE ATTIVITA' PER ANNO (WP2+WP3+...)			€.	€.	€.
SUB-TOTALE GENERALE ONORARIO OPERATORE ECONOMICO (WP2+WP3+...)					
TOTALE OFFERTA ECONOMICA PAESE TARGET USA			€	€	€.

*NB: IL TOTALE DELL'OFFERTA ECONOMICA PAESE TARGET USA deve essere pari a €. 1.306.923,00 IVA esclusa

PAESE TARGET CINA					
Descrizione attività	Costo unitario in euro	Unità di misura	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
W.P. 2 PUBBLICHE RELAZIONI					
Esempio: Piano editoriale					
Press kit					
.....					
SUB-TOTALE ATTIVITA' WP 2 PER ANNO			€.	€.	€.
ONORARIO OPERATORE ECONOMICO (costo unitario per consulente x			€.	€.	€.

numero giornate)					
W.P. 3 WEB-SITE E SOCIAL MEDIA					
.....					
.....					
.....					
SUB-TOTALE ATTIVITA' WP 3 PER ANNO			€.	€.	€.
ONORARIO OPERATORE ECONOMICO (costo unitario per consulente x numero giornate)			€.	€.	€.
.....					
SUB- TOTALE GENERALE ATTIVITA' PER ANNO (WP2+WP3-...)			€.	€.	€.
TOTALE GENERALE ONORARIO OPERATORE ECONOMICO (WP2+WP3-...)					
TOTALE OFFERTA ECONOMICA PAESE TARGET CINA					

*NB: IL TOTALE DELL'OFFERTA ECONOMICA PAESE TARGET CINA deve essere pari a €. 789.807,00 IVA esclusa

Si precisa che il TOTALE DELL'OFFERTA ECONOMICA COMPLESSIVA (USA + CINA) deve essere pari al totale dell'importo della presente procedura di selezione € 2.096.730,00, IVA esclusa.

Il compenso dell'organismo di esecuzione (onorario dell'operatore economico) dovrà essere al massimo pari al 14% del costo totale riferito alle azioni (SUB-TOTALE ATTIVITA').

La tabella sopra riportata a titolo di esempio formerà l'offerta economica e andrà inserita nella Busta C - Offerta economica.

10 Gruppo di lavoro

Il gruppo di lavoro indicato in sede di offerta non potrà essere modificato, né nel numero complessivo dei componenti né nella persona dei singoli componenti, senza il preventivo assenso della committente. A tale

scopo il soggetto aggiudicatario, dovrà formulare specifica e motivata richiesta indicando i nominativi e i curricula dei componenti proposti in sostituzione di quelli indicati in sede di offerta. La sostituzione sarà ammessa solo se i sostituti proposti presentano un curriculum analogo o più qualificato rispetto a quello delle persone sostituite. La sostituzione o variazione del gruppo di lavoro senza assenso della committente è causa di risoluzione del contratto.

Il soggetto affidatario assume a proprio carico tutti gli oneri assicurativi e previdenziali di legge, si impegna ad osservare le norme vigenti in materia di sicurezza sul lavoro e di retribuzione dei lavoratori dipendenti e, in generale, si impegna a rispettare tutti gli obblighi derivanti da leggi, regolamenti, contratti collettivi ed integrativi aziendali in materia di rapporti di lavoro, in relazione a tutte le persone che esplicano attività a favore dello stesso, tanto in regime di dipendenza diretta, quanto in forma saltuaria, con contratti di qualsivoglia natura. Il soggetto affidatario assume ogni responsabilità per danni o infortuni che possono derivare a dette persone o essere cagionati da dette persone nell'esecuzione di ogni attività, direttamente o indirettamente, inerente alle prestazioni oggetto della presente procedura.

11 Obblighi dell'organismo di esecuzione

Sono a carico dell'appaltatore/organismo di esecuzione:

- lo svolgimento dei servizi oggetto dell'appalto, in accordo e collaborazione con l'organismo appaltante e nell'accettazione integrale e incondizionata del contenuto del presente capitolato;
- l'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;
- l'organismo di esecuzione si assume l'intera responsabilità tecnica e finanziaria delle azioni di cui all'articolo 3, compresa quella relativa alla loro compatibilità con la vigente normativa dell'Unione Europea e con le regole di concorrenza applicabili in materia.

L'appaltatore/organismo di esecuzione deve,

- per un periodo di tre anni dopo il pagamento del saldo, tenere i registri e conservare documenti giustificativi di altro tipo, al fine di dimostrare la corretta attuazione dell'azione e i costi dichiarati ammissibili;
- se sono in corso controlli, revisioni contabili, indagini, contenziosi o azioni legali nel quadro della convenzione, tenere i registri e i documenti giustificativi di altro tipo fino al termine di dette procedure;
- rendere disponibile la documentazione sopra indicata su richiesta o nel contesto di controlli, revisioni contabili o indagini;
- conservare i documenti originali.

12 Riservatezza e non divulgazione

Il soggetto aggiudicatario non potrà far uso, né direttamente né indirettamente, per proprio tornaconto o per quello di terzi, del mandato affidato e delle informazioni di cui verrà a conoscenza in relazione ad esso e ciò

anche dopo la scadenza del contratto. A tal fine il soggetto aggiudicatario non potrà divulgare, comunicare o diffondere le informazioni e i dati dei quali verrà a conoscenza durante l'espletamento delle attività.

Il soggetto affidatario si impegna a rispettare, nello svolgimento delle attività oggetto della presente procedura, tutti i principi contenuti nelle disposizioni normative vigenti, relativi al trattamento dei dati personali e in particolare quelli contenuti nel D.Lgs. n. 196/2003 e s.m.i. e nel 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") e a garantire che le informazioni personali, patrimoniali, statistiche, anagrafiche e/o di qualunque altro genere, di cui verrà a conoscenza in conseguenza dei servizi resi, in qualsiasi modo acquisite, vengano considerati riservati e come tali trattati, pur assicurando nel contempo la trasparenza delle attività svolte.

L'affidatario del servizio deve impegnarsi formalmente a dare istruzioni al proprio personale affinché tutti i dati e le informazioni vengano trattati nel rispetto della normativa di riferimento.

L'aggiudicatario del servizio si impegna ad utilizzare i dati e le informazioni di cui sopra esclusivamente ai fini e nell'ambito delle attività previste dal presente capitolato.

13. Conflitti di interessi

L'organismo appaltante adotterà misure adeguate per prevenire, individuare e porre rimedio in modo efficace a conflitti di interesse nello svolgimento della presente procedura di selezione in modo da evitare qualsiasi distorsione della concorrenza e garantire la parità di trattamento di tutti gli operatori economici, nel rispetto di quanto stabilito all'articolo 24 della Direttiva 2014/24/UE e dell'art. 42 del D.Lgs. 50/2016.

14 Modifiche del contratto - variazioni quantitative e qualitative dei servizi e recesso unilaterale

L'organismo appaltante, qualora in corso di esecuzione del contratto si rendesse necessario un aumento o una diminuzione delle prestazioni fino a concorrenza del quinto dell'importo del contratto, si riserva di richiedere all'appaltatore l'esecuzione alle stesse condizioni previste nel contratto originario. Potranno, inoltre, essere previste modifiche del contratto durante il periodo di efficacia nel rispetto delle condizioni di cui all'articolo 106 del Decreto legislativo 50/2016.

L'organismo appaltante 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 un'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 appaltante e l'organismo di esecuzione.

15 Rapporti tra l'aggiudicatario e l'Amministrazione dell'organismo committente

L'operatore economico aggiudicatario 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.

16 Cessione e subappalto

Il soggetto aggiudicatario è tenuto ad eseguire in proprio le prestazioni comprese nel contratto e lo stesso non potrà essere ceduto a pena di nullità, fatti salvi i casi previsti dalla legge.

Il subappalto è consentito nei limiti e secondo le modalità indicate all'art. 105 del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i.

17 Modalità di pagamento

L'importo di aggiudicazione sarà corrisposto nel modo seguente:

- rate posticipate sulla base di stati di avanzamento del servizio presentati alle scadenze previste dal Programma e dalla normativa di riferimento, fino ad un massimo del 80% dell'importo contrattuale, a seguito di presentazione di regolare fattura, alla quale dovranno essere allegate idonee relazioni sulle attività svolte e i prodotti rilasciati e la relativa rendicontazione delle spese sostenute secondo le disposizioni normative di riferimento;
- saldo dell'importo contrattuale, al termine di tutte le attività previste a seguito di presentazione di regolare fattura, alla quale dovrà essere allegata una relazione finale sulle attività svolte e i prodotti rilasciati e la relativa rendicontazione delle spese sostenute secondo le disposizioni normative di riferimento.

La fattura, unitamente alla documentazione prevista, dovrà essere sottoposta al Direttore dell'Esecuzione del Contratto (DEC) e al Responsabile unico del Procedimento (RUP) al fine di acquisire il visto riguardante la corretta esecuzione del contratto.

18 Inadempienze

L'organismo appaltante 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 appaltante 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 appaltante contesterà in forma scritta all'organismo di esecuzione le inadempienze.

19 Clausola risolutiva espressa

Oltre a quanto previsto dall'art.1453 C.C. per i casi di inadempimento delle obbligazioni contrattuali, costituiscono motivo per la risoluzione dell'incarico, ai sensi dell'art.1456 C.C., i seguenti casi:

- I. gravi inosservanze delle norme inerenti al versamento degli oneri assicurativi e previdenziali di legge, nonché delle norme vigenti in materia di sicurezza sul lavoro e di retribuzione dei lavoratori dipendenti;
- II. manifesta inadempienza degli impegni assunti con il contratto di appalto;
- III. interruzione non motivata del servizio;
- IV. inosservanza delle linee progettuali presentate e delle eventuali indicazioni integrative in ordine alla qualità del servizio;
- V. divulgazione non autorizzata di dati o informazioni relativi ad utenti, imprese e servizi o loro utilizzo non conforme e, in generale, violazione del dovere di riservatezza;
- VI. inosservanza del divieto di cessione del contratto;
- VII. inosservanza delle norme relative al subappalto.

Nei casi sopra indicati l'incarico sarà risolto di diritto con effetto immediato a seguito della dichiarazione dell'organismo appaltante di volersi avvalere della clausola risolutiva; tale dichiarazione sarà inviata via posta elettronica certificata (PEC) all'indirizzo PEC dell'appaltatore.

Nell'ipotesi di risoluzione del contratto l'organismo appaltante ha il diritto di incamerare la cauzione definitiva. A seguito ad eventuali pronunce, anche di carattere interinale, del Tribunale Amministrativo Regionale o del Consiglio di Stato, qualora sia interposto appello, l'organismo appaltante potrà adottare i provvedimenti conseguenti, ivi compresi quelli di revoca e/o annullamento dell'affidamento con conseguente facoltà di risoluzione e/o recesso e/o dichiarazione di inefficacia del contratto e di indizione di nuova gara o di affidamento del servizio ad altro soggetto. L'appaltatore, in caso di risoluzione e/o recesso e/o inefficacia del contratto, nulla potrà pretendere, anche in deroga all'art. 1671 del codice civile, dalla committente a qualsiasi titolo - contrattuale, precontrattuale ed extracontrattuale - fatto salvo il compenso per le attività svolte sino al momento del ricevimento della comunicazione di risoluzione e/o recesso e/o inefficacia.

20 Controlli

L'organismo appaltante ha la facoltà di controllare e verificare la buona esecuzione del servizio con ausilio di incaricati scelti a sua discrezione. Essendo l'appalto finanziato con risorse dell'Unione Europea potranno essere disposti controlli da parte dei competenti servizi dell'Unione Europea e/o di Autorità nazionali.

21 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 appaltante.

22 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 Asti.

23 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 appaltante 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 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'organismo appaltante 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.

24 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"), si informa che i dati raccolti sono destinati alla scelta del contraente e il loro conferimento ha natura facoltativa, fermo restando che il concorrente che intende partecipare alla procedura o aggiudicarsi l'appalto deve fornire all'organismo appaltante la documentazione richiesta dalla vigente normativa. I diritti dell'interessato sono quelli previsti dalla normativa citata. Tali diritti possono essere esercitati ai sensi e per gli effetti del D.Lgs. 196/2003 e GDPR. I dati raccolti possono essere comunicati al personale dell'organismo appaltante che cura il procedimento e ad ogni altro soggetto che vi abbia interesse ai sensi della Legge 241/1990 s.m.i.

In particolare, in ordine al procedimento instaurato da questa procedura:

- a) le finalità cui sono detenuti i dati raccolti ineriscono alla 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 mediante supporto cartaceo che magnetico, anche successivamente all'eventuale instaurazione del rapporto contrattuale, per le finalità del rapporto medesimo;
- c) il conferimento dei dati richiesti è 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'organismo appaltante; 2) i concorrenti che partecipano alla seduta pubblica di gara; 3) ogni altro soggetto che abbia interesse ai sensi della legge n. 241/1990 e s.m.i.;
- e) i diritti spettanti all'interessato sono quelli di cui all'art. 7 del D.lgs. n. 196/2003 e s.m.i. e degli articoli dal 15 al 22 GDPR, cui si rinvia;
- f) soggetto attivo della raccolta è l'organismo appaltante e il responsabile è Andrea Ferrero, Direttore del Consorzio di Tutela.

Titolare del trattamento dei dati è il Presidente del Consorzio Barolo Barbaresco Langhe e Dogliani ai sensi dell'art. 28 del Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 contenente il Regolamento europeo sulla protezione dei dati ("GDPR") e dell'art. 29 del D.Lgs. n. 196/2003, nonché della normativa italiana di adeguamento al GDPR.

Per ogni ulteriore aspetto in merito, è possibile fare riferimento alla "Informativa sul trattamento dei dati personali al cliente" del Consorzio di Tutela Barolo Barbaresco Langhe e Dogliani e rivolgere le richieste presso il CONSORZIO DI TUTELA BAROLO BARBARESCO ALBA LANGHE DOGLIANI, in Alba (CN), Corso Enotria 2/C Ampelion, con lettera raccomandata, oppure via mail all'indirizzo mail: direzione@langhevini.it, oppure con richiesta telefonica al numero 0173 441074.

25 Responsabile unico del procedimento

Responsabile unico del procedimento ai sensi dell'art. 31 del D.Lgs. 50/2016 è Andrea Ferrero, Direttore del Consorzio di Tutela Barolo Barbaresco Alba Langhe Dogliani.